

PR-Journal Newsletter

Nr. 434 / 27./28. KW 2014

Liebe Leserinnen und Leser,
mit diesem „PR-Journal“-Newsletter erhalten Sie die erste „Sommerausgabe“. Wie in jedem Jahr erscheint der Newsletter in den Sommermonaten Juli und August alle zwei Wochen. Die nächste Ausgabe erhalten Sie deshalb am 29. Juli. Alle neuen Meldungen finden Sie bis dahin tagesaktuell auf unserer Website.

Und hier das Inhaltsverzeichnis des 434. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 88 Einzelmeldungen):

1. *Weltmeister mit Edelman*
2. *Studie: Hohe Anforderungen an CEO-Kommunikation – „Bullshit-Bingo“ nicht gefragt*
3. *PR-Branche wächst weltweit um elf Prozent in 2013*
4. *Jubiläumsshow: Harald Schmidt exklusiv für Instinctif Partners*
5. *Mindestlohn kommt, Debatte wird fortgesetzt*
6. *Führungswechsel bei Grayling Austria*
7. *Personalien compact - Unternehmen (15) (27./28. KW-2014)*
8. *Personalien compact - Sonstige (14) (27./28. KW-2014)*
9. *Personalien compact - Agenturen (12) (27./28. KW-2014)*
10. *komm.passion fährt auf Elektromobilität ab*
11. *Etats compact (23) (27./28. KW-2014)*
12. *Neupositionierung von Oseon: Abschied vom Schlagwort PR*
13. *Fasse+Bieger - Strategische Kommunikation. Erfahrene Spezialisten für besondere Einsätze*
14. *Agenturen compact (9) (27./28. KW-2014)*
15. *komm.passion Dossier 06/2014: Intranet - schnell auf Draht*
16. *Elf Faktoren für ein Top-Gehalt in der PR*
17. *Rekordteilnahme beim BCP-Award – 47 Gold-Gewinner und gute Perspektiven für die CP-Branche*
18. *ECC-Vorträge in Garmisch-Partenkirchen zu den Themen Sport-PR, Internationale PR, Bewegtbildkommunikation, CSR und Kommunikationsmanagement (2)*
19. *Branche compact (2) (27./28. KW-2014)*
20. *Entscheider bleiben der Zeitung treu*
21. *TV-Quoten im Juni: Fußball, Fußball und Fußball*
22. *Friedrich-Ebert-Stiftung/Andreas Vogel: Talfahrt der Tagespresse*
23. *Zeitschriften verlieren weiter an Reichweite*
24. *Medien compact (4) (27./28. KW 2014)*
25. *Content Strategy Forum 2014: sieben Impulse für Unternehmenskommunikation und Marketing*
26. *„Wir holen das soziale Netzwerk auf die Straße“*
27. *Die vier Rollen des neuen PR-Managers*
28. *PR-Interview Nr. 116 mit ABB-Unternehmenssprecher Klaus Treichel zur Energiewende*
29. *Auch daneben... Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR (13)*
30. *Gericht: Unser Sommermenü V - Ananas-Carpaccio mit Kokos-Parfait*
31. *Volker Klenk: „Transparenz ist eine Frage des Wollens“*
32. *BMW versus Volvo – Relevanz versus Glaubwürdigkeit*
33. *Glaubwürdigkeit und Effizienz – Anregungen für ein Kommunikationsmanagement mit Prinzipien*
34. *Aus der Lehre für die Praxis – Vol#3 Akzeptanz von Social Media Guidelines*
35. *DAPR erweitert ihr Programm für Arbeitgeber*
36. *Bildung compact (4) (27./28. KW-2014)*
37. *Internationale Studie: Pressearbeit verliert an Bedeutung*
38. *Studie: Immer weniger vollwertige Online-Geschäftsberichte*
39. *Ketchum Leadership Communication Monitor: Frauen sind die besseren Führungskräfte*
40. *Studien compact (2) (27./28. KW-2014)*
41. *Kommunikationskongress 2014: Kanzleramtsminister Altmaier als Keynote-Speaker*
42. *Preis für beste Selbstdarstellung von Agenturen*
43. *Termine compact (2) (27./28. KW-2014)*
44. *Medienportal „NewsOffice“ ist online - Multimedia-Angebot zu aktuellen Themen bietet Mehrwert für Kunden und Redaktionen*
45. *Tipps compact (1) (27./28. KW-2014)*
46. *Rezension: Sprache des Rechts*
47. *Stamm Medien-Newsletter Juli 2014*
48. *PR-Journal: 26.943 Besucher im Juni 2014 und 37 neue Jobangebote - Knapp 15 Prozent nutzen die Mobilversion*
49. *Jobbörse*
50. *Impressum*

