

PR-Journal Newsletter

Nr. 420 / 12. KW 2014

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 420. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 45 Einzelmeldungen):

1. [Blockurlaub verpflichtend – Orca-Affairs will Work-Life-Balance ernst nehmen](#)
2. [CDU/CSU-Bundestagsfraktion ordnet Kommunikation neu](#)
3. [Personalien compact - Sonstige \(3\) \(12. KW-2014\)](#)
4. [Personalien compact - Unternehmen \(5\) \(12. KW-2014\)](#)
5. [Personalien compact - Agenturen \(6\) \(12. KW-2014\)](#)
6. [Etats compact \(17\) \(12. KW-2014\)](#)
7. [Press'n'Relations eröffnet Büro in Berlin](#)
8. [Netzwerk von Tourismus-PR-Agenturen stellt sich neu auf](#)
9. [Agenturen compact \(4\) \(12. KW-2014\)](#)
10. [komm.passion-Dossier Nr. 03/2014: Generation Warum und die Suche nach dem Sinn](#)
11. [CIPR unterstützt European Communications Convention - Deutsche PR kann sich international präsentieren](#)
12. [Health Media Award für die beste Gesundheitskommunikation](#)
13. [Ausschnitt verbessert Service: neues Media Monitoring und Analyse Portal](#)
14. [Hornbach-Spot „Und was bleibt von Dir?“ ist bester Werbefilm 2014](#)
15. [Medien compact \(3\) \(12. KW 2014\)](#)
16. [hy! Summit Berlin: großes Optimierungspotenzial in der Zusammenarbeit zwischen der Old und New Economy](#)
17. [Die wichtigsten Köpfe in „Social Media und Kommunikation“](#)
18. [Die eierlegende Kommunikations-Wollmilchsau: It's all about Relations](#)
19. [Umfrage: Social Media im B-to-B-Bereich angekommen](#)
20. [Social Media compact \(1\) \(12. KW-2014\)](#)
21. [CSR compact \(3\) \(14. KW-2014\)](#)
22. [Zielgruppe, Zielgruppe, Zielgruppe \(3\)](#)
23. [Gericht: Rohes Fleisch – Tatar, Carpaccio und Carne Cruda](#)
24. [Wie viele PRler verkräftet der Markt?](#)

25. [Bevölkerung wenig zufrieden mit der Kommunikation von Unternehmen und Organisationen](#)
26. [Studie: Personalabteilungen haben ein Imageproblem](#)
27. [Termine compact \(2\) \(12. KW-2014\)](#)
28. [Tipps compact \(2\) \(12. KW-2014\)](#)
29. [Löffler: "Think Content!: Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web"](#)
30. [Jobbörse](#)
31. [Impressum](#)

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

Seite 1

Blockurlaub verpflichtend – Orca-Affairs will Work-Life-Balance ernst nehmen



Zwangsurlaub für Mitarbeiter? – Ja, aber wohl im besten Sinne: Die Agentur Orca-Affairs, Berlin / München, hat rückwirkend zum 1. Januar 2014 eine neue Urlaubsregelung für ihre Mitarbeiter in Kraft gesetzt: Demnach sind die festangestellten Mitarbeiter verpflichtet, einmal pro Jahr einen dreiwöchigen Blockurlaub zu nehmen. Nach Angaben der Agentur ist dafür ein eigener Passus als Zusatzvereinbarung in die Arbeitsverträge aufgenommen worden. Darüber hinaus müssen die Mitarbeiter für die Zeit des Urlaubs ihre Firmenhandys abgeben. (Foto: Michael T. Schröder, Geschäftsführer der Orca-Gruppe)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

CDU/CSU-Bundestagsfraktion ordnet Kommunikation neu

Ulrich Scharlack (51), seit 2010 Pressesprecher der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag, hat zusätzliche Aufgaben übernommen. Im Zuge einer Neuordnung werden seit dem 1. März die drei Bereiche „Presse und Information“, „Online-Kommunikation“ und „Bürgerkommunikation“ in der Arbeitseinheit Kommunikation zusammengeführt. Die Leitung dieser Arbeitseinheit hat Scharlack inne, der weiterhin auch Sprecher der Fraktion ist. Sein Stellvertreter ist Frank Bergmann (47), der die Bereiche „Online-“ und „Bürgerkommunikation“ leitet. Bergmann bleibt damit seinem angestammten Arbeitsgebiet treu. Er war bereits seit 2006 Leiter der Internet-Redaktion der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag. Neu im Team ist seit dem 17. März außerdem Christina Wendt (36), die zuvor stellvertretende Pressesprecherin im Bundesministerium für Arbeit und Soziales war. Abteilungsleiter Scharlack war vor seinem Wechsel in die Sprecherrolle von 1997 an bundespolitischer Korrespondent für „dpa“.

Personalien compact - Sonstige (3) (12. KW-2014)

1. **Janine Engel** (27) arbeitet seit dem 17. März als Kommunikationsreferentin beim Verband Deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen (VDFU) in Berlin. Die Position wurde neu geschaffen. Engel, die zuvor als Beraterin für die Agentur IFK Berlin – Institut für Kommunikation tätig war, berichtet an den VDFU Geschäftsführer **Ulrich Müller-Oltay**.
2. **Rebekka Grupe** (30) ist seit dem 1. März neue Pressesprecherin der CDU-Bürgerschaftsfraktion in Bremen sowie des CDU Landesverbandes Bremen. Sie folgt auf **Gunnar Meister**. Grupe war zuvor seit 2011 als Manager PR in der Unternehmenskom-



- munikation des Haustechnik-Großhändlers GC-Gruppe beschäftigt.
3. **Martin Burmeister** (35) ist seit dem 7. März neuer Pressesprecher der CDU Brandenburg. Er übernimmt die ehrenamtliche Position von **Philip Gursch**, der neuer Pressesprecher der CDU-Fraktion im Landtag Brandenburg ist. In seiner neuen Funktion berichtet Burmeister an den Landesvorsitzenden der CDU Brandenburg, **Michael Schierack**. Burmeister ist im Hauptberuf seit 2011 Büroleiter des Fraktionsvorsitzenden der CDU-Fraktion im Landtag Brandenburg, **Dieter Dombrowski**.

