

PR-Journal Newsletter

Nr. 419 / 11. KW 2014

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 419. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 41 Einzelmeldungen):

1. [Pitch-Trends: unbeliebt, schlecht honoriert und für PR-Agenturen besonders unattraktiv](#)
2. [Neuer DPRG-Präsident gesucht – Nies tritt nicht mehr an](#)
3. [Inacker zur WMP EuroCom AG](#)
4. [PR-Studenten Hannover mit neuer Vorstandsfrauschaft](#)
5. [Personalien compact - Unternehmen \(6\) \(11. KW-2014\)](#)
6. [Personalien compact - Sonstige \(8\) \(11. KW-2014\)](#)
7. [Personalien compact - Agenturen \(4\) \(11. KW-2014\)](#)
8. [Etats compact \(10\) \(11. KW-2014\)](#)
9. [Experten zum HR BarCamp 2014: „Candidate Experience“ steht im Vordergrund](#)
10. [komm.passion-Dossier 02/2014: Wie geht eigentlich Energiewende? - Die Fakten. Der Meinungsstreit.](#)
11. [PR Career Center gründet PRCC Personalberatung aus](#)
12. [Jury der Cannes Lions 2014: Zwölf deutsche Kreative urteilen mit](#)
13. [Marken-Awards 2014 in Düsseldorf vergeben](#)
14. [Branche compact \(2\) \(11. KW-2014\)](#)
15. [Spiegel, Bild und Focus dominieren mobile Newsangebote](#)
16. [Russische PR-Beilage in der Süddeutschen Zeitung gestoppt](#)
17. [Medien compact \(2\) \(11. KW 2014\)](#)
18. [Social Media Webinar](#)
19. [Studie zu Social Media in der internen Kommunikation: Vertane Chancen](#)
20. [Allensbach: ADAC büßt Vertrauen ein](#)
21. [Wochen der Nachhaltigkeit](#)
22. [Auch daneben ... Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR \(6\)](#)
23. [Zielgruppe, Zielgruppe, Zielgruppe \(2\)](#)
24. [Gerücht: Fakten zu Thema Ukraine können nur stören – oder?](#)
25. [Bildung compact \(2\) \(11. KW-2014\)](#)

26. [Samsung und Nivea auf Siegeszug im Vertrauen der Konsumenten](#)
27. [Studien compact \(1\) \(11. KW-2014\)](#)
28. [Termine compact \(5\) \(11. KW-2014\)](#)
29. [Cool durch Wirbel und Wandel – Wie Manager Souverän bleiben](#)
30. [Medientraining: Bibel der Medien ... leider nicht](#)
31. [Literatur compact \(1\) \(11. KW-2014\)](#)
32. [Jobbörse](#)
33. [Impressum](#)

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

Seite 1

Pitch-Trends: unbeliebt, schlecht honoriert und für PR-Agenturen besonders unattraktiv



Im Bereich PR werden bei Ausschreibungen nur in 30 Prozent der Fälle Pitch-Honorare gezahlt. Und diese sind obendrein noch die niedrigsten im Vergleich zu Werbung und Design. Zum Teil machen sie weniger als die Hälfte von Pitch-Honoraren in der Werbung aus. Scheinen speziell die PR-Agenturen bei Pitches besonders schlecht wegzukommen, so gibt es bei einer Gesamtbetrachtung über alle Kommunikationsdisziplinen hinweg eine große Skepsis bei Agentur aller Art gegenüber Pitches. Nur 25 Prozent nehmen aller Agentur folgen einer Einladung zu einer Ausschreibung mit mehreren Konkurrenten. – Diese Ergebnisse hat jetzt eine Untersuchung der Hamburger Agentur-Managementberatung cherrypicker hervor gebracht. Zum zweiten Mal nach 2011 hat cherrypicker im März 2014 in einer Befragung von Agenturen die wesentlichen Fakten zum Thema

Pitch zusammengetragen. 346 Agenturvertreter haben teilgenommen. (Foto: Oliver Klein, Geschäftsführer cherrypicker.)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Neuer DPRG-Präsident gesucht – Nies tritt nicht mehr an



Ulrich Nies (Foto), seit 2005 im Ehrenamt Präsident der Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG), wird bei der Mitgliederversammlung am 19. Juni in München nicht mehr zur Wiederwahl antreten. Entgegen seiner ursprünglichen Absicht, erneut für den Berufsverband der PR-Branche kandidieren zu wollen ([wir berichteten am 5. September 2013 darüber](#)), musste er nun gegenüber dem DPRG-Hauptausschuss seine Entscheidung revidieren. Der Grund sei, dass in seinem Hauptberuf als Leiter der Kommunikation beim Spezialchemiehersteller Clariant SE in Sulzbach am Taunus kurzfristig neue Aufgaben auf ihn zukämen. Wer im Juni für seine Nachfolge kandidieren wird, ist derzeit noch nicht bekannt.

Inacker zur WMP EuroCom AG

Michael Inacker (49), im vergangenen Spätsommer eigentlich als neuer Siemens-Kommunikationschef in München vorgesehen, wechselt nun auf die Beraterseite und wird künftig Vorstandsmitglied der Kommunikationsberatung WMP EuroCom AG mit Sitz in Berlin. Das berichtet der „presse-sprecher“ auf seiner Website. Inacker soll Minderheitsgesellschafter des Unternehmens werden. Ab dem 1. Mai soll der frühere Chefredakteur und Leiter des Hauptstadtbüros der Düsseldorfer Wirtschaftszeitung „Handelsblatt“ gemeinsam mit dem WMP-Vorstandsvorsitzenden Hans-Hermann Tied



je und Vorstand Klaus-Peter Schmidt-Deguella die Bereiche Unternehmens- und Finanzkommunikation, politische Kommunikation und Litigation PR leiten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Studenten Hannover mit neuer Vorstandsfräuschaft