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

Ihr Thomas Dillmann
und das Team vom PR-Journal

Weltmeister mit Edelman



Wettschulden sind Ehrensulden. Und Ehrensulden müssen bekanntlich eingelöst werden. Also veröffentliche

das „PR-Journal“ das nebenstehende Foto. Abgebildet sind Susanne Marell, Deutschlandchefin von Edelman, Gerhard A. Pfeffer, Gründer und Herausgeber des „PR-Journals“ (links) und im Hintergrund Chefredakteur Thomas Dillmann. Aufgenommen wurde das Foto mit schwarz-rot-goldenen Fanartikeln in weiser Voraussicht beim Edelman-Sommerfest am 18. Juni in Hamburg. Die Verabredung lautete: „Wenn Deutschland Weltmeister wird, machen wir damit auf.“ Gesagt – getan! Deutschland ist Weltmeister und wir freuen uns gemeinsam mit allen Fans über diesen grandiosen Erfolg und das entscheidende Toooooor von Mario Götze.

Studie: Hohe Anforderungen an CEO-Kommunikation – „Bullshit-Bingo“ nicht gefragt



Dass Führungskräfte einen großen Einfluss auf Wohlbefinden, Motivation und Loyalität von Mitarbeitern haben, ist mittlerweile fast schon zur PR-Phrase geworden. Kommunikationsverantwortliche fordern seit Jahren,

dass sich Geschäftsführer, Bereichsverantwortliche und nicht zuletzt Abteilungs- und Projektleiter aktiv in die Kommunikation einbringen. Vor allem für die interne Kommunikation wird ihnen große Bedeutung zugeschrieben. Doch nur wer in diesen Prozess eingebunden wird und sich – eine noch größere Herausforderung – eingebunden fühlt, zieht mit. Die Kommunikation mit den Führungskräften



DAS
ENTSCHEIDENDE
WISSEN

der Top-Ebene selbst ist dabei eine zentrale Hürde. An die Formate der persönlichen Kommunikation werden hohe Anforderungen gerichtet. Das hat jetzt ein Forschungsteam der Universität Hohenheim unter der Leitung von Claudia Mast (Foto), Professorin und Inhaberin des Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaft und Journalistik dort, durch eine Studie herausgefunden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Branche wächst weltweit um elf Prozent in 2013

Der PR-Agenturbranche geht es weltweit sehr gut. Diesen Schluss kann man ohne Übertreibung aus den jetzt vorgelegten Zahlen des „Holmes Report“ ziehen. Dem am 7. Juli veröffentlichten Ranking ist zu entnehmen, dass sich das Wachstum auf elf Prozent beläuft. Nach dem je rund achtprozentigen Wachstum in den vergangenen beiden Jahren ist das zum ersten Mal seit 2006 eine zweistellige Wachstumsrate. Für den deutschen Markt hatte „Pfeffers PR-Ranking“ im April dieses Jahres ein solides Wachstum von 5,6 Prozent ermittelt. Damit liegt die weltweite Wachstumsquote doppelt so hoch wie in Deutschland. Der Gesamtumsatz beläuft sich auf rund 12,5 Milliarden US-Dollar, was rund 9,2 Milliarden Euro entspricht, die von mehr als 80.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erwirtschaftet wurden. Im Vorjahr waren es 75.000 Angestellte, die rund elf Milliarden Umsatz erreichten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jubiläumsshow: Harald Schmidt exklusiv für Instinctif Partners



Der Altmeister kann es noch. Harald Schmidt, Fernseh talker, Kabarettist und Schauspieler präsentierte exklusiv für die Kommunikationsberatung Instinctif Partners eine Jubiläumsshow zum zehnten Geburtstag der unter dem Namen Stockheim Media gegründeten Agentur. (Einen kleinen Ausschnitt aus dem Programm können Sie [hier bei YouTube](#) anschauen.) In seinem Studio in der Kölner Schanzenstraße zeigte „The One and Only“ gemeinsam mit der Helmut Zerlett Band sein Können. Spritzig, höchst aktuell und auf den Punkt setzte sich Schmidt mit den Usancen der Kommunikationsbranche auseinander und riet dem früheren französischen Präsidenten Sarkozy oder dem in Schwierigkeiten geratenen Schlager-Altstar Roberto Blanco doch dringend, die Dienste von Instinctif in Sachen Krisenkommunikation in Anspruch zu nehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Mindestlohn kommt, Debatte wird fortgesetzt



