

## PR-Journal Newsletter

Nr. 428 / 21. KW 2014

Und hier das Inhaltsverzeichnis des 428. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 58 Einzelmeldungen):

1. [GPRA feiert 40. Geburtstag gewinnt an Gewicht in der PR-Branche](#)
2. [Sparsam im Social Web: PR-Investitionen hauptsächlich für Pressearbeit](#)
3. [Frauenpower bei der Deutschen Post DHL: Wechsel bei Media Relations](#)
4. [Gunnar Bender von facebook zu arvato](#)
5. [Google-Pressesprecher Flechsig gewinnt bei Günther Jauch 500.000 Euro](#)
6. [Personalien compact - Agenturen \(6\) \(21. KW-2014\)](#)
7. [Personalien compact - Unternehmen \(11\) \(21. KW-2014\)](#)
8. [Personalien compact - Sonstige \(7\) \(21. KW-2014\)](#)
9. [Etats compact \(14\) \(21. KW-2014\)](#)
10. [Ketchum Pleon erfolgreich bei Sabre Award](#)
11. [Goldener Funke für komm.passion](#)
12. [GPRA-Beitritt von Edelman: Interview mit Susanne Marell](#)
13. [Edelman neues Mitglied der GPRA](#)
14. [Agenturen compact \(2\) \(21. KW-2014\)](#)
15. [DPRG Baden-Württemberg bestätigt Vorstand im Amt](#)
16. [Studierende aufgepasst: 5 Tickets zum Content Strategy Forum 2014 zu gewinnen](#)
17. [Branche compact \(4\) \(21. KW-2014\)](#)
18. [Evaluation? So etwas will ich auch!](#)
19. [Studie zum Selbstverständnis von Themenbloggern und ihrem Verhältnis zum Journalismus](#)
20. [Social Media compact \(9\) \(21. KW-2014\)](#)
21. [Verbraucher wollen individualisierte Angebote – Studie ermittelt vor allem für Banken schlechte Reputationswerte](#)
22. [Sustainability Image Score 2014: Nachhaltigkeit ist das neue Premium](#)
23. [Finnair integriert das Thema Nachhaltigkeit in den Geschäftsbericht](#)
24. [Krisensimulationen: Operative und kommunikative Abläufe einüben](#)

25. [Premiere für berufsbegleitenden Studiengang Journalismus und PR](#)
26. [49. DAPR-Grundausbildung startet im September](#)
27. [Bildung compact \(2\) \(21. KW-2014\)](#)
28. [Studie: Kaum wirtschaftliche Schäden durch Shitstorms für Unternehmen](#)
29. [Tag der Industriekommunikation am 1. Juli](#)
30. [Termine compact \(3\) \(21. KW-2014\)](#)
31. [Mehr Daten zu Fans und Followern relevanter Influencer](#)
32. [Jobbörse](#)
33. [Impressum](#)

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

Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PRJ

### Seite 1

#### GPRA feiert 40. Geburtstag gewinnt an Gewicht in der PR-Branche



So ist das halt, wenn ein runder Geburtstag gefeiert wird. Man blickt zurück, schaut was man erreicht hat und lotet die Zukunftsperspektiven aus. So auch die Gesellschaft PR-Agenturen e.V. (GPRA). Der Verband der nach eigenen Angaben „führenden“ PR-Agenturen feierte in Hamburg im Umfeld der Mitgliederversammlung seinen 40. Geburtstag. Hamburg wählte man als Ort für die Feierlichkeiten aus, da der Verband dort auch gegründet wurde. Die Jubiläumsfeierlichkeiten begannen am 22. Mai mit einem Empfang beim Ersten Bürgermeister Olaf Scholz, der die Mitglieder der GPRA persönlich begrüßte.

(Foto: Das GPRA-Präsidium mit Hamburgs Erstem Bürgermeister Olaf Scholz in der Mitte. Von links: Ion Linardatos, Frank Behrendt, Präsident Uwe A. Kohrs und Birgit Krüger.)

Mit dabei in Hamburg waren auch Jörg Schillinger, der Präsident des Bundesverbandes der Pressesprecher, und Günther Bentele, der Vorsitzende des Deutschen Rates für Public Relations. Bei der Mitgliederversammlung am nächsten Tag ging es dann um die aktuelle Entwicklung des Agenturverbandes, der mit dem Zugang von Edelman 33 Mitgliedsagenturen zählt und damit wohl ein Marktvolumen von 45 Prozent im PR-Beratungsgeschäft auf sich vereinigt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Sparsam im Social Web: Investitionen hauptsächlich für Pressearbeit

Wenn es um den kommunikativen Auftritt von deutschen Unternehmen geht, stehen Investitionen für klassische Instrumente im Vordergrund. Eine Umfrage der dpa-Tochter news aktuell und der Agentur Faktenkontor, beide Hamburg, unter 530 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus Unternehmenspressestellen hat ergeben, dass deutsche Unternehmen in erster Linie in klassische Pressearbeit investieren. Auf Platz zwei folgen die Ausgaben für die eigene Homepage. Platz drei belegen Firmenveranstaltungen. Erst auf Platz fünf finden sich Investitionen in die Social Media-Kommunikation. Die Online-Befragung fand im April 2014 statt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### Frauenpower bei der Deutschen Post DHL: Wechsel bei Media Relations



Anita Gupta (*Foto links*, 55) übernimmt zum 1. September als Senior Vice President die Leitung der Abteilung Media Relations



innerhalb des Zentralbereichs Konzernkommunikation und Unternehmensverantwortung von Deutsche Post DHL. Sie übernimmt die globale Verantwortung für die Medienarbeit inklusive digitaler Kanäle und Kundenkommunikation von Silje Skogstad (*Foto rechts*, 42), die ab dem 1. Juni als Senior Vice President in den Zentralbereich Konzernentwicklung wechselt. Gupta kam 2007 zur Deutschen Post DHL und verantwortet seitdem die regionale Kommunikation sowie die CSR-Aktivitäten in Asien/Pazifik, Osteuropa, Mittlerer Osten, und Afrika (AP/EEMEA). Vor ihrem Eintritt in die Deutsche Post DHL hatte Anita Gupta bereits bei Citigroup USA sowie American Express in Indien leitende Kommunikationsfunktionen inne. Für ihre zukünftige Aufgabe wechselt Gupta von Singapur in die Konzernzentrale nach Bonn.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Gunnar Bender von facebook zu arvato

Gunnar Bender (*Foto*, 43) wird ab dem 15. August neuer Leiter der Unternehmenskommunikation der arvato AG in Gütersloh. In seiner neuen Position verantwortet Bender zukünftig als Executive Vice President Corporate Communications, Marketing and Public Policy die integrierte Unternehmenskommunikation des Unternehmens. Der promovierte Rechtsanwalt kommt von face-



book, wo er in den vergangenen Jahren den Dialog des Unternehmens mit Staat und Verwaltung in Deutschland, Österreich und der Schweiz aufgebaut hat. Er wird direkt an arvato-Vorstandschef Achim Berg berichten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Google-Pressesprecher Flechsig gewinnt bei Jauch 500.000 Euro



Wohl selten hat sich ein Google-Manager sehnlischer Google gewünscht als Pressesprecher Klaas Flechsig (Foto, (c) RTL Frank Hempel). Denn als er bei der RTL-Rate-Sendung von Günther Jauch „Wer wird Millionär“ mit der 1-Million-Euro-Frage konfrontiert wurde, musste er passen. Ohne einen Blick auf Google-Maps zu werfen, wollte er die Frage nicht beantworten, welcher Staat mit insgesamt über 22.000 Kilometern Landgrenze zu seinen Nachbarstaaten den „Weltrekord“ halte. Flechsig stieg vorsichtigerweise aus, er wusste nicht, dass die richtige Antwort „China“ gewesen wäre. Doch auch mit 500.000 Euro konnte der jetzt sehr bekannte Vertreter der PR-Branche zufrieden nach Hause gehen.