Der Verein der Public Relations Studierenden Hannover e.V. (PRSH e.V.) hat einen neuen Vorstand. Als erste Vorsitzende führt Lan Anh Nguyen (22, ganz links) ihre Vorstandstätigkeit fort und bildet gemeinsam mit Kristin Becke (21, ganz rechts) und Lara Wöhrmann (22, Zweite von links) sowie der Finanzverantwortlichen Janine Riedel (22) die fünfte Vorstandsgeneration der PR-Initiative auf der Expo Plaza in Hannover. Gemeinsam lösen sie zu Beginn des Sommersemesters 2014 Nina Krake (25), Julia-Maria Blesin (25) und Christian Thorens (31) in der Vorstandsarbeit für den PRSH ab. Arbeit gibt es für das neue Team genug, denn der PRSH feiert mit seinem fünften Geburtstag ein erstes kleines Jubiläum.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Unternehmen (6) (11. KW-2014)

1. **Stefan Keuchel** (44), seit zehn Jahren bei Google in Hamburg in der Kommunikationsabteilung und ganz zu Anfang dort als Einzelkämpfer, nimmt sich eine Auszeit. Wie einer Veröffentlichung auf „Google+“ zu entnehmen war, hat er zunächst mit seinem Arbeitgeber ein rund einjähriges Sabbatical vereinbart. Ob es nachher bei Google, bei einem anderen Arbeitgeber oder gar als Selbständiger weitergeht, ließ er zu diesem Zeitpunkt offen. Seit 2007 wird die Kommunikationsabteilung bei Google von **Kay Oberbeck** geleitet (47). Lesen Sie selbst Keuchels [Statement auf „Google+“](#).
2. **Eva Wüllner** (32) verstärkt seit dem 1. März das Kommunikationsteam der ING-DiBa, der drittgrößten Privatkundenbank in Deutschland. Als Leiterin der neuen Unternehmens-Repräsentanz in Berlin vertritt sie künftig die Interessen der Bank gegenüber Politik und Verbänden. Sie berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden **Roland Boekhout**. Wüllner war vor ihrem Wechsel rund acht Jahre in der politischen Kommunikation tätig, zuletzt verantwortete sie als Sprecherin die Pressearbeit der CDU Deutschlands.
3. **Christian Goertz** (47) arbeitet seit dem 15. Februar als neuer Director Media Relations beim Arzneimittelhersteller Stada in Bad Vilbel. Goertz, der von 2009 bis zuletzt Mitglied der Geschäftsleitung der Trurnit Gruppe war und vorher Berater bei SWK Semnar und Wolf Kommunikation, berichtet bei Stada an den Vice President Public Relations **Kay Reubelt**.
4. **Birgit Koller-Böhm** (32) verantwortet seit Januar die gesamte öffentliche und interne Kommunikation der Arcotel Hotelgruppe. Als PR-Managerin arbeitet sie in der Wiener Zentrale. Darüber hinaus ist sie zuständig für die Kommunikationsaktivitäten der Hotels an den Standorten in Österreich, Deutschland und Kroatien. Koller-Böhm wurde Nachfolgerin von **Stefanie Lakovits**, sie berichtet intern an Vorstand **Renate Wimmer**. Koller-Böhm arbeitete zuvor als Nachrichtenmoderatorin für die Radiostationen Energy Österreich Privatradio Radio 88.6, beide in Wien.
5. **Matthias Höpfl** (36) arbeitet seit dem 1. März als Director Marketing bei Unitrends Deutschland in München, einem Anbieter von Hard-



- und Software-Lösungen. Er verantwortet die Marketing- und PR-Aktivitäten für die Region Zentral- und Osteuropa. Die Stelle wurde neu geschaffen. Höpfl berichtet an den Geschäftsführer **Michael Hon-Mong**. Zuvor war er seit 2011 Manager Corporate Marketing and Communications bei Prevero und zuvor von 2008 bis 2011 PR Manager bei Acronis Germany.
6. **Dirk Müller** (34) ist seit dem 1. Februar neuer Pressereferent bei der Inxmail GmbH in Freiburg. Er wurde Nachfolger von **Tanja Steinbach**, die in Elternzeit ging. Müller berichtet an die Geschäftsführer **Martin Bucher** und **Peter Ziras**. Zuvor war er seit 2008 für die Pressearbeit des Softwareherstellers United Planet verantwortlich.

Personalien compact - Sonstige (8) (11. KW-2014)

1. **Steffen Hebestreit** wird nach einem Bericht von „[Newsroom.de](#)“ neuer Sprecher der seit Ende Januar amtierenden neuen SPD-Generalsekretärin **Yasmin Fahimi** in Berlin. Hebestreit soll sein neues Amt am 17. März antreten. Hebestreit berichtet seit 2006 als politischer Korrespondent aus Berlin, zunächst für die „Frankfurter Rundschau“ und seit 2010 für die DuMont Redaktionsgemeinschaft und damit für die Zeitungen „Kölner Stadt-Anzeiger“, „Berliner Zeitung“ und „Mitteldeutsche Zeitung“. Wer sein Nachfolger in der DuMont Redaktionsgemeinschaft wird, ist noch unklar.