Personalien compact - Unternehmen (5) (12. KW-2014)

1. **Dorothee Stamm** (32) leitet seit dem 1. März die Unternehmenskommunikation der Reclay Group in Köln, einem Dienstleister für Umwelt- und Entsorgungsmanagement. In dieser Funktion ist sie für die interne und externe Kommunikation sowie den Bereich Public Affairs zuständig. Stamm berichtet an **Raffael A. Fruscio**, den geschäftsführenden Gesellschafter der Unternehmensgruppe. Vor ihrem Wechsel auf die Unternehmensseite arbeitete Stamm seit 2008 als wissenschaftliche Mitarbeiterin und Büroleiterin im Deutschen Bundestag.
2. **Björn Bartsch** (41) arbeitet seit dem 17. März als neuer Leiter Marketing & PR beim IT-Hardware-Hersteller Sharkoon Technologies GmbH in Linden. Die Position wurde neu geschaffen. Bartsch berichtet an **Johannes**

Schneider, Geschäftsführer der Sharkoon Zentrale in Taipei/Taiwan. Bartsch war zuvor seit 1999 Leiter Unternehmenskommunikation beim Computerversand Alternate, wo **Alexander Bachmann** (43) im Februar sein Nachfolger wurde. Er berichtet an die Geschäftsleitung.

3. **Thomas Schalberger** (50), bisher seit dem Jahr 2000 Direktor Marketing und Kommunikation bei Peugeot Deutschland, verlässt das Unternehmen mit bisher unbekanntem Ziel. Nach fast 14 Jahren bei dem Fahrzeughersteller möchte er sich einer neuen beruflichen Herausforderung stellen. Ein Nachfolger ist noch nicht bekannt.
4. **Christian Kreuzer** (41) wird ab dem 1. April die Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Wiener Städtischen Versicherung leiten. Er wird Nachfolger von **Claudia Riebler**, die das Unternehmen verlässt. Kreuzer kommt vom „WirtschaftsBlatt“, wo er als Wirtschaftsredakteur für die Ressorts Versicherungen und Banken zuständig war. Zuvor schrieb er als Redaktionsleiter Wien für „Wallstreet online“.
5. **Rebecca Khelifa-Bonk** verantwortet künftig die PR- und Kommunikationsaktivitäten bei Meyer Sound Germany in Montabaur. Zu ihren Aufgaben in der neu geschaffenen Position zählen die Pressearbeit und B-to-C-Aktivitäten wie die Betreuung des Meyer Sound Germany Newsletters. Khelifa-Bonk ist schon seit über 13 Jahren für das Unternehmen tätig. 2004 übernahm sie Marketing- und Presseaufgaben, seit 2008 war sie als Webmaster für die deutsche Website verantwortlich.

Personalien compact - Agenturen (6) (12. KW-2014)

1. **Alke Heykes** (26) unterstützt ab sofort als Trainee das Team von Publik. Agentur für Kommunikation GmbH in Ludwigshafen. Die Masterabsolventin hat bereits während ihres Studiums erste Erfahrungen in der Unternehmenskommunikation von Siemens und von Lufthansa Systems gesammelt. Zuletzt war sie als studentische Hilfskraft in einer PR-Agentur in Heidelberg beschäftigt.
2. **Margit Scheller-Wegener** ist neue Leiterin Human Resources und Corporate Communi-

KOMM-PASSION

cations bei der Agentur Braunwagner mit Sitz in Aachen und Berlin. Nach einer Tätigkeit auf der Industrieseite und einer Zeit als Freiberuflerin ist sie wieder auf die Agenturseite zurückgekehrt, wo sie zuvor mehr als 20 Jahre als HR-Managerin tätig war. Ihre Arbeitgeber dort waren DDB Tribal, Meta Design, Scholz & Friends und Springer & Jacoby.

3. **Cosimo Möller** (38), bislang Geschäftsleiter Kreation bei Serviceplan Campaign, übernimmt ab 1. April die Position von Kreativgeschäftsführer **Henning Patzner**. Der verlässt die Münchner Agentur auf eigenen Wunsch, um seine Karriere als selbständiger Kreativitätstrainer voranzutreiben. Fortan führen somit **Gary Scheicher** (Beratung) und **Cosimo Möller** (Kreation) die Agentureinheit, die Kunden wie Concorde Filmverleih, Datev oder Walt Disney betreut.
4. **Fiona Claire Littig**, seit über 13 Jahren Mitarbeiterin der Kommunikationsberatung Brunswick, ist zur Partnerin im Münchner Büro berufen worden. An der Seite von **Janos Goenczoel**, der ebenfalls Partner bei Brunswick München ist, soll sie das Geschäft in München ankurbeln. Littig bringt langjährige Erfahrungen in den Bereichen Krisenkommunikation, Restrukturierung und Litigation PR ein. Bevor sie 2001 zu Brunswick ging, war sie für Edelman tätig.