## Personalien compact - Agenturen (6) (21. KW-2014)

1. **Madeleine Stäubli-Roduner** (49), zuletzt Ressortleiterin Management bei der in der Schweiz erscheinenden „Handelszeitung“, ist neue Mitarbeiterin der 2012 gegründeten Agentur für Marketing, Kommunikation und IT-Solutions b-public mit Sitzen in Zürich und Baar. Die neue PR-Beraterin war bei der „Handelszeitung“ unter anderem für die Themen Führung, Kommunikation und Marketing zuständig. Bei b-public wird sie verstärkt im Bereich Financial Relations eingesetzt, denn die Agentur hat sich spezialisiert auf Dienstleistungen für ausländische Fondsgesellschaften und Banken.



2. **Christine Walther**, die frühere geschäftsführende Gesellschafterin der PR!NT Communications Consultants (heute LessingvonKlenze), hat sich selbständig gemacht. Sie geht mit ihrem Unternehmen CW Business Coaching | Strategische Kommunikationsberatung an den Start. Mit dabei ist auch ihre langjährige Kollegin **Simone Muendel** sowie eine ganze Reihe von früheren Wegbegleitern, die sie in ihr Netzwerk geholt hat, so unter anderem der Kommunikationsstrategie **Alex Richter-Vrtic** und die Marketingstrategin **Antje-Ann Sturm**.
3. **Clemens Kaiser** (33) ist neuer Mitarbeiter der Agentur CB.e Clausecker Bingel AG in Stuttgart. Als Business Development Manager soll er die systematische Kundenbetreuung und Erschließung neuer Kundensegmente übernehmen. Der gebürtige Stuttgarter und Kommunikationsfachwirt (VWA) war zuletzt bei der PR-Agentur Sympra GmbH tätig. Zuvor arbeitete er selbständig als Kultur und- Eventmanager sowie als Theaterregisseur. Er berichtet direkt an den CB.e Vorstand **Gunnar Kavermann**.
4. **Daniel Beck** hat als Senior Policy Advisor seine Tätigkeit bei Blue Robin Strategic Public Relations, Zürich, aufgenommen. Der ehemalige Diplomat war zuletzt bei einer Public-Affairs-Agentur tätig. Zuvor war er für den Dienstleistungsbereich der Schweizer Mission bei der Europäischen Union in Brüssel und als Botschaftsrat für Finanzen an der Schweizer Botschaft in Washington D.C. (USA) tätig. Unter dem Dach von Instinctif Partners bildet Blue Robin ab sofort die schweizerische Niederlassung der internationalen Agentur für

Kommunikationsberatung. Beck wird von Bern aus arbeiten.

5. **Leonie Kirschner** (28) verstärkt seit Februar 2014 die mittlere Führungsebene der PR-Unit bei Roth & Lorenz in Stuttgart. Als Consultant betreut sie PR-Projekte wie die Coca-Cola Weihnachtstour und ist zudem für den Kunden Dr. Beckmann maßgeblich mitverantwortlich. Vor der Rückkehr in ihre Heimatstadt war Kirschner bei der GolfCity Pulheim GmbH in Köln als Leiterin von Marketing und Vertrieb für die ganzheitliche Außenwahrnehmung des Unternehmens verantwortlich.
6. **Philipp Skrabal**, bis zum Ende des vergangenen Jahres Kreativ-Chef und Mitinhaber der schweizerischen Werbeagentur Wirz, wechselt zu Farner Consulting in Zürich. Dort wird er als Nachfolger von **Alexander Roosdorp** vor allem zwei Aufgaben übernehmen: zum einen führt er die klassische Kreativabteilung, zum anderen soll er für alle Kommunikationsdisziplinen als Chief Creative Officer tätig werden. Skrabal ist Vorstandsmitglied des ADC Switzerland.

## Personalien compact - Unternehmen (11) (21. KW-2014)

1. **Dennis Heisig** ist seit dem 15. Mai neuer Sprecher der net mobile AG in Düsseldorf. Damit ist er auch verantwortlich für die PR-Arbeit des Unternehmens. Er berichtet an **Björn Spielberg**, den Leiter der Abteilung Corporate Marketing, wo seine neue Stelle angesiedelt ist. Heisig gehört dem Unternehmen bereits seit 2013 an, zunächst war er als Junior Marketing Manager für Online- und Dialogmarketing tätig. Vor seinem Wechsel zur net mobile AG arbeitete Heisig von 2009 bis 2011 als Kundenberater für die Agentur Struwe & Partner GmbH in Düsseldorf.
2. **Sebastian Kurme** (39) leitet die Unternehmenskommunikation beim Nokia-Unternehmen HERE. Die Stelle wurde im Zuge der Restrukturierung der Nokia Unternehmensgruppe neu geschaffen. Kurme arbeitet vom Berliner Hauptsitz aus und ist zuständig für die Pressearbeit des Karten- und Navigationsspezialisten. Seine Vorgesetzte ist **Kristina Bohlmann**, Global Head of Communications. Kurme ist bereits seit 2010 Mitarbeiter der Unternehmenskommunikation von



Nokia. Zuvor war er für die Agentur Grayling (ehemals Trimedia) als Berater tätig.