2. **Susan Krambo** (41) verstärkt das Team der Promerit Management Consulting AG in Frankfurt am Main. Die erfahrene Corporate Communications- und Marketingspezialistin berät ab sofort als Managing Consultant Kunden der Unternehmensberatung zu den Themen Employer Branding sowie zum Schnittstellenmanagement zwischen Human Resources Management und Corporate Communications.
3. **Christin Nase** (27) ist seit Februar neue Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Knesebeck Verlag in München. Nach ihrem Volontariat im Knesebeck Verlag wird sie nun Nachfolgerin von **Florens Eckert**, der drei Jahre für den Verlag tätig war und nach seiner Elternzeit nicht zurückkehren wird. Nase wird unterstützt von **Dominik Schäfer**, der seit Februar in der Presseabteilung des Verlags volontiert.
4. **Ulrich Hinz** (51) leitet seit dem 1. Januar die neu geschaffene Abteilung Kommunikation bei der Stiftung der Deutschen Wirtschaft (sdw) in Berlin. Hinz berichtet an den Generalsekretär **Arndt Schnöring**. Zuvor war Hinz bei der sdw Projektleiter für das Studienförderwerk und zuletzt Bereichsleiter Studienkompass.
5. **Michael Engesser** (34) ist seit dem 1. März neuer Pressesprecher bei der DGB Rechtsschutz GmbH in Düsseldorf. Die Abteilung ist neu gegründet worden. Gleichzeitig ist er auch Chefredakteur der Zeitschrift „Arbeit und Recht“. Engesser berichtet direkt an den Geschäftsführer **Reinhard-Ulrich Vorbau**. Von 2011 bis zuletzt war Engesser Regionalleiter Bayer beim DGB Rechtsschutz.
6. **Olaf Glaeseker**, der frühere Sprecher von Ex-Bundespräsident **Christian Wulff**, ist in dem Korruptionsverfahren, das gegen ihn angestrengt wurde, nicht verurteilt worden. Das Landgericht Hannover stellte das Verfahren am 11. März gegen eine Zahlung von 25.000 Euro an die Landeskasse ein. Das Gericht folgte damit einem Antrag der Verteidigung und der Staatsanwaltschaft. Auch der ebenfalls angeklagte Eventmanager **Manfred Schmidt** muss eine Auflage in gleicher Höhe zahlen. Darüber hinaus soll Schmidt noch jeweils 2.500 an zwei gemeinnützige Einrichtungen überweisen. Beide Angeklagte, Glaeseker und Schmidt, gelten damit als nicht vorbestraft.



7. **Christian Staf** (31) unterstützt als neuer wissenschaftlicher Mitarbeiter die Öffentlichkeitsarbeit des Bundestagsabgeordneten **Egon Jüttner** (CDU). Der PR-Berater und Wirtschaftsjurist war zuvor Volontär in der Unternehmenskommunikation der Stadtwerke Heidelberg und freier Journalist, unter anderem für das Medien-Team der Stadt Mannheim. Bereits während des Studiums hat er mehrere Jahre für verschiedene Landtags-Bundestags- und Europaabgeordnete gearbeitet.
8. **Jörn Adler** (38) arbeitet seit dem 1. März als Referent PR und Public Affairs für den Interessenverband, der in Berlin unter dem Dach des Bundesindustrieverbands Technische Gebäudeausrüstung (BTGA) eng kooperiert. Im gemeinsamen Hauptstadtbüro in der neuen TGA-Repräsentanz lassen sich der Fachverband Gebäude-Klima (FGK), der Bundesindustrieverband Deutschland Haus-, Energie- und Umwelttechnik (BDH), der BTGA und der Herstellerverband RLT-Geräte (RLT-Herstellerverband) gemeinsam vertreten. Zuvor arbeitete Adler von 2012 bis 2013 als wissenschaftlicher Mitarbeiter beim FDP-Bundestagsabgeordneten **Manfred Todtenhausen**.

Personalien compact - Agenturen (4) (11. KW-2014)

1. **Petra Pahlke-Schäfers** startet im April als neue Mitarbeiterin bei der Kölner Agentur eickhoff kommunikation. Pahlke-Schäfers kommt vom Deutschen Ärzte-Verlag, wo sie als Verkaufsleiterin Anzeigen für das

„Deutsche Ärzteblatt“ tätig war. eickhoff kommunikation wurde vor drei Jahren von **Jasmin Eickhoff** gegründet und hat heute zehn Mitarbeiter. Die Agentur hat sich auf die Gesundheitsbranche spezialisiert und bietet Medienarbeit, Medical Writing und kreative Projekte für Health Care Professionals an.

2. **Matthias Biebl** (41) macht sich ab April zusammen mit **Katharina Ehrmann** (27) mit der Kommunikations- und Strategieberatung rlvt Beratung für Relevanz und Reputation in Hannover selbstständig. Biebl war zuletzt Director Corporate and Consumer Affairs bei Danone und in der Geschäftsleitung für die Bereiche Kommunikation, Nachhaltigkeit, Qualität und Recht zuständig. Ehrmann war zuletzt als selbstständige Kommunikationsberaterin tätig.
3. **Anton Martic** ist neuer Group Head Account Public Relations bei der Stuttgarter Agentur Roth & Lorenz GmbH. Martic, der Mitglied im Führungsteam der Agentur ist, soll die Bereiche klassische Pressearbeit sowie Event- und Online-Kommunikation stärker miteinander verschmelzen. Zuletzt war er stellvertretender Geschäftsführer der Agentur TOC in Oberhaching und dort vorwiegend für Kunden aus dem Sportbereich tätig.
4. **Martin Hofer**, der frühere Leiter der TV-Nachrichtensendung „10vor10“ und Chefredakteur des „Sonntagsblicks“, wird Managing Director und Partner bei YJOO Communications. Das berichtet der „Klein Report“. Ab Juni leitet Hofer den Standort Zürich gemeinsam mit CEO **Nina Krucker**. Krucker hatte selbst erst zum 1. Februar das Zepter von **Martin Zahner** übernommen. Der neue Agenturchef Hofer war zuvor unter anderem bei Burson-Marsteller tätig. Zuletzt war er Mitglied der Geschäftsleitung bei Farner Communications.