Der Mindestlohn kommt. Die Bundesarbeitsministerin Andrea Nahles (Foto, (c) [SPD-Fraktion.de](#); [Susie-Knoll](#), [Florian-Jaenicke](#)) hat sich gegen alle Widerstände durchgesetzt. Lange war gerungen worden. Unterschiedliche Interessengruppen hatten immer wieder ihren Standpunkt in die Diskussion eingebracht. Jetzt stimmten 535 Abgeordnete im Bundestag für und fünf dagegen. 61 Stimmenthaltungen wurden gezählt. Die Zustimmung des

KOMM-PASSION

Bundesrates soll in der 28. Kalenderwoche erfolgen. Damit gilt ab Januar 2015 ein Mindestlohn von 8,50 Euro pro Stunde. Verschiedene Ausnahmen und Übergangsregelungen bleiben aber, so gilt er nicht für Jugendliche unter 18 Jahren, auch Langzeitarbeitslose sind während des ersten halben Jahres in einem neuen Job noch ausgenommen. Für Praktikanten gilt er ab dem dritten Monat ihrer Praktikumszeit. In den vergangenen Wochen [hatten wir ausführlich über diesen Aspekt der Mindestlohn Debatte](#) berichtet. Zuletzt hatten sich noch der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., die Interessenvertretung der Unternehmen der Digitalen Wirtschaft, und die Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA) geäußert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Führungswechsel bei Grayling Austria



Bei der österreichischen Nr. 1 im Markt der PR-Agenturen, Grayling Austria, kommt es zu einem Führungswechsel: CEO Sepp Tschernutter und Managing Director Bernhard Hudik werden nach mehr als 20 beziehungsweise 17 Jahren das Unternehmen verlassen, ihre Verträge enden mit Dezember 2014. Sigrid Krupica (Foto: © Grayling/Foto Peter Rigaud), seit 2006 in der Geschäftsführung, ist ab sofort neuer CEO. Sie soll für die nötige Kontinuität

für die Kunden und das Team sorgen. Jan Simunek übernimmt die Funktion als neuer CEO für die DACH-Region. Inwieweit der Führungswechsel mit dem Rückgang des Honorarumsatzes auf 6,75 Millionen Euro zusammenhängt, das war ein Minus von 7,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, ist nicht bekannt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Personalien compact - Unternehmen (15) (27./28. KW-2014)