5. **Marion Radszuweit** (42) ist neue Senior Projektleiterin Kommunikation bei der Berliner Agentur heretonow. In ihrer neuen Leitungsfunktion verantwortet sie die gesamte Strategie und Konzeption aller Print- und Digitalmedien. Radszuweit kommt direkt von der Otterbach Medien KG GmbH & Co. aus Rastatt und blickt auf mehr als 14 Jahre Berufserfahrung in Werbeagenturen zurück.
6. **Laila Müller** (32) wird ab dem 1. Mai als Projektleiterin das Team des schweizerischen Medienunternehmens Migros-Medien in Zürich ergänzen. Müller kommt von der Zürcher Agentur Jung von Matt/Limmat, wo sie während der vergangenen sieben Jahre als Werbeberaterin und Projektleiterin tätig war. Bei Migros-Medien wird sie den Bereich Auftragsakquisition und -koordination verstärken und an Verlagsleiter **Rolf Hauser** berichten.



Kommunikationsetats für die Nahrungsergänzungsmarken Bion und Seven Seas
an: **Saatchi & Saatchi**, Frankfurt am Main

5. Deutsche Krebshilfe (DKH), Bonn, Deutscher Olympischer Sportbund (DOSB), Frankfurt am Main, und Sporthochschule Köln

was: Kampagne „Bewegung gegen Krebs“
an: **media consulta International Holding AG**, Berlin

6. Guinness World Records™, London
was: Pressearbeit und Brand-PR in der Region DACH
an: **Arrowsmith Agency**, Hamburg
7. Shell Deutschland Oil GmbH, Hamburg
was: PR für den 30. Schüler- und Studentenwettbewerb Shell Eco-marathon Europe in DACH
an: **Edelman**, München
8. FrieslandCampina Cheese GmbH, Essen
was: PR-Kommunikationskampagne für die Marke Frico
an: **MSL Germany**, Frankfurt am Main
9. Hotel Ellerman House, Kapstadt (Südaf.)
was: Tourismus-PR
an: **Segara-Kommunikation**, München
10. Sicherheitsunternehmen SecCon Group GmbH, München
was: Pressearbeit, Media Relations, Online Relations, Neu- und Bestandskunden-Betreuung
an: **Interface Factors GmbH**, München
11. Deutscher Ärzte-Verlag GmbH, Köln
was: Website-Relaunch
an: **B+D Interactive**, Köln

Etats

Etats compact (17) (12. KW-2014)

1. Britische Hersteller von Baby- und Kinderprodukten (Cuddlery, HippyChick, Mobiseat, Pourty, Skibz und SnoozeShade)
was: Strategische Marketingkommunikation und Pressearbeit in Deutschland
an: **Melanie Syring Public Relations**, Bad Wildungen
2. Bayern Tourismus Marketing GmbH, München
was: Pressearbeit in den Märkten Deutschland, Österreich und Schweiz
an: **crystal communications GmbH**, München
3. a) Antal International (Netzwerk zur Personalvermittlung), Berlin
was: Medianarbeit für den "Antal Global Snapshot"
b) Electronic Arts GmbH, Köln
was: Livestream des Finales der "Virtuellen Bundesliga by EA Sports"
an: **wildcard communications GmbH**, Krefeld
4. Pharmakonzern Merck KGaA, Darmstadt
was: Leadagentur für die weltweiten

12. a) Berufsgenossenschaft Rohstoffe und Chemische Industrie, Heidelberg
was: Messeauftritt auf der AACHEMA 2015 in Frankfurt am Main und Kommunikation
b) Landesregierung Niedersachsen, Hannover
was: Inszenierung und Umsetzung des Festaktes zum Tag der deutschen Einheit
an: **CB.e Clausecker | Bingel AG**, Berlin
13. Hersteller von Hunde- und Katzenfutter
Almo Nature, Hauptsitz in Genua
was: Internationale Online-Kommunikation und Medienarbeit
an: **Edelman Deutschland**, München
14. E-Business-Dienstleister Arithnea, Neuburg bei München
was: PR-Konzept und Umsetzung zur Steigerung der Bekanntheit
an: **PR-Com GmbH**, München



Netzwerk von Tourismus-PR-Agenturen stellt sich neu auf

Das internationale PR-Netzwerk Tourism Trade-mark stellt sich ab sofort als Travel Lifestyle Network (TLN), Frankfurt am Main, neu auf: Der Zusammenschluss von Marketing- und Kommunikationsagenturen aus Europa, Ozeanien, Asien und Nordamerika reagiert mit dem Rebranding auf ein verändertes Verbraucherverhalten sowie die wachsende Kundennachfrage von Services, die Reise- und Lifestyle-Segmente verbinden. Ursprünglich ins Leben gerufen, um über Landesgrenzen hinweg Kunden aus dem Tourismussektor zu betreuen, bieten die zu TLN gehörenden Agenturen heute eine Spanne an Marketing- und PR-Services für die Bereiche Reise, Hotellerie, Destination, Lifestyle, Gourmet und Konsumgüterindustrie.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Agenturen compact (4) (12. KW-2014)

1. **Unique Research** heißt ein **neues Marktforschungsunternehmen**, das in **Wien** von **Josef Kalina** und **Peter Hajek** gegründet wurde. Kalinas Agentur Unique Relations und Hajeks Meinungsforschungsinstitut Public

Agenturen

Press'n'Relations eröffnet Büro in Berlin



Die 2001 in Ulm ins Leben gerufene PR-Agentur Press'n'Relations expandiert und startet am 1. April mit einem neuen Büro in Berlin. Nach der Gründung in Ulm hatte Press'n'Relations in den vergangenen Jahren bereits weitere Niederlassungen in München, Wien, Zürich und Haltern am See eröffnet. Die Aufbauarbeit in Berlin soll nun PR-Berater Bruno Lukas (Foto, 38) leisten, der nach zehn Jahren im Ulmer Team in die Hauptstadt wechselt. Uwe Pögel, Geschäftsführer der Press'n'Relations GmbH, sagt: „Wir setzen mit der Eröffnung des Berliner Büros unser strategisches Wachstum konsequent fort.“ Vom Hauptstadtbüro aus will Press'n'Relations neue Kunden in den Agentur-Spezialbranchen Logistik, Energie, Gebäudetechnik, IT und Gastronomie akquirieren.