Etats

Etats compact (10) (11. KW-2014)

1. Impfstoffhersteller Novartis Vaccines, Holzkirchen, und Centrum für Reise- und Tropenmedizin, Berlin



- was: Aufklärungskampagne auf Raststätten der Tank & Rast GmbH zu Schutzimpfungen gegen Meningokokken-Bakterien
an: **Ketchum Pleon**, München
2. Warner Bros. Studio Tour London
was: Pressearbeit für Harry-Potter-Zauberwelt
an: **uschi liebl pr**, München
3. Auktionshaus Sotheby's, Niederlassung Zürich
was: Presse- und PR-Arbeit in der Schweiz
an: **Fatzerlmbach AG**, Zürich
4. Schwartauer Werke GmbH & Co. KGaA, Bad Schwartau
was: Neuer Unternehmensauftritt und Kampagne „Echt gut gemacht“
an: **BrawandRieken Werbeagentur GmbH** und **segmenta communications**, beide Hamburg
5. EDM Einfach Direkt Media, Berlin
was: B-to-C- und B-to-B-PR und Social Media für die Online-Plattform einfachlotto.de
an: **cocodibu GmbH**, München
6. IT-Unternehmen BCT Deutschland GmbH, Aachen
was: PR-Beratung, Pressearbeit, Kundenmagazin "BCT Transfer"
an: **timtomtext GbR**, Aachen
7. Online-Händler vente-privee.com, La Plaine Saint Denis (Nähe Paris)
was: Pressekonferenz und Pressearbeit, PR
an: **KPRN network GmbH**, Frankfurt am Main
8. Britax Römer Kindersicherheit GmbH, Ulm
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Social Media
an: **F&H Public Relations GmbH**, München
9. Travel Charme Hotel GmbH, Berlin
was: Presse- und PR-Arbeit zur Steigerung der Bekanntheit

an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München

10. Harley-Davidson Charity-Fonds, Wien
was: Ehrenamtliche PR für die Harley-Davidson Charity-Tour in Österreich

an: **Robin Consult Kommunikation für Helden**, Wien

Branche

Experten zum HR BarCamp 2014: „Candidate Experience“ steht im Vordergrund

Das HR BarCamp Berlin hat das Potenzial, die innovativste Veranstaltung für Personal- und Experten für Personalkommunikation zu werden. Inhaltliche Schwerpunkte sind in erster Linie Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting – alles Bereiche, die auch für PR eine Rolle spielen. In Berlin trafen sich am 6. und 7. März viele der experimentierfreudigsten und kommunikativsten Personal- aus Deutschland, mit deutlicher ausländischer Beteiligung.

Einige von ihnen hatte „PR-Journal“-Redaktionsmitglied Helge Weinberg zum diesjährigen Top-Thema befragt. Oft genannt wurde der Umgang mit Bewerbern, die „Candidate Experience“. „Mobile Recruiting“ war ebenfalls ein wichtiges Thema. In Berlin war es schon deshalb von Interesse, weil die Allianz die Ergebnisse ihres Mobile Recruitings vorstellte. Hier kommen die Antworten der Experten:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

komm.passion-Dossier 02/2014: Wie geht eigentlich Energiewende? - Die Fakten. Der Meinungsstreit.

Mit der Energiewende ist es ein bisschen wie mit dem Gordischen Knoten. Das Geflecht von Inte-



ressen, technischen Anforderungen und rechtlichen Rahmenbedingungen scheint so dicht und unauflösbar miteinander verwoben zu sein, dass es schon einen Helden braucht, um diesen Knoten zu lösen. Aber wie sehen die nächsten Schritte eigentlich aus? Werfen Sie mit uns einen Blick in die

Zukunft der Energiewende!



Das vollständige Dossier von *Ivonne Straka* und *Markus Gaier* vom *komm.passion-Büro Berlin* [hier online weiterlesen](#).

PR Career Center gründet PRCC Personalberatung aus

Die Personalberater Thomas Lüdeke (Foto rechts) und Philip Müller (Foto links) haben in Düsseldorf die



PRCC Personal- und Unternehmensberatung GmbH gegründet. Das neue Unternehmen bündelt und erweitert die HR-Services, die bisher im PR Career Center verortet waren. Das 2009 ins Leben gerufene PR Career Center bleibt als Karriereportal und -beratung für Young Professionals bestehen. Thomas Lüdeke und Philip Müller sind gleichzeitig noch Geschäftsführer der Deutschen Akademie für Public Relations GmbH (DAPR), die ebenfalls ihren Sitz in Düsseldorf hat und Aus- und

Fortbildungen sowie Seminare zur Vorbereitung auf die Abschlussprüfung vor der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der Deutschen Kommunikationswirtschaft PZOK anbietet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jury der Cannes Lions 2014: Zwölf deutsche Kreative urteilen mit



Die deutsche Kreativszene ist bei den Cannes Lions gut vertreten. Das zeigt die Besetzung

der Jurys beim „International Festival of Creativity Cannes“. Nach einer Pressemitteilung der Weischer.Media GmbH & Co.KG, Hamburg, wurden zwölf deutsche Agenturvertreter in die Fachjurys gewählt. Mit dabei bei einem der weltweit wichtigsten internationalen Werbefestivals, das vom 15. bis 21. Juni an der Côte d’Azur stattfindet, ist in diesem Jahr Petra Sammer von Ketchum Pleon. Sie hat einen Platz in der Jury für den PR-Preis erhalten. Deutschland zählt erneut zu den zahlenmäßig am stärksten vertretenen Nationen in der Cannes-Jury. WerbeWeischer ist langjähriger deutscher Repräsentant des Cannes Lions International Festival of Creativity. Wer sind die anderen deutschen Juroren bei den Cannes Lions 2014?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Marken-Awards 2014 in Düsseldorf vergeben



Rund 1.000 Gäste aus Management, Marketing, Medien und Agenturen feierten am 12. März im Düsseldorfer Musical-Theater „Capitol“ die Verleihung des Marken-Award 2014 im Rahmen der „Night of the Brands“. Der Preis für die „Beste Neue Marke“ ging an Ebike. Der „Beste Marken Relaunch“ gelang Alpro für die erfolgreiche Neu

positionierung der Marke im Markt der pflanzlichen Milchalternativen. Mit Nivea In-Dusch konnte Beiersdorf einen neuen Standard in der Körperpflege setzen und erhielt den Award für die „Beste Marken-Dehnung“. Für die Schaffung einer neuen Markenarchitektur wurde Bilfinger mit einem Sonderpreis geehrt. „absatzwirtschaft“ – Zeitschrift für Marketing und der Deutsche Marketingverband (DMV) zeichnen mit dem Marken-Award zum 14. Mal Unternehmen für exzellente Leistungen in der Markenführung aus. (Foto: Ralf E. Strauß begrüßte die Gäste als Präsident des Deutschen Marketing-Verbandes.)