1. **Niels Genzmer** verstärkt ab sofort das Team der Berliner Startup-Schmiede etventure als Head of PR. Genzmer kommt vom Handwerker-Portal MyHammer, wo er sechs Jahre lang als Director Corporate Communications tätig war. Zuvor leitete er zwei Jahre lang die Unternehmenskommunikation des Mobile-Entertainment-Anbieters Jamba. Sein PR-Handwerk lernte er bei den international tätigen Agenturen Fleishman-Hillard und Kohtes Klewes (heute: Ketchum Pleon) sowie als Freier Journalist für die „Frankfurter Neue Presse“ und den „Wiesbadener Kurier“.
2. **Iris Jeglitza-Moshage** (52) hat ab dem 1. September bei der Messe Frankfurt Exhibition einen erweiterten Aufgabenbereich. Zusätzlich zu Ihrer Funktion als Mitglied der Geschäftsleitung wird sie die Leitung der Unternehmenskommunikation der Messe Frankfurt übernehmen. Gleichzeitig verantwortet sie das Kompetenzfeld Safety & Security. Jeglitza-Moshage wird Nachfolgerin von **Kai Hattendorf**, der das Digitalgeschäft übernimmt. Sie berichtet an den Vorsitzenden der Geschäftsführung Wolfgang Marzin. Jeglitza-Moshage ist bereits seit 1999 bei der Messe Frankfurt Exhibition.
3. **Peter Meyenburg** (35) ist bei Rakuten aufgestiegen. Seit dem 1. Januar ist er Leiter Corporate PR für die Region EMEA beim Online-Shop Rakuten Inc. in Bamberg. In der neu geschaffenen Position ist er für die europaweite PR zuständig. Er berichtet an verschiedene Kommunikationsverantwortliche in Tokio. Zuvor war Meyenburg als Head of Public Relations für die Unternehmenskommunikation von Rakuten in Deutschland verantwortlich.
4. **Katja Degasa** (42) ist zum 1. Juli aus Ihrer Elternzeit zurückgekehrt und leitet nun die Presseabteilung bei Hanser Kinder- und Jugendbuch in München. Sie berichtet an den Verlagsleiter Kinder- und Jugendbuch **Ulrich Störiko-Blume**. Degasa ist seit 2008 Pressesprecherin der Sparte.
5. **Kay Laudien**, Senior Director Media Relations, wird die Infineon Technologies AG in Neubiberg bei München zum 30. September verlassen. Laudien führt die Pressestelle des DAX-Konzerns seit November 2008. Er ist weltweit für die Medienarbeit aller Corporate, Finanz- und Wirtschaftsthemen sowie für die Fachpresse verantwortlich. Laudien verlässt nach Angaben von Infineon „das Unternehmen im besten gegenseitigen Einvernehmen.“ Wie seine Nachfolge geregelt wird, gab das Unternehmen nicht bekannt.
6. **Maria Gruber** ist als Nachfolgerin von **Daniela Sonn** neue Leiterin Marketing & Kommunikation beim Magazinverlag Styria Multi Media Gruppe, Wien. Gruber war zuletzt rund zehn Jahre in Marketing- und Business Development Funktionen im In- und Ausland tätig. Vorgängerin Sonn wurde im Verlag mit der Aufgabe betraut, den Grundstein für eine neue Abteilung zu legen. Sie soll künftig für die Kreation, Konzeption und Durchführung neuer Events, Sponsoring-Projekte und den Aufbau eines Kundenclubs für die Magazine der Styria Multi Media verantwortlich zeichnen.
7. **Justine Figura** (31) ist als neue Leiterin Public Relations bei der LG Electronics Deutschland GmbH, Ratingen, für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich. Sie tritt damit die Nachfolge von **Michael Wilmes** an. Figura ist bereits seit 2009 bei LG und kam damals von der Services-Tochter des Chemiekonzerns Harke, wo sie als Leiterin für den Bereich Marketing und Public Relations tätig war. Zuvor arbeitete



Figura bei der Kölner Medien-Agentur Jeschenko in der Kundenbetreuung.

8. **Klaus Drach** (45) wird neuer Leiter Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der Sparkasse Mainz. Das berichtet die Mainzer „Allgemeine Zeitung“. Drach ist Rückkehrer nach Mainz, denn zwischen 2002 und 2008 war er Marketingleiter beim damals frisch gebackenen Fußballbundesligisten Mainz 05. Anschließend wechselte er zum VfL Wolfsburg, wo er dreieinhalb Jahre verbrachte. Dann übernahm er bei der Deutschen Fußball Liga (DFL) die Leitung des Projektes „50 Jahre Bundesliga“. Bei der Sparkasse Mainz soll er sich jetzt verstärkt um das Thema Sponsoring kümmern.
9. **Eva Wagner** (29) arbeitet seit dem 1. Juni als Communications Managerin für die Region DACH beim Hersteller von Zellulose- und Papierprodukten SCA Hygiene Products in Ismaning bei München. Die Stelle wurde neu geschaffen. Wagner berichtet an Director Communications DACH **Katrin Wagner**. Vor ihrem Wechsel zu SCA war Eva Wagner seit 2005 im Bereich Corporate Communications für die Luftansa tätig.
10. **Rainer Knauber** (46), seit 2013 Leiter der Kommunikation bei der Berliner Gasag-Gruppe, hat zum 1. Juli zusätzlich die Bereiche Marketing und Energiepolitik übernommen. Knauber berichtet an den Vorstandsvorsitzenden **Stefan Grützmaier**. Bevor er 2013 zur Gasag kam, war Knauber seit 2004 in verschiedenen Führungspositionen für Vattenfall Europe tätig.
11. **Arabelle Frey** wird ab August als Nachfolgerin von **Wendy Kerstan** neue Leiterin der Presseabteilung des Zürcher Orell Füssli Verlags. Aktuell arbeitet sie noch als Redakteurin beim Schweizer Radio und Fernsehen SRF. Vorgängerin Kerstan wechselt in die Presseabteilung des Rowohlt Verlags nach Deutschland. (Quelle: „kleinreport.ch“)
12. **Heike Neumeister** (32) ist neue Mitarbeiterin in der Kommunikationsabteilung der Essener Konzernzentrale von ThyssenKrupp. Sie kommt vom IG Metall Vorstand in Frankfurt am Main, wo sie die Presse- und Onlinekommunikation verantwortete. Als Pressesprecherin ist sie bei ThyssenKrupp für den Bereich der Personal- und Immobilien Themen zuständig. Sie unterstützt das Sprecherteam von **Robin Zimmermann**, der die Konzernpressestelle leitet.
13. **Tino Fritsch** (39) ist bei ThyssenKrupp seit dem 1. Juli für die Kommunikation im Raum Asia Pacific zuständig. Damit sei das Führungsteam