Opinion Strategies GmbH verfolgen mit ihrem Joint Venture das Ziel, Kommunikationsleistungen zu evaluieren, Reputations- und Konkurrenzanalysen vorzunehmen sowie Studien und Befragungen vorzunehmen. Erste Kunden aus der Privatwirtschaft sollen bereits Aufträge erteilt haben.

2. Die **Agentur GFD Gesellschaft für Finanzkommunikation mbH (GFD)** wird **Mitglied bei IPREX**, dem **Netzwerk inhabergeführter Kommunikationsagenturen**. Die GFD wurde 1995 in Frankfurt am Main gegründet und ist ausschließlich im Segment der Investor Relations (IR) für börsennotierte Gesellschaften und Public Relations für Asset-Manager und Finanzdienstleister tätig. Neben m/e brand communication, Düsseldorf, und ORCA Affairs, Berlin, ist sie bereits die dritte deutsche Agentur, die sich dem IPREX-Netzwerk anschließt.
3. **Sputnik-Akademie feiert fünfjähriges Bestehen**: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist für die **Münsteraner Agentur Sputnik** ein Handwerk mit vielen Facetten und Teildisziplinen. Deswegen hat das Unternehmen zur Weiterbildung der Mitarbeiter vor fünf Jahren die Sputnik-Akademie ins Leben gerufen. Seitdem wurden zahlreiche Fachthemen behandelt. Dazu gehören beispielsweise Trends der Medienbranche, neue PR-Instrumente und der Business-Knigge. Referenten sind externe Spezialisten oder Experten der Agentur, die die Fachkompetenz der Mitarbeiter erweitern.
4. Die Berliner **Agentur KircherBurkhardt GmbH**, spezialisiert auf Content Marketing, hat ein neues Betätigungsfeld: den Sport. In Stuttgart wurde der **Ableger KBsports gegründet**. Ulrich Kühne-Hellmessen, ehemaliger stellvertretender Sportchef der „Bild“, und Frank Kluge, Geschäftsführer und CFO von Kircher Burkhardt haben nun gemeinsam die Aufgabe, aus der schier unendlichen Fülle an spannenden Geschichten im Umfeld des Sports ein erfolgreiches Geschäftsmodell zu machen.



Branche

komm.passion-Dossier Nr. 03/2014: Generation Warum und die Suche nach dem Sinn

Sie gilt als fordernd, divenhaft und verwöhnt. Aber auch als begabt, leistungsfähig und hervorragend ausgebildet. Sie scheint sich vorgenommen zu haben, die Arbeitswelt auf den Kopf zu stellen: die sogenannte „Generation Y“. komm.passion Düsseldorf hat in den letzten Monaten Meinungen und Erfahrungen dieser so kontrovers diskutierten Geburtskohorte gesammelt – und dabei eine Generation kennengelernt, die irgendwo zwischen Traum und Wirklichkeit, Sinn und Sicherheit, Burn-out und Bausparvertrag nach Wegen sucht, Beruf und Berufung miteinander zu verbinden.

Zum [komm.passion-Dossier von Michael Peters und Max Niklas Gille](#) hier klicken.

CIPR unterstützt European Communications Convention - Deutsche PR kann sich international präsentieren

European Communications Convention '14



Nun hat auch das britische Chartered Institute of Public Relations (CIPR) seine Partnerschaft mit der European Communications Convention erklärt. Der mit weit über 10.000 Mitgliedern größte PR-Berufsverband der Welt war einer der Wunschpartner der ECC-Organisatoren. CIPR-Präsident Stephen Waddington begrüßte ausdrücklich, dass bei der Konferenz, die vom 19. bis 21. Juni in München, Garmisch-Partenkirchen und im Kloster Ettal stattfindet, die engen Beziehungen zwischen Public Relations und Corporate Social Responsibility besprochen werden. "Öffentlichkeitsarbeit spielt eine Schlüsselrolle bei der Entwicklung eines neuen Modells der ethischen und sozial verantwortlichen Unternehmensführung. Wir freuen uns darauf, aus den Diskussionen in Garmisch-Partenkirchen zu lernen", schreibt Stephen Waddington.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Health Media Award für die beste Gesundheitskommunikation



Am 27. Juni wird in Bonn der diesjährige Health Media Award (HMA) für besonders gelungene Kommunikationsideen und

Kampagnen rund um das Thema Gesundheit verliehen. Die Hauptkategorien sind Kampagnen, Patientenkommunikation, Publizistik, Social Media, Unternehmens- und Marketingkommunikation und Wissenschaftskommunikation. Sonderkategorien sind zusätzlich Einzelthemen wie Dental, Demenz, Pflege & Kommunikation und Marke, Gesundheit und Gesellschaft. Zum zweiten Mal können sich in



der Sonderkategorie „Demenz, Pflege & Kommunikation“ Unternehmen mit ihrer Internetseite, Kommunikationsstrategien und Ideen für den Bereich „Pflege“ bewerben. Der ursprünglich vorgesehene Anmeldeschluss war der 1. April. Dieser Termin ist nun bis zum 20. Mai verlängert worden. Auch die Preisvergabe wurde vom 4. auf den 27. Juni verlegt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausschnitt verbessert Service: neues Media Monitoring und Analyse Portal