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (2) (11. KW-2014)

1. Die dpa-Tochter news aktuell und das Magazin „pressesprecher“ haben den **Startschuss für den neunten PR-Bild Award** gegeben. Damit hat die Suche nach den **besten PR-Bildern des Jahres** in den Kategorien Unternehmenskommunikation, Event und Messe, Produktfoto, Portrait, NGO-Foto sowie Tou-

rismus, Freizeit und Sport. begonnen. Bis zum **20. Juni** sind Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen aus der Region DACH aufgerufen, ihre besten PR-Bilder der letzten zwölf Monate einzureichen. Zu weiteren Informationen und zur Anmeldung geht es hier [direkt auf Award-Website](#).

- Das „[büro für sinnstiftung](#)“ hat **Sandro Abbate in Köln** gegründet. Sein Anliegen: authentische Unternehmenskommunikation. Abbate ist davon überzeugt, dass Menschen zunehmend ihr Sinnbedürfnis im Berufsleben und im Konsum stillen wollen. So will er für seine Auftraggeber nachhaltige Kommunikation mit wirtschaftlichem Erfolg kombinieren. Vor seinem Schritt in die Selbständigkeit war er während der letzten zehn Jahre für verschiedene Unternehmen in der Industrie und der Agenturbranche tätig. Zuletzt bei einer Markenberatung in Köln.



Russische PR-Beilage in der Süddeutschen Zeitung gestoppt

Die „Süddeutsche Zeitung“ (SZ) zieht die Reißleine. Wie der Mediendienst [„turi2.de“](#) berichtet, wird die monatliche PR-Beilage „Russland Heute“, die in den kommenden Tagen erneut in Deutschland über die „SZ“ hätte verteilt werden sollen, im März nicht ausgeliefert. Schon in den vergangenen Wochen hatten „SZ“-Redakteure ihre Vorbehalte gegenüber der von der russischen Staatszeitung „Rossijskaja gaseta“ finanzierten Beilage zum Ausdruck gebracht. So zitiert [„turi2.de“](#) den stellvertretenden „SZ“-Chefredakteur Wolfgang Krach, er halte die PR-Beilage zu einem Zeitpunkt, da Russland Soldaten und Panzer auf die Krim schicke, für „grundsätzlich nicht richtig“.



Foto: Der Online-Ableger von "Russland heute".
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Spiegel, Bild und Focus dominieren mobile Newsangebote

Die drei meistgenutzten Nachrichtenangebote im mobilen Internet sind „Spiegel online“, „Bild.de“ und „Focus online“. Alle drei konnten sich nach den aktuellen AGOF mobile facts 2013-III-Report erheblich steigern. Die AGOF, die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung, ist ein Zusammenschluss der führenden Online-Vermarkter in Deutschland. Mit ihrer standardisierten Online-Reichweiten-ermittlung sowie den umfassenden Daten rund um die Nutzung digitaler Medien, will die AGOF das klassische und das mobile Internet transparent und planbar für Werbeträger machen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (2) (11. KW 2014)

1. Der **deutsche Presserat** veröffentlichte am 11. März insgesamt **vier Rügen und elf Missbilligungen** für verschiedene Medien. 24 Beschwerden waren nach Meinung des Presserates unbegründet. Ein Rüge traf die Online-Tochter der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“, „FAZ.net“. Das Online-Medium hatte Spekulationen über den Gesundheitszustand des Limburger Bischofs Tebartz-van Elst veröffentlicht, ohne den Betroffenen oder die Quelle zu Wort kommen zu lassen. Weitere Rügen erhielten die Zeitschrift „Das goldene Blatt“, die „Dithmarsche Landeszeitung“ und „Bild.de“. Weitere Informationen direkt auf der [Website des Presserates](#).
2. **Andreas Rüttenauer** (44) ist neuer, gleichberechtigter Chefredakteur der „tageszeitung“ (taz) in Berlin neben **Ines Pohl** (47). Ab dem 1. April nimmt die neue Doppelspitze ihre Arbeit auf. Rüttenauer, der aus München stammt, volontierte bei der „Süddeutschen Zeitung“. Seit dem Jahr 2001 war er freiberuflich für die „taz“ tätig, 2006 wurde er als Redakteur in der Sportredaktion angestellt. Später gehörte er dann dem Redaktionsrat der „taz“ und war beteiligt an der Ausarbeitung des aktuellen Redaktionsstatuts.

Social Media

Social Media Webinar

Die Deutsche Presseakademie in Berlin startet am 5. Mai zum zwölften Mal die praxisorientierte Online-Weiterbildung mit Abschluss zum „Social Media Manager (depak)“. Das Angebot, das bis zum 2. Juli 16 Live-Module zwischen 90 und 120 Minuten umfasst, richtet sich an PR-Praktiker, die ihre Kenntnisse zur Kommunikation in und mit sozialen Medien vertiefen möchten. Die Teilnahmekosten betragen mit Frühbucherrabatt bis zum 18. April 1.390 Euro, danach wird es teurer. Alle Interessenten lädt die depak ein, an einem kostenlosen Informationswebinar am Donnerstag, 3. April, von



17 bis 18 Uhr teilzunehmen. In der Livesitzung stellt Referent Oliver Albiez Aufbau und Inhalte der Weiterbildung vor. Anmeldungen zum Vorab-Webinar sind [unter diesem Link](#) möglich.