3. **Felizitas Janzen** leitet seit dem 30. April die Unternehmenskommunikation beim Europäischen Zentrum für Wirtschaftsforschung und Strategieberatung Prognos in Berlin. Sie wurde Nachfolgerin von **Birte Jessen** und berichtet an den geschäftsführenden Gesellschafter **Christian Böllhoff**. Vorher war sie seit 2011 als PR-Managerin für das trendence Institut in Berlin tätig. Von 2009 bis 2011 war sie Mitarbeiterin Presse & Online für ein vom Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung gefördertes Projekt.
4. **Nils Droste** (31) ist seit dem 28. April neuer Pressesprecher der FDP Pressestelle in Berlin, gleichzeitig wurde **Moritz Kracht** (33) als Sprecher des Parteivorsitzenden **Christian Lindner** bestätigt. Damit sind die Aufgaben bei der FDP neu verteilt. Zuvor war Droste seit 2012 stellvertretender Sprecher der Partei und Sprecher des Generalsekretärs. Kracht war bereits Lindners Sprecher als der Landesvorsitzender des FDP-Landesverbandes Nordrhein-Westfalen war. Kracht arbeitete vor seinem Wechsel in die Politik im Jahr 2010 als PR-Berater und Projektleiter bei Scholz & Friends.
5. **Tim Oliver Kalle** ist seit dem 1. Juni neuer Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Handballbunds in Dortmund. Die Stelle wurde neu geschaffen. Er kam vom „Handball Magazin“, wo er seit 2011 als Redakteur tätig war. Davor arbeitete er seit 2000 für die „Westfalenpost“, ebenfalls als Redakteur.
6. **Kai Niemann** (28) ist seit dem 19. Mai Pressesprecher des Fußball-Zweitligisten Fortuna

Düsseldorf. Er wurde Nachfolger von **Tom Koster**, der künftig die Bereiche CSR / Sonderprojekte/Archiv im Verein verantwortet. Niemann war zuvor bereits Medienbeauftragter der Lizenzmannschaft.

7. **Claudia Reis** (30 ) ist seit dem 16. April neue Pressesprecherin bei dem Internationalen Amtssitz- und Konferenzzentrum (IAKW) in Wien. Sie berichtet an **Vita Hauer-Exner**, Bereichsleiterin Marketing & Kommunikation und an den Vorstand **Susanne Baumann-Söllner**. Zuvor war sie seit 2007 als Kommunikationsmanagerin / Direktionsassistentin für Hofburg Vienna tätig.
8. **Michael Baxter** (48) ist seit 15. Mai neuer Leiter Unternehmenskommunikation bei NetApp, dem US-Anbieter für Speicherlösungen und Datenmanagement in der Region Europa, Naher Osten und Afrika (EMEA). Die deutsche Niederlassung von NetApp hat ihren Sitz in Kirchheim bei München, Baxter arbeitet von Walldorf bei Heidelberg aus. Er verantwortet die Medienarbeit, interne Kommunikation sowie die Führungskräftekommunikation. Zuvor war er als freiberuflicher Kommunikationsberater- und Trainer aktiv sowie von 2010 bis 2013 EMEA Kommunikationsmanager bei Applied Materials.
9. **Alice Chalupny** (34), zuletzt verantwortliche Redakteurin für den Wirtschaftsteil der „Sonntagszeitung“, wechselt am 1. September zum schweizerischen Agrarkonzern Fenaco in Bern. Sie wird dort neue stellvertretende Leiterin der Kommunikationsabteilung, die über 24 Mitarbeiter verfügt. Sie soll die Kommunikationsleistungen der Gruppe weiter ausbauen und Kommunikationschef **Hans Peter Kurzen** entlasten.
10. **Tony Cervone** (51) wird neuer Kommunikationschef bei General Motors (GM) in Detroit (USA). Er kommt von der Volkswagen Group of America, wo er für die Unternehmenskommunikation in den USA verantwortlich war. Als Nachfolger von **Selim Bingol** leitet er bei GM ab sofort die weltweite Kommunikation. Laut „motor-talk.de“ ist Cervone einer der bekanntesten PR-Manager in der US-Autobranche. (Quelle: „motor-talk.de“)
11. **Carsten Schabacher** ist neuer Mitarbeiter des Hamburger Fahrradherstellers Stevens. Er ist verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens. Der studierte Politikwissenschaftler war freier Mitarbeiter für eine Tageszeitung. Seine Ausbil-



dung zum Redakteur absolvierte er beim bundesweiten MitgliederMagazin des ADFC, wo er weitere fünf Jahre arbeitete.

## Personalien compact - Sonstige (7) (21. KW-2014)

1. **Nina von Sartori** (43) und **Christina Brüning** (32) sind neue Pressereferentinnen im Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) in Berlin. Von Sartori ist bereits seit 2007 beim BMBF, zunächst im Referat Europäische Forschungspolitik, zuletzt im Referat Zusammenarbeit mit Nord- und Südamerika. Brüning kommt von der „Berliner Morgenpost“, wo sie stellvertretende Leiterin Polizeiredaktion und Innenpolitik war. Beide berichten an **Robin Mishra**, den Leiter für Presse und Strategische Kommunikation.
2. **Olaf Reimann** (46) arbeitet seit dem 1. Mai als Pressesprecher beim IT-Unternehmen operational services in Frankfurt am Main. Die Stelle wurde neu eingerichtet. Er berichtet an den Geschäftsführer **Frank Oidtmann**. Reimann kam bereits im vergangenen Jahr zu dem Unternehmen und begann dort als Senior Marketing Communications Manager. Zuvor war er neun Jahre Creative Director bei ReachOut24 - With Passion For Marketing.
3. **Meike Müller** (38) ist seit dem 1. April zusätzlich zu Ihrer Funktion als Leiterin Marketing und Design auch Communication Director beim Entwickler von Klimaschutzprojekten nserve Environmental Services in Hamburg.

Müller folgt auf **Karoline Ahlemann** und berichtet an **Marten von Velsen-Zerweck**. In ihrer Funktion verantwortet sie Marketing und Design und die internationale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von nserve. Sie kam von der Akademie Leonardo, wo sie seit dem Jahr 2000 war und zuletzt als Direktorin die PR und Kommunikation verantwortete.

4. **Esned Nezic** (29) ist seit dem 2. Mai Head of Creative & PR bei Kleider Bauer, Hämmerle und Otto Graf in Wien. Er leitet die Kommunikations- und Kreativabteilung der drei österreichischen Modeunternehmen. Davor war er Pressesprecher an der Johannes Kepler Universität in Linz.
5. **Ludger Kersting** wird ab Juni als Nachfolger von **Nanah Schulze** den Geschäftsbereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Dialogmarketing Verbandes (DDV) in Wiesbaden übernehmen. Kersting kommt vom F.A.Z.-Institut in Frankfurt am Main, wo er zuletzt 13 Jahre lang Redaktionsleiter war. Zuvor arbeitete er als Pressesprecher, Radiojournalist und Nachrichtenredakteur. Vorgängerin Schulze leitete den PR-Bereich seit 2009, sie verlässt den Verband auf eigenen Wunsch, um neue Projekte angehen zu können.
6. **Martin Falenski** wechselt von der Netzwerkplattform Initiative D21 zum 1. Juni in die Geschäftsführung der Bundesingenieurkammer in Berlin. In dieser Position ist er unter anderem für die politische Interessenvertretung und die Kommunikation des Verbandes zuständig. In seiner neuen Position berichtet er an den Bundesgeschäftsführer **Thomas Noebel**. Bei der Initiative D21 war er von 2004 an verantwortlich für das Justizariat und die Themenfelder Infrastruktur und Verbraucherschutz.
7. **Ursula Megies** (36) ist seit dem 19. Mai neue Pressesprecherin für den Deutschen Verband Flüssiggas e.V. (DVFG) in Berlin. Sie kommt von der Agentur Johanssen und Kretschmer, wo sie in der strategischen Kommunikationsberatung tätig war. Zuvor hatte Megies als Referentin in der Bundesregierung und bei der Europäischen Kommission gearbeitet.