Die Ausschnitt-Medienbeobachtung in Berlin verbessert ihren Service für ihre Kunden und startete am 18. März mit einem neuen Media-Monitoring und Analyse-Portal. Die neue Plattform bündelt für Kunden medienübergreifend die Clippings aus dem Monitoring. Kommunikationsmanager können hier einfach Analysen erstellen, in Dashboards visualisieren (siehe Foto) und ihre Clippings flexibel weiterverarbeiten. „Im neuen Ausschnitt-Portal haben wir die Wünsche unserer Kunden umgesetzt.“

Es bietet eine hohe Geschwindigkeit in der Information, sehr gute Orientierung und eine bessere Verzahnung aller Ausschnitt-Services“, sagt Birgit Scheffler, Leiterin Verkauf und Marketing. „Besondere Highlights sind die neuen Angebote Echtzeit-Monitoring und die Darstellung des Pressespiegels in Tablet-optimierter Magazinansicht.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Hornbach-Spot „Und was bleibt von Dir?“ ist bester Werbefilm 2014

Am 22. März vergab die Deutsche Werbefilmakademie den Deutschen Werbefilmpreis in Berlin. Mehr als 500 geladene Gäste, darunter Prominente aus Film und TV sowie interessierte Werbefilm-Fans, verfolgten im legendären Kino International die Verleihung der begehrten Trophäe „Hatto“. Unter dem Vorsitz von Jurypräsidentin Bettina Olf (thjnk) entschieden die Fachjuroren erst wenige Stunden zuvor final über die Preisträger in insgesamt neun verschiedenen Kategorien wie beispielsweise „Beste Regie“, „Beste Kamera“, „Beste Visuelle Effekte“ oder „Bestes Art Department“. Die Fachjurys wählten die Sieger aus mehr als 600 Einreichungen aus.

Höhepunkt des Abends war die Preisvergabe für den besten Werbefilm 2014. Dieser ging an die Heimat Werbeagentur für ihr Werk „Und was bleibt von Dir?“ (Hornbach), produziert von Czar. „Wir haben uns gefragt: Kann ein Werbefilm die Kraft haben, Dinge zu verändern?“, würdigte Juryvorsitzende Bettina Olf in ihrer Laudatio die Sieger-Produktion. „Wir haben einen Film ausgezeichnet, der nicht vom Herzen auf die Geldbörse zielt sondern bei dem am Ende eine Frage steht.“

Mit ihrem Augenmerk auf die Förderung und Fortbildung junger Talente vergab die Deutsche Werbefilmakademie auch einen mit 7.500 Euro dotierten Preis für den besten Nachwuchswerbefilm.



Hier überzeugte Andreas Bruns die Jury mit seinem Film „Save your skin“ für die Marke Lux. Laudator Alex Feil hatte für alle in dieser Kategorie Nominierten nur lobende Worte: „Jungs, Ihr könnt Euch sicher sein, dass einige der älteren Herren hier gerne genauso gut wären wie ihr.“

Weitere Infos und alle Preisträger für 2014: www.deutscher-werbefilmpreis.de und www.deutsche-werbefilmakademie.de.

Medien compact (3) (12. KW 2014)

1. **Robert Schneider** (38), Chefredakteur der „Super Illu“ wird zum 1. April nun auch Chefredakteur der Zeitschrift „Guter Rat“, die in München erscheint. Vorgänger **Werner Zedler**, der den Ratgeber-Titel seit mehr als 15 Jahren führt und ihn zur auflagenstärksten Zeitschrift dieser Art machte, will kürzer treten. Schneider ist seit 2011 Chefredakteur der „Super Illu“ und war zuvor stellvertretender Chefredakteur der „Bild am Sonntag“.

2. **Wolfgang Büchner**, Chefredakteur des „Spiegel“, und „Guardian“-Chef **Alan Rusbridger** sind mit einer **Sonderauszeichnung des Europäischen Pressepreises** gewürdigt worden. Wie der Mediendienst „kress.de“ berichtet, erkannte die Jury in ihrer Begründung an, dass die Zeitungsmacher bei der Veröffentlichung der Dokumente über die Überwachungspraktiken beim US-Geheimdienstes NSA **„Beharrlichkeit und Mut“** bewiesen hätten. Der Sonderpreis wurde in diesem Jahr zum ersten Mal vergeben.
3. **Tilmann Kruse** ist am 12. März für zwei Jahre zum Sprecher des Deutschen Presserates in Berlin gewählt worden. Der Justitiar vom Verlag Gruner + Jahr in Hamburg sitzt für den Verband Deutscher Zeitschriftenverleger im Presserat und war bereits von 2004 bis 2005 und von 2012 bis zuletzt stellvertretender Sprecher des Rates. Er folgt auf **Ursula Ernst** vom Deutschen Journalistenverband.

Social Media

hy! Summit Berlin: großes Optimierungspotenzial in der Zusammenarbeit zwischen der Old und New Economy

Beim hy! Summit am 19. und 20. März 2014 trafen im Berliner Radialsystem auf Einladung von Weber Shandwick Deutschland die europäischen Top100 Startups auf renommierte Vertreter aus der Industrie. Ziel des Treffens ist, die europäische Industrie dabei zu unterstützen, ihre Wachstums- und Innovationspotenziale in der digitalen Welt zu identifizieren und zu realisieren.