Studie zu Social Media in der internen Kommunikation: Vertane Chancen



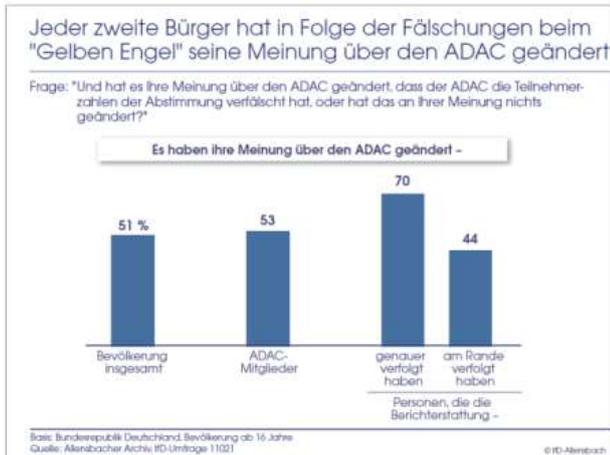
Obwohl sich zwei Drittel der deutschen Unternehmen davon einen besseren Wissenszugang versprechen, spielen soziale Medien in der internen Firmenkommunikation bei deutlich über 80 Prozent nur eine kleine oder sehr kleine Rolle. Das ist ein

Ergebnis einer Befragungsstudie unter 591 Unternehmensvertretern, die jetzt die MHMK, Macro-media Hochschule für Medien und Kommunikation, München, in Kooperation mit der MCCM Consulting GmbH aus Köln veröffentlicht hat. Ob Facebook, Instagram, Tumblr, Twitter oder Youtube – „Social Media“ sind aktuell in fast allen Unternehmensbereichen ein Thema. Zumeist konzentriert sich das Augenmerk dabei auf den Einsatz entsprechender Dienste in der externen Kommunikation. Welches große Potenzial diese jedoch auch intern in der Unternehmensentwicklung im Sinne von Enterprise 2.0 bieten können und inwieweit dieses Potenzial bereits gehoben wird, haben jetzt MHMK-Studierende unter Leitung ihres Professors Holger Sievert und dem unabhängigen Berater Horst Pütz untersucht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Reputation Management

Allensbach: ADAC büßt Vertrauen ein



Jeder zweite Bundesbürger hat seine Meinung über den ADAC geändert und ist insbesondere bei den Testberichten kritischer als zuvor. Der Vertrauensverlust erstreckt sich jedoch nicht auf den Pannendienst des ADAC. Im Gegenteil, dieser Service hat so hohes Ansehen, dass die Imagewerte nicht ins Bodenlose gesunken sind. Das sind Ergebnisse die das IfD Institut für Demoskopie Allensbach mit einer Befragung von 1.517 Personen ab 16 Jahre ermittelt hat. Das Institut hatte bereits während der ersten beiden Februar-Wochen seine Untersuchung angestellt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR Unternehmensverantwortung

Wochen der Nachhaltigkeit

Die Diskussion über Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) ist weitreichend und behandelt Themen wie Mobilität, Wirtschaftswachstum, Energie und Artenvielfalt. Auch die so genannte Generation Y mischt kräftig mit und fordert sinnstiftende Aufgaben von ihren Arbeitgebern.

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

bern. Das Deutsche CSR-Forum in Stuttgart lädt daher alle Interessenten ein, sich für Nachhaltigkeit in allen Lebensbereichen zu engagieren und bietet dafür eine öffentliche Plattform: Vom 7. April bis zum 11. Mai finden die fünften bundesweiten „Wochen der Nachhaltigkeit“ statt. Außer vom CSR-Forum werden sie noch von der Stiftung Entwicklungs-Zusammenarbeit Baden-Württemberg (SEZ) ausgerufen. Aktionen von Teilnehmern wie ein Seminar oder ein Tag der offenen Tür werden auf der [Webseite für die Nachhaltigkeitswochen](#) aufgenommen. Die fünf originellsten Ideen werden mit einer Urkunde prämiert. Der originellste Beitrag wird im Rahmen der Verleihung des Deutschen CSR-Preises am 7. Mai in Ludwigsburg ausgezeichnet.

K:KK = Kocks: Kein Kommentar

Auch daneben ... Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR (6)

Null-Null-sieben-PR: die geheimen Agenten der Agenturen



In good old Germany ist der Respekt vor den Geheimdiensten nicht sehr ausgeprägt. Mit James Bond ist hier kein Staat zu machen. Als ehemalige Geheimdienstler konnte man in den fünfziger Jahren alte Nazis treffen. Und heute laufen vor allem schmutzige Stasi-Figuren herum, die wie die Gestapo-Schergen jeweils bereits ein Regime ruiniert haben, also nur wissen, wie es nicht geht. Das ist in London anders. Meine Partneragentur hat einen eigenen James Bond für's Grobe; seine Lordschaft war eine große Nummer beim MI6. Hier an der Themse wie in Washington gibt es zahlreiche Sicherheitsfirmen, in denen pensionierte Abwehrleute oder Geheimdienstkräfte mit Kriminalern und Kriminellen ihre Dienste anbieten, die bei der Beschaffung von Informationen oder dem Hacken von Computern beginnen, aber dort nicht enden. Man versteht sich auch auf die Fälschung von Dokumenten und deren Verbreitung. Schwarze PR also, Unterstützung für die Agenturen von BurgerKing wie McDonald's, Nestlé oder Walmart, Shell und BP, E.ON oder EdF, alles erste Adressen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Zielgruppe, Zielgruppe, Zielgruppe (2)

Teil 2 von 3: Was wollen 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, 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.

„U40“ ist keine Antwort auf die Frage nach einer Zielgruppe. Auch dann noch nicht, wenn man sie als Digital Souveräne bezeichnet und geklärt hat, mit welcher technischen Infrastruktur und Medienkompetenz sie ausgestattet ist, und einen Blick auf die Usability geworfen hat. Wir müssen uns fragen, welche Motivationen die Zielgruppe hat, um eine Kampagne zu unterstützen. Wir erinnern uns an das Beispiel: Eine NGO möchte eine Kampagne entwickeln, die online große Verbreitung findet. Wer also ist die Zielgruppe? Und was will sie?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gerücht: Fakten zu Thema Ukraine können nur stören – oder?