A&B One

## Etats

### Etats compact (14) (21. KW-2014)

1. Anbieter von Gruppenfitnessprogrammen Les Mills Germany GmbH, Bornheim  
was: Kommunikation und Pressearbeit  
an: **Counterpart Group**, Köln
2. Great Plains Foundation, Botswana  
was: Kampagne „Zeros for Rhinos“ zum Schutz von Nashörnern vor dem Aussterben  
an: **segara Kommunikation**, München
3. Arvato Financial Solutions, Baden-Baden  
was: Kundenmagazin PAY von  
an: **CP-Agentur muehlhausmoers**, Köln
4. IT-Lösungsanbieter für Supply-Chain-Planung und -Optimierung Quintiq GmbH, Düsseldorf  
was: Kommunikation in der Region DACH zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades  
an: **Weber Shandwick**, München
5. Continental Motorradreifen, Korbach  
was: Imagekampagne  
an: **Agenturgruppe Orca**, Hamburg
6. Online-Reisekonzerns eDreams Odigeo, Hamburg  
was: PR- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, schwerpunktmäßig für die Marken Opendo.de und eDreams.de  
an: **Straub & Linardatos GmbH**, Hamburg
7. a) Flensburger Brauerei  
was: Social Media-Auftritt  
b) The Color Run GmbH, Berlin  
was: Event-PR, Medienarbeit und Veranstaltungs-Management  
an: **Schröder+Schömb's Public Relations GmbH**, Berlin

8. Digitales Werbeunternehmen Quantcast, San Francisco (USA)  
was: Medien- und Kommunikationsarbeit in Deutschland  
an: **Element C GmbH**, München
9. Designer Thomas Rath, Düsseldorf  
was: Gesamtetat für strategische Lifestyle-PR und Markenkommunikation sowie Social Media PR  
an: **PR + Presseagentur textschwester**, Düsseldorf
10. Arzneimittelimporteur Orifarm GmbH, Leverkusen  
was: Imagekampagne, Pressearbeit und Social Media  
an: **antwerpes AG**, Köln
11. Flughafenbetreiber Tempelhof Projekt GmbH, Berlin  
was: Markenentwicklung für die Eventabteilung des Flughafens Tempelhof  
an: **Branding Agentur Iconic**, Berlin und London
12. Blaupunkt, Hildesheim  
was: PR für die Themenbereiche „Car Audio“, „Car Kits“ und „Blaupunkt Marine“ sowie das Tochterunternehmen b1 Engineering Solutions GmbH  
an: **PR Konstant**, Nettetal
13. Personaldienstleister Job AG, Fulda  
was: Branchenübergreifende Positionierungskampagne  
an: **defacto.kreativ**, Erlangen



Ketchum Pleon Grund zur Freude. Das Agenturnetzwerk errang in den Einzeldisziplinen viermal Gold. Der „Superior Achievement in Branding and Reputation Awards“ (SABRE) zählt international zu den angesehensten Preisen in der PR-Branche.  
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Agenturen

### Ketchum Pleon erfolgreich bei Sabre Award

Wie bereits berichtet (*„PR-Journal“*, 5. Mai 2014), wurde die Hamburger Agentur fischerAppelt als Agentur des Jahres für die Region Deutschland, Österreich und die Schweiz ausgezeichnet. Sie erhielt dafür den „SABRE“-Award, der alljährlich von der New Yorker Holmes Group für herausragende Leistungen im internationalen Kommunikationsgeschäft vergeben wird. Bei der Preisvergabe am 20. Mai in London hatte auch das Agenturnetzwerk

### Goldener Funke für komm.passion

Die diesjährigen Gewinner des Deutschen Preises für Wirtschaftskommunikation stehen fest. Im Rahmen einer festlichen Abendveranstaltung 22. Mai in der Alten Münze Berlin wurden die Preisträger mit dem „Goldenen Funken“ ausgezeichnet. Der „Goldene Funke“ wird jährlich von Studierenden der Wirtschaftskommunikation an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin vergeben. Die Jury besteht ausschließlich aus Studierenden, die bei der Bewertung der Kommunikationsmaßnahmen wissenschaftliche Kriterien zugrunde legen. Der Deutsche Preis für Wirtschaftskommunikation wurde in diesem Jahr in

acht Kategorien an Unternehmen und Agenturen verliehen. Sieger in der Kategorie Public Relations wurde die Kampagne „Faszination Lack“, die die Agentur komm.passion im Auftrag der Akzo Nobel GmbH umgesetzt hat. Klicken Sie auf „Weiterlesen“, um zu den weiteren Preisträgern zu gelangen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## GPRA-Beitritt von Edelman: Interview mit Susanne Marell



Mit dem Beitritt zur Gesellschaft PR-Agenturen gibt die Kommunikationsagentur Edelman ein klares Statement ab. Stärker als bisher will man sich in Branchendiskussionen einbringen und eine aktivere Rolle spielen. Das „PR-Journal“ hatte Gelegenheit bei Susanne Marell (Foto), CEO der Edelman GmbH in Deutschland, nachzufragen. Im Interview erläuterte sie die Gründe.

**PR-Journal:** Was waren die Gründe für den Beitritt von Edelman zur GPRA?

**Susanne Marell:** Intern haben wir die Diskussion über mehrere Monate geführt. Ausschlaggebend für den Beitritt war letztendlich, dass die GPRA die relevanten Themen wie Ausbildung, Qualität Kommunikation und Regeln für Pitches klar an den Markt adressiert. Da sich unsere Interessen hier decken wollen wir die GPRA unterstützen, indem wir unsere Sicht der Dinge einbringen. Außerdem können wir im Markt gemeinsam mehr bewegen als alleine.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Edelman neues Mitglied der GPRA

Pünktlich zur Mitgliederversammlung am 23. Mai hat die Gesellschaft PR-Agenturen Deutschlands (GPRA) in Hamburg ihr neuestes Mitglied bekanntgegeben: Die Netzwerkagentur Edelman Deutschland hat Anfang Mai den Aufnahme-Audit erfolgreich durchlaufen. Die Agentur, die unter der

Führung von Susanne Marell zu den Top Five-Agenturen in Deutschland gehört, ist nach einstimmigem Votum der Aufnahmekommission offiziell in den Kreis der Mitglieder aufgenommen worden. Beachten Sie zu diesem Thema auch das Interview mit Susanne Marell, das unter [diesem Link](#) zu finden ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Agenturen compact (2) (21. KW-2014)

1. „We Will Rock You!“ Unter diesem Motto wurde am 23. Mai zum 24. Mal der **Comprix, der „Oscar“ für kreative Healthcare-Kommunikation**, verliehen. Prämiert wurden die **besten Healthcare-Kampagnen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz**. Eine Experten-Jury beurteilte die 270 eingereichten Kreativarbeiten und prämierte die besten Kampagnen. Dieses Jahr konnte die Erlangerer **Agentur Spirit Link Medical** die Kategorie „Integrierte Kampagne digital“ für sich entscheiden und schaffte es in weiteren Kategorien auf die Shortlist. Weitere Informationen zu den Finalisten und Gewinnern finden sich auf der [Comprix-Website](#).
2. Um auf dem weltweiten Veranstaltungsparkett verstärkt Flagge zu zeigen, setzt **Kontrapunkt Agentur für Kommunikation** auf internationale Kooperation und den Austausch von Know-How. Durch den **Zusammenschluss mit den „Creative Collaborators“** ist die Hamburger Agentur für Live-Kommunikation einem weltweiten Netzwerk

von Event-Agenturen beigetreten und will so das Leistungsangebot für seine Kunden durch internationale Expertise erweitern.