der Kommunikation unter der Leitung von **Alexander Wilke** nun vollständig, teilte der Konzern mit. In dieser neu geschaffenen Funktion ist Fritsch auch Pressesprecher für diese Region, die insgesamt elf Länder umfasst. Zuvor war Fritsch seit 2007 Head of Corporate Communications und Konzernpressesprecher der SGL Group in Wiesbaden. Seine Nachfolge dort ist noch offen.

14. **Christian Pfeiffer**, bis zum 30. Juni Marketingleiter des Consulting-Bereichs der KPMG in Deutschland, ist seit dem 1. Juli neuer Managing Partner des Beratungsunternehmens Jordan & Partner, Düsseldorf, und arbeitet dort als Unternehmens- und Kommunikationsberater. Er verantwortet dort den Bereich „Communications & Strategic Networks“ sowie den Aufbau des Standorts entlang der Rheinschiene Düsseldorf-Köln-Frankfurt.
15. **Armin Gehl** übernimmt die Unternehmens-PR für die MTD Products AG aus Saarbrücken. MTD ist einer der größten Hersteller von motorgetriebenen Gartengeräten. Gehl, der direkt an den Vorstandsvorsitzenden **Peter Janssen** berichtet, ist Lehrbeauftragter an der HTW des Saarlandes und seit 2006 Leiter des Clusters automotive.saarland bei der ZPT Saar e.V. Die Produkt-PR soll weiterhin von der Agentur Manfred Eckermeier gemanagt werden.

Personalien compact - Sonstige (14) (27./28. KW-2014)

1. Michaela Roth wird beim Deutsche Sparkassen- und Giroverband (DSGV) zum 1. Septem-

ber die neu geschaffene Stelle der Pressesprecherin für internationale Medienkontakte in Brüssel übernehmen. Roth ist bereits seit 2002 Pressesprecherin beim DSGVO in Berlin. Ihr Nachfolger als Pressesprecher in Berlin wird Alexander von Schmettow (39), der seine neue Stelle am 15. Juli antritt. Er kommt von der Brunswick Group. Beide berichten an Stefan Marotzke, den Leiter Medien und Nachrichten. Damit verstärkt der DSGVO seine Kommunikationsaktivitäten auf europäischer und internationaler Ebene.

2. Christian Wehry (37) arbeitet seit dem 1. Juni als Pressesprecher und Kommunikationsleiter bei der Kassenärztlichen Vereinigung Brandenburg (KVBB) in Potsdam. Er wurde Nachfolger von Ralf Herre und berichtet an den Vorstand der KVBB. Wehry war zuvor als Pressesprecher bei der Kassenzahnärztlichen Bundesvereinigung tätig.
3. Thomas Borowik (45) ist nach sechs Jahren als stellvertretender Pressesprecher seit dem 1. Juli zum Leiter der Pressestelle in der Bundespolizeidirektion München aufgerückt. Er trat damit die Nachfolge von Klaus Papenfuß an, der in den Ruhestand gegangen ist. Borowik berichtet an das Bundespolizeipräsidium.
4. Susanne Gonswa (37) leitet seit dem 1. Juli die Kommunikation im Bethanien Kinderdorf Bergisch Gladbach. Die Stelle wurde neu geschaffen. Gonswa berichtet an die Kinderdorfleitung Bergisch Gladbach sowie die Geschäftsleitung. Vorerfahrungen hat sich bereits seit 2011 als Pressesprecherin und Mitglied der Geschäftsführung im Bethanien Kinderdorf Schwalmthal gesammelt.
5. Ingrid Schmitz (43) wird zum 1. August neue stellvertretende Unternehmenssprecherin sowie stellvertretende Leiterin der Abteilung „Presse und Information“ beim Westdeutschen Rundfunk (WDR) in Köln. Sie wird Nachfolgerin von Birand Bingül, der in Elternzeit geht und danach neue Aufgaben beim WDR übernehmen soll. Bingül kam im Sommer 2010 von „Cosmo TV“ zur WDR-Pressestelle. Schmitz, die bereits seit 2002 beim WDR ist, war von 2010 bis 2013 Referentin der damaligen Intendantin Monika Piel. Zuletzt verantwortete sie die Erneuerung des WDR-Funkhauses in Düsseldorf.
6. Kerstin Merx (45) und Claudia Ohlsen (34) sind neue Mitarbeiterinnen der Landesgartenschau GmbH in Eutin. Die städtische Gesellschaft im schleswig-holsteinischen Eutin ist zuständig für