(nsb) „Geschichte ist die Lüge, auf die man sich geeinigt hat“, meinte Voltaire. Es ist erstaunlich, wie grob manche Medien die Wahrheit wegberichten, wenn sie ihr Weltbild stört. Der „Deutschlandfunk“ war heute so ehrlich, über die fassungslosen bis empörten Reaktionen vieler Hörer zu informieren. Aber dann bekam „der Historiker“ Gerd Koenen das Wort, der solchen Widerspruch als Folge einer romantischen Verklärung Russlands einstufte. Außerdem sei die Lage

„für den Massenverstand zu komplex“. Wie bitte – die Deutschen sind der russischen Seele verfallen und außerdem etwas zu blöd?

Sind selbst unsere „Qualitätsmedien“ nicht mehr bereit oder in der Lage, sauber zu recherchieren und wertfrei zu berichten?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Bildung compact (2) (11. KW-2014)

1. Die **Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR)** lädt Arbeitnehmer und Arbeitgeber zu einem [Informationsabend](#) am 19. März in die Düsseldorfer Schwanenhöfe ein. DAPR-Geschäftsführer Philip Müller wird darüber sprechen, welche Kernkompetenzen für den Kommunikationsalltag heute unabdingbar sind. Er wird das aktuelle **DAPR-Seminarprogramm** vorstellen, mit besonderem Augenmerk auf die Grundausbildung und den Social Media Manager. Beide Angebote starten im Mai erstmals im neuen Seminarzentrum in Düsseldorf. Interessenten werden gebeten, sich formlos [per E-Mail](#) anzumelden.
2. **Drei Online-Seminare und ein Praxis-Workshop** – so will die **PR-Gateway Academy** PR-Fachleute auf den neuesten Wissensstand bringen. Die drei Module kosten je 99 Euro, sie beginnen um 11 Uhr und dauern 45 Minuten: 1. „So finden Sie relevante Themen für Ihre Zielgruppe im Web 3.0“, 15. April, 2. „Texte schreiben, die Leser magnetisch anziehen“, 6. Mai, und 3. „Texten für Leser und Suchmaschine“, 3. Juni. Den Abschluss bildet am 26. Juni ein ganztätiger Praxis-Workshop in Düsseldorf zum Preis von 699 Euro. Thema: „Von der Themenfindung bis zur Textoptimierung“.

Studien

Samsung und Nivea auf Siegeszug im Vertrauen der Konsumenten



Konsumenten teilen ihre Marken- und Produkt-Erfahrungen mit anderen – sowohl im Guten wie im Bösen. Schlechte Erfahrungen sprechen sich dabei viel schneller herum, wie die aktuelle Studie Reader's Digest European Trusted Brands 2014 belegt. Dabei fußt Markenvertrauen vor allem auf Qualität und guten Service-Erfahrungen, denn jeder zweite Verbraucher wechselt bei schlechtem Service die Marke. Samsung hat sich in sämtlichen Marken-Disziplinen offensichtlich stark weiter entwickelt, wie der Erfolgskurs in mehreren Ländern zeigt. Auch in Deutschland, wo Samsung den Konkurrenten Nokia mit wachsendem Abstand hinter sich lässt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien compact (1) (11. KW-2014)

1. Die **Mitarbeiterzeitschrift wird multimedial**. Multichannel-Publishing wird in der Internen Kommunikation Realität. Das ist ein erstes Ergebnis der im Februar 2014 gemeinsam von Kuhn, Kammann & Kuhn, Köln, und dem Anbieter für Weiterbildung SCM – School for Communication and Management, München, durchgeführten **Studie**. Die Experten setzen künftig vor allem auf Online- (86,0 Prozent) und gedruckte Magazine (71,2 Prozent), aber auch auf Magazin-Apps (69,4 Prozent). Weitere Ergebnisse folgen im April. Ein zweiseitiges PDF mit den Zwischenergebnissen kann auf der [Agenturwebsite von Kuhn, Kammann & Kuhn](#) heruntergeladen werden.

Termine

Termine compact (5) (11. KW-2014)

1. Für herausragende Marketingleistungen wurde die **Lindt & Sprüngli GmbH** mit dem Deutschen Marketing-Preis 2013 des Deutschen Marketing-Verbands e. V. (DMV) ausgezeichnet. Am **9. April** ist der Preisträger zu **Gast beim Marketing-Club Köln/Bonn** e. V. Heike Bootz, Marketing-Direktorin der Lindt & Sprüngli GmbH, wird an diesem Abend präsentieren, was markenorientierte Unternehmensführung für die traditionsreiche Schokoladenmarke bedeutet und wie es Lindt & Sprüngli gelang, in einem hart umkämpften Markt erfolgreich neue Zielgruppen zu erobern.
2. Wer macht die besten Zeitungen in Europa? Wer ist vorn bei elektronischen Angeboten? Wer verfolgt spannende Konzepte? Diese und viele weitere Fragen werden vom **4. bis 6. Mai** auf dem **europäischen Zeitungskongress in Wien** beantwortet. Die zentralen Themen in diesem Jahr lauten: „Der neue Roboter-Journalismus“, „Teambuilding in der Redaktion“ und „Best Cases“. Zum Kongressprogramm führt [dieser Link](#). Die Teilnahme kostet 560 Euro.
3. Nur noch wenige Tage, dann endet am **21. März die Bewerbungsfrist** für die Einreichungen zum **Deutschen Preis für Onlinekommunikation 2014**, der vom Berliner Helios-Verlag ausgeschrieben wird. Der Preis wird in 37 Kategorien vergeben. Noch haben Interessenten Zeit, sich in den Bereichen Online-Kampagnen und -Strategien, Online Media und Tools, Social Media und Community sowie für die Hauptkategorien Social-Media-Kampagne, Online-Strategie und Innovation des Jahres zu bewerben. Weitere Informationen finden sich auf der [Website für den Online-Preis](#). Konkrete Fragen beantwortet auch Helios-Mitarbeiterin Stefanie Höse per Telefon 030 / 84 85 91 29 oder [E-Mail](#).
4. Der Landesverband Nordrhein-Westfalen des Deutschen Journalistenverbandes veranstaltet am **29. März** den „**freientag.digital 2014**“ im **Journalistenzentrum Haus Busch** in Hagen. Von 10:30 Uhr bis 17:00 Uhr werden in sechs verschiedenen **Workshops Themen wie Mobile Reporting, Storytelling oder**

Krisenkommunikation behandelt. Die Teilnahme für DJV-Mitglieder kostet 30 Euro, für Nicht-Mitglieder 60 Euro, jeweils inklusive Verpflegung. Für Bahnreisende steht am Hager Hauptbahnhof ein Shuttle zum Haus Busch zur Verfügung. Anmeldung und weitere Informationen direkt auf der [Website zum „freientag“](#).