## Branche

### DPRG Baden-Württemberg bestätigt Vorstand im Amt

Die baden-württembergische Landesgruppe der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) hat den Vorstand im Amt bestätigt. Bei der diesjährigen Mitgliederversammlung am 20. Mai wurde das gesamte Vorstandsteam wiedergewählt. Vorsitzender der Landesgruppe ist Stefan Hencke, Convensis Group, seine Stellvertreter bleiben auch weiterhin Veit Mathauer, Sympra GmbH, und Peter Verclas, Donner & Doria Public Relations GmbH.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Studierende aufgepasst: 5 Tickets zum Content Strategy Forum zu gewinnen

Content ist derzeit ein viel diskutiertes Schlagwort in Marketing und Unternehmenskommunikation. Vielfältige internationale Perspektiven auf das Thema bietet das Content Strategy Forum vom 1. bis 3. Juli in Frankfurt am Main. Mehr als 50 Expertinnen und Experten aus 15 Ländern vermitteln ihre Erfahrungen aus Projekten bei BMW, Bosch, Daimler, E-Plus, eBay, der Europäischen Kommission, Facebook, MLP, Nestlé, u.v.m. Als Veranstalter verlost die Frankfurter Agentur Script Communications jetzt fünf Konferenz-Tickets im Wert von jeweils Euro 890.- für Studierende.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



**Jetzt anmelden!**

Der internationale  
Kommunikationskongress 2014!

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

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

[www.communications-convention.eu](http://www.communications-convention.eu)

European  
Communications  
Convention '14

### Branche compact (4) (21. KW-2014)

1. Wie macht man Forschung erlebbar? Die Antwort von A&B One Digital, Berlin, auf diese Frage fiel offenbar überzeugend aus: Für die Microsites zur **Hightech-Strategie der Bundesregierung** holten die **A&B One** Spezialisten für digitale Kommunikation am 24. Mai **Gold beim European Design Award**. Der Preis würdigt die im Auftrag des **Bundesministeriums für Bildung und Forschung** (BMBF) von A&B One Digital entwickelte Microsite-Kampagne als „beste europäische Informationsseite“. Nach dem Annual Multimedia Award 2014 und dem iF design award 2014 ist das bereits die dritte Auszeichnung für den digitalen Blick in die Zukunft.
2. **„Werbung nervt. Mitreden macht Spaß.“** Unter diesem Motto hat der **Badspezialist**

**Hansgrohe**, Schiltach, zur Produkteinführung seiner neuen Handbrause Raindance Select E 120 eine **Online-Kampagne mit der Münchner Agentur trnd**, dem größten Anbieter für Collaborative Marketing und Word-of-Mouth in Deutschland, umgesetzt. Die innovative Marketingaktion gewann jetzt den Deutschen Preis für Online-Kommunikation in der Kategorie „Product-Launch“, der am 21. Mai in Berlin vergeben wurde.

3. **Voestalpine wurde doppelter Sieger beim Wiener Börse Preis:** Neben der wichtigsten Auszeichnung für börsennotierte Unternehmen in Österreich, dem ATX-Preis für die **beste Investor Relations**, erhielt der Linzer voestalpine-Konzern auch den erstmalig verliehenen **Wiener Börse-Journalistenpreis für die beste Medienarbeit**. Bewertet wurde hier ausschließlich die Medienarbeit der börsennotierten Unternehmen aus journalistischer Perspektive durch eine Fachjury. Maßgebliche Kriterien waren eine offene, ehrliche und aktive Kommunikation.
4. „Tue Gutes, filme es und teile es in den sozialen Netzen!“ Unter diesem Motto steht der **Bewegtbild-Wettbewerb „PR Klappe“** des Kommunikationsverbandes. Noch bis zum **30. Mai** sind Einreichungen direkt auf der [Website zum Filmpreis](#) möglich. Gefragt sind Filme aus der internen und externen Unternehmenskommunikation oder Ideen, die zum Film wurden und die Ergebnisse und/oder die Berichterstattung, die daraus resultierte. Der Kommunikationsverband Deutschland e.V. präsentiert die beste Bewegtbild Unternehmenskommunikation am 24. September in Berlin.

## Social Media

### Evaluation? So etwas will ich auch!



B-to-B und Social Media: Zwei, die sich noch nicht so gut kennen. In Branchen beratungsintensiver Güter mit langjährigen Investitionszeiten setzt man auf Kontakte zu Fachjournalisten, Messen und persönlichen Austausch. Face



book, Pinterest, Twitter? Fehlanzeige. Christoph Schumacher (*Foto*), Leiter Marketing und Unternehmenskommunikation der Arburg GmbH & Co KG, eines global tätigen Produzenten von Kunststoffspritzgießmaschinen, kann man gut und gern als Heavy Metal B-to-B-Kommunikator bezeichnen – und das nicht nur aufgrund seiner äußeren Ähnlichkeit mit Fred Durst. Der promovierte Politologe steht seit vielen Jahren für kommunikationsgeprägtes Marketing – verwurzelt mit der Forschung, ausgerichtet auf Innovation, fokussiert auf die Zielgruppen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Studie zum Selbstverständnis von Themenbloggern und ihrem Verhältnis zum Journalismus



Sie sind gut ausgebildet, schreiben vorzugsweise über Kultur oder Technik und Internet und haben den Anspruch, komplexe Themen verständlich aufzubereiten. In einer aktuellen Studie im Auftrag des Deutschen Fachjournalisten-Verbands (DFJV) beleuchtet der Kommunikationswissenschaftler Michael Schenk, Professor an der Universität

Hohenheim, Arbeit und Selbstverständnis von Themenbloggern. Die Frage, ob Blogger Journalisten sind, wird derzeit kontrovers diskutiert. Die Studienteilnehmer würden sie mehrheitlich bejahen. Insgesamt waren rund 2.500 Blogger eingeladen, sich online an der Befragung zu beteiligen. Die Antworten von über 500 Teilnehmern konnten ausgewertet werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Social Media compact (9) (21. KW-2014)