Ausgewählte Startups sollen hier eine Möglichkeit zur Selbstdarstellung weit über das Event hinaus haben. Neben der Einbindung von Social Media und klassischen Medienkanälen wird die #hylive-Show als Instrument eingesetzt, um die Reichweite in themenaffinen Öffentlichkeiten deutlich zu erhöhen. Birgit Grigoriou, Berliner Korrespondentin für das "PR-Journal", war bei der 20-minütigen TV-Show via Internet dabei und stellte ein paar Fragen



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

an Christiane Schulz, CEO Weber Shandwick Germany und Susann Kobs, hy-Verantwortliche bei WeberShandwick Berlin.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die wichtigsten Köpfe in „Social Media und Kommunikation“

„t3n.de“ – der Online Ableger des „Magazins für digitales Business“ stellt in seiner Serie über die 100 wichtigsten deutschsprachigen Köpfe der Digital-Branche die wichtigsten Personen in zehn Kategorien vor. Aktuell hat Autor Florian Brinkmann die zehn wichtigsten Köpfe der Kategorie „Social Media und Kommunikation“ vorgestellt. Mit dabei sind an Platz 1 Klaus Eck, Unternehmensberater und PR-Blogger aus München, an Platz 2 Stefan Keuchel, Hamburg, Google-PR-Sprecher in Deutsch-

land, der soeben eine einjährige Auszeit angekündigt hat, und an Platz 3 Johannes Lenz, München, der Corporate Blogger bei Akom 360 ist. Auf Platz 7 wird Sven Wiesner geführt, der Vorstand der Hamburger Social Media Agentur beebop media ist. Mit ihm hat das „PR-Journal“ *soeben ein Interview* über den aktuellen Machtkampf zwischen den Kommunikationsdisziplinen geführt.

Wer sonst noch in der Top Ten gelandet ist und wie diese Platzierungen zustande gekommen sind, können Sie *direkt bei „t3n.de“* weiterlesen.

Die eierlegende Kommunikations-Wollmilchsau: It's all about Relations



Egal ob Marketing, PR oder Social Media: It's all about Relations. Zielgruppenansprache. Beziehungspflege. Doch anstatt die Vernetzung der Kommunikationskanäle als integrierte Kommunikationsstrategie ins Unternehmen hineinzutragen, werden in den einzelnen Abteilungen die Ellenbogen ausgefahren. Die Konkurrenz der Kommunikatoren geht nicht selten zu Lasten der Maßnahmeneffizienz. Unsere Redakteurin Annett Helbig fragt Sven Wiesner, Vorstand der Hamburger Social Media Agentur beebop media, was sich ändern muss.

PR-Journal: *Wie beurteilen Sie den aktuellen Machtkampf zwischen den Kommunikationsdisziplinen?*

Sven Wiesner: Egal ob PR oder Social Media, es geht um Storytelling. Hier überschneiden sich die Kompetenzfelder und natürlich zerren beide Seiten am Budget. ‚Wir machen das gleich mit‘ gegen ‚Das ist ganz klar ein Job für uns Spezialisten‘. Wenn man sich tief in die Augen schaut, unterscheiden sich beide Seiten nur rein handwerklich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Umfrage: Social Media im B-to-B-Bereich angekommen



Social Media sind im B-to-B-Bereich angekommen: Fast 90 Prozent der B-to-B-Unternehmen nutzen mittlerweile Social Media. Die Nase vorn hat mit 86 Prozent weiterhin klar Facebook. Es wird erwartet, dass sich in Zukunft Foto- und Videosharing-Plattformen wie Instagram (parallel) durchsetzen werden. Das ist das Ergebnis einer Umfrage des „Ersten Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation“. Der Arbeitskreis wurde 2010 unter Federführung der Agenturen Communication Presse und PR GbR, München, und HFN Kommunikation GmbH, Frankfurt am Main, gegründet, um konkrete Fragestellungen für B-to-B-Themen zu beantworten. Er verfolgt nach eigenen Angaben keine wirtschaftlichen Interessen. Die aktuelle Untersuchung, an der sich von September bis November 2013 rund 200 Unternehmen aus 13 Branchen beteiligt haben, bietet noch weitere interessante Ergebnisse. (Foto: Manuela Nikui, eine der Initiatorinnen des Social Media-Arbeitskreises von der Agentur Communication Presse und PR.)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (1) (12. KW-2014)

1. Die Hamburger Kreativagentur „thjnk“ unterstützt seit einigen Jahren die Initiative „Vermisste Kinder“. Jetzt hat die Agentur mit der [Facebook-Seite „Deutschland findet euch“](#) eine neue Aktion gestartet, um auf die Schicksale vermisster Kinder aufmerksam zu machen. Bereits mehr als 215.000 Menschen

folgen der Seite und geben bei Ad-hoc-Aufrufen immer wieder wertvolle Hinweise. Ein [YouTube-Film erklärt die Hintergründe der Aktion](#), zum Helfen animieren soll. Die GPRA-Agentur achtung!, Hamburg unterstützt das Projekt mit Pressearbeit.

CSR Unternehmensverantwortung

CSR compact (3) (14. KW-2014)

1. **Commerzbank launcht Nachhaltigkeitsportal.** Im Rahmen ihrer umfassenden neuen Nachhaltigkeitsstrategie baut die Commerzbank, Frankfurt am Main nun auch die Kommunikation weiter aus. Das neue Portal bündelt dafür alle Informationen darüber, wie die Commerzbank ihre unternehmerische Verantwortung wahrnimmt. Hier geht's zum [Portal](#).
2. **Handwerkskammer Stuttgart mit GRI-Zertifizierung.** Als einer der Vorreiter im Bereich der Kammerverwaltungen beim Thema CSR geht nun die Handwerkskammer Stuttgart auch bei der Kommunikation einen Schritt weiter voran. Der im letzten Jahr veröffentlichte Nachhaltigkeitsbericht erhielt nun die Bestätigung durch die Global Reporting Initiative (GRI). [Zur Meldung](#).
3. **Bayer AG legt integrierten Nachhaltigkeitsbericht vor.** Pünktlich zu seinem 150-jährigen Bestehen legt der Leverkusener Pharmakonzern seinen ersten vollintegrierten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht vor. Zur Meldung auf [UmweltDialog](#).