5. Am **5. und 6. Mai** treffen sich rund 1.800 Teilnehmer zur **NEXT Berlin**, einer renommierten Tech- und Marketingkonferenz. Im Berliner Congress Center (bcc) werden international bekannte Entrepreneure und Führungskräfte erwartet. Im Fokus der Vorträge und Panels stehen die Evolution des Autos und die Revolution unserer Bezahlssysteme, tragbare und unsichtbare Interfaces, das neue Internet der Dinge, der Umgang mit Daten und die Transformation von Unternehmen durch die Digitalisierung. Neuer Partner der Veranstaltung ist die **dfv Mediengruppe** in Frankfurt am Main.

Literatur

Cool durch Wirbel und Wandel – Wie Manager Souverän bleiben



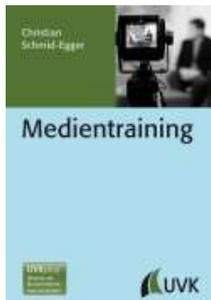
Titel: Cool durch Wirbel und Wandel; Wie Manager souverän bleiben – Dynamic Mindfulness; Autor: Herbert Schreib; Verlag: Linde 2014; 208 Seiten; 19,90 Euro; ISBN-10: 3709305489

Zugegeben: Ich habe Vorurteile. Vorurteile gegenüber knarrenden Büchern. Gegenüber zu straff gebundenen Werken. Gegenüber Naturbildern auf Management-Literatur. Aber, wie Viktor Emil Frankl es ausdrückt: „Was mag mich zum Klettern bewogen haben? Offen gesagt, die Angst davor.“ Und deswegen möchte ich wissen, wie ich Cool durch Wirbel und Wandel komme. Herbert Schreib stellt in seinem aktuellen Buch Dynamic Mindfulness als

Weg vor, wie Manager souverän bleiben. Und während er sich schon im Vorwort dafür entschuldigt, dass es sich dabei um ein keinesfalls neues Thema handelt, baut er ein Bild von Wasserfällen, Strudeln, Seen und Meeren auf, das dem Manager ermuntern soll, einfach hinein zu springen in die Wellen und Walzen des Alltags. Spätestens dann wird es mir zu nass.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medientraining: Bibel der Medien ... leider nicht



Titel: Medientraining; Autor: Christian Schmid-Egger; Verlag: UVK 2013; 222 Seiten; 24,99 Euro; ISBN-10: 386764375X

Wer unternehmerisch erfolgreich sein will, muss sich mit den Medien gut stellen. Und das nicht über glänzenden Glückwunschkarten und Einladungen zu eigenartigen Events, sondern durch einen aufrichtigen Austausch auf Augenhöhe. Das gilt im persönlichen Gespräch ebenso wie im Social Media Bereich, in Radio- wie in TV-Interviews. Christian Schmid-Egger will in seinem aktuellen Buch „Medientraining“ zeigen, wie man die Chance eines Medienauftritts für sich nutzen kann. Dabei geht er nicht nur auf Interviewformen, Sprechweisen und Ausweichtechniken ein, sondern nimmt sich auch der Themen Lampenfieber, Expertenpositionierung und YouTube an. Auch Krisen und Talkshows, der veränderte Medienmarkt und Körpersprache werden thematisiert.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Literatur compact (1) (11. KW-2014)

1. Für Unternehmen ist es in den vergangenen Jahren schwieriger geworden, mit selbst bestimmten Inhalten in den Medien präsent zu sein. Dennoch: Mit der richtigen Strategie

bleibt PR ein effektiver Weg, mit seinen Zielgruppen zu kommunizieren. In der zweiten Auflage des Ratgebers „Crashkurs PR“ (Verlag C.H.Beck) zeigt Autor Kai Opper, mit welchen Inhalten Unternehmen und andere PR-Treibende bei Redaktionen punkten können. Opper ist Mitinhaber der Münchner Agentur scrivo Public Relations und Mitgründer des Portals Recherchescout, das Journalisten mit PR-Schaffenden zusammenbringt.

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (54)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- [Volontariat Schwerpunkt Finanzthemen, Hamburg](#)
- [PR-Volontär/in, Bremen](#)
- [Münchener GPR-Agentur sucht PR Junior Berater \(w/m\)](#)
- [Senior-PR-Berater/in / PR-Berater/-in / PR-Volontär/-in, Düsseldorf](#)
- [PR-Berater \(m/w\), Berlin](#)
- [PR-Junior \(w/m\) für Auto & Technik, Mülheim a.d.R.](#)

- *Jungredakteur Wirtschaft/Finanzen (m/w), Hamburg*
- *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*

Unternehmen

- *Promotions Manager/in Customer Care für unseren Kunden Coca-Cola Deutschland*
- *Manager External Relations/Sales Communication (m/w), Düsseldorf*
- *MitarbeiterIn Öffentlichkeitsarbeit/Marketing in Berlin - ab sofort*
- *Redakteur/Texter (w/m), Freiburg*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

17. März 2014 um 20:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.546 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) - "Keli-

kowskys 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; Carolina 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: anzei-gen[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](mailto:redaktion[at]pr-journal.de)

URL: pr-journal.at; pr-journal.ch; pr-journal.com; pr-journal.info; pr-journal.net; agenturcaffe.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](#)