1. **B-to-B-Software-Hersteller** betreiben ihre deutschen **Social-Media-Kanäle** – wenn überhaupt – oft sehr **nachlässig und keinesfalls strategisch**, um in einen zusätzlichen Dialog mit ihren Kunden und Interessenten zu treten. Anstatt das Potenzial der sozialen Medien gezielt einzusetzen, werden die Auftritte in Facebook und Co. häufig nur halbherzig gepflegt und oft als Recycling-Maschinen für bereits vorhandenen Content missbraucht. Zu diesem Ergebnis kommt eine **Untersuchung der Münchner Agentur PR-COM GmbH** über die deutschen Social-Media-Aktivitäten führender B-to-B-Software-Hersteller.
2. **Social Media Conference meets Content Marketing** - das ist das Thema der **Social Media Conference**, die vom **6. bis 8. Oktober in Hamburg** stattfinden wird. Am dritten Konferenztag geht es nur um Social Media B2B. Die Themen sind dann: Erfolgsfaktor Content Marketing & Storytelling, Content Curation: Schritt für Schritt zur richtigen Strategie, Facebook: Was bleibt, was ist neu, was kommt?, Social Customer Service: Es geht nicht mehr ohne und Social Media B2B: Wo geht die Reise hin? Wer sich bis zum 25. August anmeldet, bekommt einen Frühbucherpreis und zahlt 390 Euro. Danach wird's teurer. Hier geht's zur [Anmeldung auf der Konferenz-Website](#).
3. **Amerikaner shoppen digitaler als Deutsche**, das ergab nun die Untersuchung 'Einkaufsverhalten in Warenhäusern in Deutschland und USA' von der Hochschule Reutlingen. Zum Artikel im [markenartikel-magazin](#).
4. Der **2014 Social Media Marketing Industry Report** ist erschienen und steht bis zum 30.05.2014 [zum Download](#) bereit. In der aktuellen Studie wurden mehr als 2.800 Marketers zum Social-Media-Marketing und dessen Chancen befragt.
5. Nur zufällig hat Bloggerin Stefanie Bamberg ein Bild aus einem Food-Blog auf der Face

**BERUFSBEGLEITENDES  
MASTERSTUDIUM**  
an der Deutschen Akademie für Public Relations



Deutsche Akademie für Public Relations



**Vollmodular mit sieben möglichen Schwerpunkten**  
 PR und Integrierte Kommunikation // Kommunikation und Management // PR: Gesundheitskommunikation // Social Media and Global Communication // Interne und Change Kommunikation // B2B-Kommunikation // Communication and Leadership

**Abschluss nach vier oder fünf Semestern**  
 Master of Science (MSc) oder Master of Business Administration (MBA)

**Optimale Vereinbarkeit mit dem Berufsalltag**  
 Ausgeprägte Praxisnähe, inhaltliche und zeitliche Flexibilität, umfassende Betreuung

Details unter [www.dapr.de](http://www.dapr.de)



bookseite der Zeitschrift "Wohnidee" entdeckt. **Das Bild hatte der Verlag einfach "benutzt", dafür weder bezahlt, noch angegeben, woher das Bild stammt oder gar auf das Blog verwiesen.** Frecher Bildieb-stahl, den wohl einige Medienhäuser be-gehen, die selbst öffentlich das Leistungs-schutzrecht propagieren. Zum Blogbeitrag in [Stefanies Blog "Schön und fein"](#).

6. **Netflix, der Marktführer unter den Video-Streaming-Diensten** wird sein Angebot Ende 2014 auch nach Deutschland bringen. Zurm Artikel bei [wiwo.de](#).
7. **Nutzer vertrauen dem Datenschutz in sozi-alen Netzen nicht.** Das stellte die [Initiative Markt- und Sozialforschung e.V. \(ISMF\)](#) in einer Studie fest, für die sie rund 1000 Bürger befragt hat. Nur 5,3 Prozent der Befragten trauen sozialen Medien beim Thema Daten-schutz. Damit liegen sie sogar hinter aus-ländischen Geheimdiensten, so die [lead-digital](#).
8. Das **Social Media-Team ist bei Ergo Direkt** verantwortlich für die Betreuung der sozialen Netzwerke. Im [Corporate-Blog](#) sie ihren Ar-beitsalltag vor.
9. **22 nützliche Tipps, um gegen sinkende Fa-cebook Reichweite anzukämpfen,** stellt [allfacebook](#) vor.



Das sind Ergebnisse der neuen Auflage der Studie „The Authenticity Gap“, die Lepere Analytics in Zu-sammenarbeit mit der Kommunikationsberatung FleishmanHillard durchgeführt hat. Dafür wurden rund 1.000 Expertenverbraucher aus Deutschland sowie weitere 5.300 in China, Indonesien, den USA, Kanada, den Niederlanden und Großbritan-nien zu 160 Marken aus 20 Branchen befragt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Reputation Management

### Verbraucher wollen individualisierte Angebote – Studie ermittelt vor allem für Banken schlechte Reputationswerte

Verbraucher erwarten von Unternehmen Produkte und Dienstleistungen, die persönlich auf ihre Be-dürfnisse zugeschnitten sind. Das gilt für unzählige Konfigurationsmöglichkeiten beim Autokauf eben-so wie für personalisierte Medikamente oder den an alle Lebenslagen anpassbaren Kredit. Sie wün-schen sich damit Produkt- und Serviceinnova-tionen, die das Individuum und nicht die Zielgruppe in den Mittelpunkt stellt. Dies gilt im Wesentlichen für sämtliche untersuchten Branchen und Länder.

## CSR Unternehmensverantwortung

### Sustainability Image Score 2014: Nachhaltigkeit ist das neue Premium

Nachhaltigkeit ist das neue Premium – so lautet eine Haupteckentnis aus der diesjährigen Nach-haltigkeitsstudie, bekannt als „Sustainability Image Score“ (SIS), von Facit Research. Sie wird seit 2011 jährlich erhoben und spiegelt das Nachhaltig-keitsimage von Unternehmen und Marken aus der Sicht der Kunden wider. An der Spitze des SIS-Rankings 2014 stehen Audi, BMW, Hipp, Frosta, Milupa, Bärenmarke, Bosch, Alete, Coppenrath & Wiese und Landliebe.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Finnair integriert das Thema Nachhaltigkeit in den Geschäftsbericht

Die Fluggesellschaft Finnair hat Anfang März ihren Jahresbericht veröffentlicht, der die Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung integriert. Der Jahresbericht 2013 misst und berücksichtigt die finanzielle, wirtschaftliche, soziale und ökologische Leistung der Finnair Group. Zudem identifiziert und erklärt er die strategisch geschäftlichen Auswirkungen dieser Leistung. Diese Kriterien wurden zuvor in den separaten Finanz- und Nachhaltigkeitsberichten veröffentlicht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



den oder Zulieferer, um hier eine Auswahl häufig involvierter Bezugsgruppen zu nennen – jedes noch so gut trainierte Team.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Autoren-Beiträge