Autoren-Beiträge

Zielgruppe, Zielgruppe, Zielgruppe (3)

Teil 3 von 3: Was dürfen 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. „U40“ ist keine Antwort auf die Frage nach einer Zielgruppe. Auch dann noch nicht, wenn man sie als Digital Souveräne bezeichnet und geklärt hat, wie sie technisch und motivational ausgestattet ist. Auch die Frage, was sie dürfen, was also rechtliche Rahmenbedingungen sind, darf nicht offen bleiben. Wir erinnern uns an das Beispiel: Eine NGO möchte eine Kampagne entwickeln, die online große Verbreitung findet. Wer also ist die Zielgruppe? Und was darf sie?



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Rohes Fleisch – Tatar, Carpaccio und Carne Cruda



(nsb) Die Tataren können nichts dafür, die Krimtataren schon gar nicht: Hartnäckige Legenden behaupten, die mongolischen Eroberer – in Europa Tataren genannt – hätten im 13. Jahrhundert die Sitte, rohes Fleisch zu essen bei uns eingeführt. Sie sollen demnach Scheiben rohen Fleisches unter ihre Sättel gelegt haben, um sie mürbe zu reiten.

Ein großer Unsinn. Mag sich jemand vorstellen, wie es schmeckt, wenn ein Rumpsteak stundenlang in Pferdeschweiß mariniert wurde? Nein, das hätten auch die wildesten Krieger Dschingis Khans mit Entsetzen im Blick von sich gewiesen.

Wahr an der Legende ist, dass die Steppenreiter rohes Fleisch unter den Sattel legten – wenn dort ihr Pferd nach tagelangem Ritt wunde Stellen bekommen hatte, als Heilmittel. Aber die Geschichte

des rohen Fleisches auf unseren Tellern ist eine ganz andere.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Wie viele PRler verkraftet der Markt?

Für die deutsche Kommunikationsbranche werden jedes Jahr Tausende von Studenten ausgebildet. Tendenz steigend. Braucht der Markt die vielen Nachwuchskräfte überhaupt? Seit rund zwölf Jahren ist der Arbeitsmarkt für Kommunikationsberufe starken Veränderungen unterworfen. Die zunehmende Digitalisierung und der Verlust von Arbeitsplätzen in der Druckindustrie und ihrem Kommunikationsumfeld gehen einher mit der Entstehung von neuen Berufsfeldern und Tätigkeiten für cross- und multimediale Plattformen. Vor rund 30 Jahren waren die Rekrutierungsstudiengänge für Kommunikationsberufe noch Studienfächer wie BWL mit Schwerpunkt Marketing oder Absatzwirtschaft, aber auch Germanistik oder Literaturwissenschaft. Im Bereich der Visualisierung hatten Mitarbeiter Fächer wie Grafik- oder Produktdesign studiert.

Den Artikel von Frank P. Rota und Axel G. Schirle am 21. März im Magazin "pressesprecher" hier online weiterlesen.

Das "PR-Journal" berichtete am 4. Dezember 2013 über die Studie: "Studie zu Jobaussichten: Der Arbeitsmarkt für akademische Kommunikationsmitarbeiter".

Studien

Bevölkerung wenig zufrieden mit der Kommunikation von Unternehmen und Organisationen

Wie urteilt die Bevölkerung über die Kommunikation von Unternehmen und Organisationen? Aus welchen Quellen bezieht sie ihre Informationen? Welche Rolle spielen die sozialen Medien wie Facebook? Wie glaubwürdig und relevant sind die Informationen z.B. für Kauf- oder Anlageentscheidungen? Antworten auf diese und weitere Fragen gibt die "Com-X-Studie 2013/2014", die die GfK Marktforschung im Auftrag der Münchener PR-Agentur ComMenDo durchgeführt hat. Zentrales Ergebnis: Die Zufriedenheit mit der Unternehmenskommunikation bleibt deutlich hinter den Ansprüchen der Bevölkerung zurück. Klassische Medien wichtigste Informationsquelle – Facebook & Co. spielen nur geringe Rolle – Vertrauen in Journalisten und Verbraucherverbände größer.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Personalabteilungen haben ein Imageproblem



Das Image der Personalbereiche ist in vielen Unternehmen eher schlecht – und das, obwohl der Faktor Mensch als Erfolgsgarant für nachhaltigen unternehmerischen Erfolg immer wichtiger wird: Sowohl Führungskräfte aus anderen Geschäftsbereichen als auch die Mitarbeiter der Personalabteilungen selbst schätzen den Wertbeitrag des HR-Bereichs als gering bis mäßig ein. Für mehr als die Hälfte der Unternehmen ist die Bedeutung der HR-Funktion deutlich geringer als etwa die des Bereichs Unternehmensstrategie und -entwicklung. Sogar 45 Prozent der Führungskräfte und Mitarbeiter aus den HR-Abteilungen stellen sich selbst ein solches

schlechtes Zeugnis aus. Hingegen sind nur 18 Prozent aller befragten Professionals davon überzeugt, dass das Image von HR so gut ist wie das anderer Unternehmensbereiche. Das ergab die aktuelle Kienbaum-Studie „HR 4 HR. Professionalisierung von HR-Funktionen durch Kompetenzentwicklung und attraktivere Karrieren“. Dazu hat die Gummersbacher Managementberatung Kienbaum in Kooperation mit dem Personalmagazin 180 Manager und Mitarbeiter aus rund 120 deutschen Unternehmen sowie 425 Studierende befragt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Termine compact (2) (12. KW-2014)