### Krisensimulationen: Operative und kommunikative Abläufe einüben



*Von Udo Becker (Foto),  
Frankfurt am Main, Geschäftsführer  
der Kommunikationsberatung  
Hill+Knowlton Strategies*

Die Ausgangslage folgenschwerer Unternehmenskrisen zeigt sich in unterschiedlichen Formen: Unglücksfälle mit vielen Toten, Verletzten oder Vermissten, Umweltverschmutzungen unvorstellbaren Ausmaßes, eine Lebensmittelverunreinigung, harte Verstöße gegen gesetzliche Auflage oder ethische Prinzipien. Diese und zahlreiche andere Szenarien fordern Organisationen bis an ihre Grenzen – und häufig weit darüber hinaus. Gerade auf Kommunikationsabteilungen rollt bei Zwischenfällen, die ins Blickfeld einer großen Öffentlichkeit geraten, eine Flut von Anfragen zu. Neben der schierer Anzahl von Anrufen, E-Mails, Tweets oder Posts (über-)fordern die Komplexität der unterschiedlichen Perspektiven – etwa direkt Betroffene und deren Angehörige, Mitarbeiter, Kunden, Medien, Behör-

## Bildung

### Premiere für berufsbegleitenden Studiengang Journalismus und PR



Die Technische Akademie Wuppertal (TAW) startet den bundesweit ersten berufsbegleitenden Studiengang Journalismus und Public Relations. Dazu kooperiert der Weiterbildungsanbieter mit der Westfälischen Hochschule in Gelsenkirchen. Zum Wintersemester 2014/15 stehen 90 Studienplätze für Berufstätige, Auszubildende und Volontäre zur Verfügung. Der neue Bachelor-Studiengang der TAW bietet jetzt die Chance, Journalismus und PR auch neben dem Job zu studieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### 49. DAPR-Grundausbildung startet im September

Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR), Düsseldorf und Frankfurt am Main, hat die Termine für ihre Grundausbildungen im Herbst / Winter 2014 veröffentlicht. Jede Seminarreihe besteht aus vier Modulen, die jeweils von freitags bis sonntags abgehalten werden. Die Module können

auch einzeln belegt werden. Lehrgangsteilnehmer bekommen am Ende der Ausbildung ein DAPR-Teilnahmezertifikat. Sie haben zudem die Möglichkeit, eine Prüfung bei der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der Deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK) mit dem Abschluss „PR-Berater(in)/PR-Referent(in) (PZOK)“ abzulegen. Klicken Sie auf Weiterlesen, um zu den Terminen zu gelangen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Bildung compact (2) (21. KW-2014)

1. Für die Unternehmen und Agenturen, die Wert auf eine qualifizierten PR-Assistenz legen, hat die **AFK Akademie Führung und Kommunikation** die **Intensivtrainings PR für Assistenz und Sekretariat, 1. und 2. Teil**, entwickelt. PR-Sekretärinnen, Assistentinnen und Assistenten erhalten hier das nötige PR-Wissen. Der 1. Teil (BA1) vermittelt die dafür wichtigen Grundlagen. Der 2. Teil (BA2) vertieft Inhalte des ersten Trainings. Die Termine sind vom 14. bis 18. Juli (BA2) sowie vom 18. bis 22. August (BA1). Auch wenn es ungewöhnlich erscheint, die Reihenfolge ist korrekt. Das Aufbauseminar (BA2) richtet sich an die BA1 Absolventen der vergangenen Monate. Das BA1 findet außer im August noch vom 10. bis 14. November statt (insgesamt 4 x im Jahr). Weitere Informationen auf der [AFK-Website](#).
2. Die **Bayerische Akademie für Werbung und Marketing** in München begrüßt mit **Hans-Georg Otto einen neuen Studienleiter** für den Studiengang Marketing. Der langjährige BAW Dozent übernimmt ab sofort zusammen mit David C. Lottenbach die Betreuung dieses Studienganges. Zu seiner Funktion als Studienleiter gehören unter anderem die kontinuierliche Weiterentwicklung der Studieninhalte sowie ein intensiver fachlicher Austausch mit dem Studienmanagement und den Praxis-Dozenten. Der Diplom-Sozialwissenschaftler Otto bringt 20 Jahre Marketing-, Vertriebs- und Führungserfahrung aus Industrieunternehmen in die BAW ein.

## Studien

### Studie: Kaum wirtschaftliche Schäden durch Shitstorms für Unternehmen



Unternehmen müssen von Shitstorms keine nachhaltigen wirtschaftlichen Schäden befürchten. Das zeigt eine Studie der MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, für die Empörungswellen von Social Media Usern im Zeitraum Januar 2010 bis Mai 2013 analysiert wurden. Unter der Leitung von Ralf Spiller (*Foto, Quelle: Spiller/Hintzen, Der Shitstorm*) dem Leiter der Studie, wurden die Erfahrungen von 28 Unternehmen untersucht. Allerdings reagierten die meisten betroffenen Unternehmen auf die Phase massiver Kritik in den sozialen Netzwerken mit Anpassungen von Krisenplänen und sogar Restrukturierungen ihrer Kommunikationsabteilungen. Ein Großteil der befragten Unternehmen erwartet eine Zunahme und den systematischeren Einsatz von Shitstorms durch Protestgruppen in der Zukunft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Termine

### Tag der Industriekommunikation am 1. Juli



Megatrends, Innovationen, Marke 2020 – diese drei Schlagworte stehen für die Hauptthemen, die beim „Tag der Industriekommunikation“ am 1. Juli behandelt werden. Veranstalter ist der Bundesverband Industriekommunikation e.V. (bvik), der vor allem B-to-B-Marketing-Manager zur Teilnahme einlädt. Key-Note-Speaker sind Sven Gábor Jánosky, Trendforscher und Direktor des Trendinstituts „2b AHEAD

ThinkTank“, Gunter Dueck, Mathematiker, Schriftsteller, ehem. Chief Technology Officer bei IBM Deutschland, und Achim Feige, der als „Markenzukunftsspezialist“ im Programm aufgeführt wird. Die Veranstaltung im Congress Centrum Heidenheim beginnt am 1. Juli um 10 Uhr, die Abendveranstaltung um 18 Uhr. Die Anmeldung ist per [E-Mail an die Geschäftsstelle](#) des bvik möglich. Die Teilnahmegebühren für bvik-Mitglieder liegen bei 260 Euro, für Nicht-Mitglieder bei 495 Euro. Weitere Informationen zum Programm finden sich auf der [Tagungs-Website](#).

### Termine compact (3) (21. KW-2014)

1. Digitale Plattformen und Social Media haben das Kommunikationsverhalten der Menschen verändert. Sie stellen Unternehmen und Kommunikationsverantwortliche vor neue Herausforderungen ebenso wie die Menschen selbst. „**Strategie und Verantwortung**“ sind gefragt. Unter diesem Motto steht auch der **2. Österreichische Kommunikationstag am 3. Juni in Wien**. Nähere Informationen zum Programm, zu den Kosten und zur Anmeldung finden sich auf der [Website zum Österreichischen Kommunikationstag](#).
2. Neue Anregungen fürs **Employer Branding** und Austausch zu aktuellen Themen in der Arbeitgeberkommunikation: Am 5. Juni lädt die **Kommunikationsagentur Fink & Fuchs Public Relations** in ihrer Münchner Niederlassung zum **Business Breakfast Arbeitgeberkommunikation** ein. Einen Impuls liefert Bernhard Taubenberger, Leiter Kommunikation und Marketing der Schörghuber Stiftung. Interessierte können sich noch bis zum 2. Juni unter [diesem Link auf der F&F-Website](#) anmelden.
3. Am **19. Juni** findet in der HWZ Hochschule für Wirtschaft in Zürich die **schweizerische Fachtagung Communications Controlling** statt. Unter dem Motto „Auf dem Weg zu integrierten Lösungen“ zeigen renommierte Referenten auf, wie Corporate Communications und Marketingkommunikation voneinander lernen können, wenn es um die Erfolgsmessung ihrer Maßnahmen geht. Anmeldungen werden bis zum 13. Juni direkt auf der [HWZ-Website](#) entgegen genommen. Die

Teilnahmegebühr beträgt 380 Schweizer Franken; Studenten, Alumni und Dozenten der HWZ zahlen 280 Franken.

## Tipps

### Mehr Daten zu Fans und Followern relevanter Influencer

Die Cision Germany GmbH, ein Anbieter von PR- und Marketingsoftware mit Sitz in Frankfurt am Main, bietet ein neues Tool, mit dessen Hilfe Social Influencer besser ermittelt werden können sollen. Mit „Social Demographics“, so der Name des Tools, soll es Nutzern der PR-Software CisionPoint ermöglicht werden, Schlüsseldaten über globale Social Influencer und deren Follower in den sozialen Medien einsehen zu können. Möglich wird dies durch eine Partnerschaft mit StatSocial. Das Tool ist das erste seiner Art, das als integrierter Teil einer PR-Mediendatenbank und -Software angeboten wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Jobangebote

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

### GESUCHE

Die 7 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

### ANGEBOTE (53)

#### Volontariat/Trainee

Die 13 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

### Praktikum

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

### Agenturen

- [PR-Junior-Berater/in, Berlin](#)
- [Junior-PR-Redakteur/-in, Starnberg](#)
- [PR-Berater/in, Berlin](#)
- [Junior-PR-Berater \(m/w\) bei additiv pr, Montabaur](#)
- [Standortleiter \(m/w\) in Köln](#)
- [Volontäre/innen und Junior Berater/innen, München](#)
- [Assistentin für die Geschäftsleitung, Düsseldorf](#)
- [Trainee im Bereich Markenkommunikation, Hamburg](#)
- [PR-Berater für eine Kommunikationsagentur in Hamburg](#)
- [Jeschenko sucht PR-Trainee und Junior PR-Berater \(m/w\) für den Standort Köln](#)
- [Praktikum in Kölner PR-Agentur](#)
- [Journalist\(in\) als feste\(r\) / freie\(r\) Mitarbeiter\(in\), München](#)
- [PR Berater/-in im Bereich Unternehmenskommunikation am Standort Frankfurt](#)
- [Spezialist/in für Digital Communications/Social Media, Berlin](#)
- [Junior-Projektleitung in Berliner PR-Lifestyle-Agentur](#)
- [PR-Journalist \(m/w\), Wiesbaden](#)
- [Consultant PR \(m/w\), München](#)
- [\(Junior\) Berater Marken-PR \(m/w\), Hamburg](#)
- [PR-Berater \(m/w\) für CrossPR Düsseldorf](#)
- [Trainee \(w/m\) Lifestyle/Beauty, Frankfurt a.M.](#)
- [PR-Referent \(m/w\)](#)
- [Junior Consultant \(w/m\) Lifestyle/Beauty, Frankfurt a.M.](#)
- [PR-Berater/in Food/Lifestyle zum 1. Juli in Hamburg](#)
- [CLY Communication sucht PR Berater/in, Berlin](#)
- [PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater\(in\)](#)
- [Senior PR Account Executive \(m/w\) oder Junior PR Manager \(m/w\), Germering](#)
- [PR-Berater \(w/m\), Hamburg](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)

- [PR-Berater \(m/w\) Healthcare, Eltville oder Köln](#)
- [PR-Berater/in Corporate-PR, Ludwigshafen am Rhein](#)
- [Juniorberater/in, Hamburg](#)
- [Berater Consumer-PR \(m/w\) ab sofort in München](#)

### Unternehmen

- [Mitarbeiter \(m/w\) für Marketing und Kommunikation, Frankfurt](#)
- [Mitarbeiter/in Unternehmenskommunikation, Berlin](#)
- [Teamleiter/ -in Presse in Vollzeit, Karlsruhe](#)
- [PR-Mitarbeiter/in, Kempten \(Allgäu\)](#)
- [Redakteur/Texter \(w/m\), Freiburg](#)

### Verbände (Non-Profit)

- [Referent/in Strategische Kommunikation, Köln](#)

\*\*\*\*\*

### Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

26. Mai 2014 um 19:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.534 Empfänger** versandt.

\*\*\*\*\*

## Impressum

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg  
 Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg (seit 2004/1996)  
 Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg  
 (USt-IdNr.: DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)



**Redaktion:** Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Nadja Ami-

reh (na), Düsseldorf (amireh[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; 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: anzeig[at]pr-journal.de.

**Anschrift:**

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

URL: [pr-journal](#); pr-journal.at; pr-journal.ch; pr-journal.com; pr-journal.info; pr-journal.net; agenturcafe.de; neues-prportal.de; pr-journal.de/newsletter/archiv.html .



Die Auflage des PR-Journals wird kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin. Für 2013 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des

PR-Journals ausgewiesen: **357.592 Visits und 979.978 PageImpressions**. Das ergibt einen **Tagesdurchschnitt von 1.089 Besuchern**. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,5 Seiten aufgerufen. Durch GoogleAnalytics wurde außerdem im Schnitt 08:54 Minuten Besuchszeit ermittelt.

**Laufend neue Informationen und Meldungen aus der Kommunikationsbranche finden Sie wie immer auf unserer Homepage**

- und auch bei Twitter: [@prjournal](#) und [@prjobboerse](#)
- sowie auf unseren Fanseiten bei Facebook: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- auch bei Google+: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- und bei [Pinterest](#)

Und schauen Sie doch auch mal auf unsere anderen Internetangebote:

- Jobangebote und -gesuche: [PR-Jobboerse](#)
- PR-Datenbank [Agenturen](#)
- PR-Datenbank [Dienstleister](#)
- PR-Datenbank [Ausbilder](#)
- PR-Datenbank [PR-Ranking](#)
- PR-Datenbank [PR-WebsiteCheck](#)
- PR-Datenbank [PR-Termine](#)