1. Am 4. April 2014 veranstaltet **wbpr_ Kommunikation in Berlin** das Seminar „**Konzepte politischer Kommunikation – Erfolgreiche Strategien in Public Affairs, Social Media und Medienarbeit**“. Das Seminar richtet sich an Kommunikationsverantwortliche von Verbänden und Institutionen und vermittelt, welche erfolgreichen Wege es für Organisationen hin zu einer passenden Strategie politischer Kommunikation gibt. Referenten sind Andreas Bachmeier, Geschäftsführer **wbpr_ Kommunikation**, und Eva-Maria Eichenseher, Seniorberaterin mit dem Schwerpunkt politischer Kommunikation. Das Seminar ist kostenfrei und schließt mit einem gemeinsamen Frühstück, das den Teilnehmern die Möglichkeit zum Austausch bietet. Bitte melden Sie sich bis zum 28. März 2014 mit beiliegendem Antwortfax oder per E-Mail bei eva-maria.eichenseher@wbpr.de an.
2. Im Rahmen des **Medienmittwochs der MHMK**, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in München, lädt Jörg Zimmermann von der Studienrichtung Markenkommunikation und Werbung zur Veranstaltung „**Auf einen Aperitif mit ...**“ **Jan Pierre Klage** ein. Der Managementtrainer Klage wird am **26. März um 18:30 Uhr im Café Baresta**, Schwanthalerstraße 123 dar-

über sprechen, ob und wie er Rockmusik als Metapher für unternehmerische Erfolge und kreative Spitzenleistungen nutzt. Der Eintritt ist frei. Der Hochschule erbittet eine Anmeldung [per E-Mail an die Organisatoren](#)

Tipps

Tipps compact (2) (12. KW-2014)

1. Redaktionelle Sonderveröffentlichungen von Zeitungen bieten PR-Schaffenden konkrete Ansätze, um gewünschte Zielgruppen erreichen zu können. Das **neue [Recherchetool der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft](#)**, Frankfurt am Main, macht diese Sonderthemen bundesweit auffindbar. Ob Urlaub in Deutschland oder Bauen & Renovieren – erstmals sind alle Sonderthemen bundesweit recherchierbar – 13 Kategorien mit insgesamt 95 Einzelthemen lassen sich mit einer übersichtlichen Suchabfrage ermitteln.
2. **Konzept, Inhalte, Aufbau, Format und Gestaltung** – das sind die zentralen **Kapitel eines Whitepapers**, das **SteinbachPR** auf ihrer Website **kostenlos zum Download** anbietet. Mit dem 17-seitigen Papier will das Bonner Büro für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit Unternehmen und Einrichtungen helfen, sich optimal in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Praxisnah wird in Einzelschritten erklärt, wie man die relevanten Inhalte ermittelt. Tipps zur Gestaltung und zur Verbreitung runden das Whitepaper ab. Hier geht es zum Download-Angebot auf die [SteinbachPR-Website](#).

Literatur

Löffler: "Think Content!: Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web"

Miriam Löffler: "Think Content!: Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web". Verlag: Galileo Computing, 1. Auflage, 03/2014. 620 Seiten, ISBN-13: 978-3836220064.

Rezension von [PR-Plus-Absolventin Katja Kupka](#), DVB Bank SE

Das Thema Content ist schon lange wichtig, aber langsam erkennen immer mehr Entscheider die Relevanz guten Contents.

Als ich das Erstlingswerk von Miriam Löffler erstmals in Händen hielt, war ich fast etwas erschrocken, aber nur ganz kurz. Über 600 Seiten sind eine Menge Stoff. Bei näherer Betrachtung des Inhaltsverzeichnisses und dem Lesen der Einleitung wurde mir schnell klar, dass es eher zu wenige Seiten sein werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 9 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (52)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Das 1 aktuelle Angebot für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [Senior Berater/in Interne Kommunikation/Veränderungskommunikation, Düsseldorf](#)
- [PR Consultant \(m/w\) Beauty/Lifestyle, München](#)
- [Volontariat Schwerpunkt Finanzthemen, Hamburg](#)
- [PR-Volontär/in, Bremen](#)
- [Münchener GPRA-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*
- *Berater Consumer-PR (m/w) ab sofort in München*

Unternehmen

- *Public Relations Manager/in, Berlin oder München*
- *Public Relations Manager (m/w), München*
- *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:

24. März 2014 um 20:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.542 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) - "Kelikowskys Kommentar"; Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de); Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Riccardo Wagner, Köln (wagner[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Ressort: "Reputation Management".

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview": Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Kartte, Rahel Camps und Gunter Ortlieb (info[at]pr-journal.de).

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

Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine": Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

Korrespondenten: Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (achelis[at]pr-journal.de); **München/Oberbayern:** Frederic Sturm, München, (muenchen[at]pr-journal.de); **Düsseldorf/Rhein-Ruhr:** Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept (fuerstenberg[at]pr-journal.de); **Berlin/Potsdam:** Birgit Grigoriou, Berlin (grigoriou[at]pr-journal.de); **Hamburg/Norddeutschland:** Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation (weinberg[at]pr-journal.de);

Frankfurt/M./Rhein-Main: Thomas Beckmann, Frankfurt am Main, corporate text thomas beckmann (beckmann.thomas[at]pr-journal.de).

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

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

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

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
Telefon: 02241 2013060
Telefax: 02241 2013061
Mobilfon: 0160 94635777
E-Mail: redaktion[at]pr-journal.de

URL: pr-journal.de 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 Page-Impressions**. 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](#)