die Durchführung des 2016 stattfindenden Großereignisses. Merx ist ab sofort für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zuständig, Ohlsen hat die Leitung des Veranstaltungsprogramms übernommen. Merx war zuvor im Standort-Marketing des Landes Schleswig-Holstein tätig, Ohlsen bringt als ehemalige Referentin beim Heimatbund Projekterfahrungen von den Gartenschauen in Schleswig und Norderstedt mit.

7. Sebastian Berger (47) ist seit dem 1. Juli neuer Pressesprecher für die SOS Kinderdörfer in München. Als Leiter der Pressestelle berichtet er an die Geschäftsführung des Vereins und verantwortet die interne und externe Kommunikation. Zuvor war Berger unter anderem als Redakteur bei der „Süddeutschen Zeitung“ und als Pressesprecher des Süddeutschen Verlags tätig. Zuletzt leitete er die Abteilungen Text und Öffentlichkeitsarbeit bei der Markenagentur KMS Team. Als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wird ihm Magdalena Tanner-Kaerger (30) zur Seite stehen. Sie arbeitet seit Anfang 2013 beim SOS-Kinderdorf und ist dort auch als Gremienreferentin tätig.
8. Amanda Benfell, seit 1997 Presse- und PR-Chefin des Cannes Lions Festival, wechselt als Director of Communications and Marketing zum in London erscheinenden „Gunn Report“. Der „Gunn Report“ erstellt seit 1999 auf Basis der

wichtigsten weltweit durchgeführten Rankings und Wettbewerbe eine Topliste der Kreativ- und Kommunikationsagenturen. Ihre Nachfolgerin als Presse- und PR-Chefin des Cannes Lions Festival wird Camilla Cole, die bereits seit einigen Jahren Mitarbeiterin von Benfell ist.

9. Peter Haas (43), seit 2007 Leiter Kommunikation und Pressesprecher beim Arbeitgeberverband Nordmetall in Hamburg, wurde zum Geschäftsführer für die Bereiche Kommunikation, Mitglieder und Wirtschaftspolitik berufen. Er ist verantwortlich für die Kommunikation des Schwesterverbands AGV Nord sowie der Nordmetall-Stiftung und ist Geschäftsführer der verbandseigenen Agentur IW Nord Medien. Haas berichtet an den Hauptgeschäftsführer Nico Fickinger. Bevor er 2007 zu Nordmetall kam, war er Leiter Kommunikation und Marketing bei der Handwerkskammer Hamburg.
10. Anne Dreyer (38) hat die Aufgabe der Pressesprecherin beim evangelischen Hilfswerk Diakonie Katastrophenhilfe übernommen. Sie berichtet in ihrer neuen Funktion an Svenja Koch, Leiterin des Stabsreferats Medien beim Evangelischen Werk für Entwicklung und Diakonie in Berlin. Dreyer kam von der Stiftung "Menschen für Menschen", wo sie Leiterin Öffentlichkeitsarbeit und Pressesprecherin war.
11. Vincent Jörres (26) arbeitet seit Juni in der Pressestelle des Deutschen Hausärzterverbands in Berlin. Er unterstützt Pressesprecherin Kirsten Schröter. Zuvor war Jörres während seines Masterstudiums der Politischen Kommunikation in der Kommunikationsabteilung der Vodafone Stiftung beschäftigt.
12. Denis Kettlitz (32) arbeitet seit dem 1. Juli als Pressesprecher des Carl-Thiem-Klinikums Cottbus. Er wurde Nachfolger von Annegret Hofmann, die die Pressearbeit des Großklinikums zuletzt neun Jahre lang als Externe verantwortete. Kettlitz, der zuletzt für die Deutsche Rentenversicherung Knappschaft-Bahn-See, als Referent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig war, berichtet im Klinikum an die Geschäftsführung.
13. Birgit Goldenbow (52) ist neue Pressesprecherin für die Deutsche Stiftung Mediation in Neubiberg. Sie folgt auf Hans-Joachim Lesser, der sich nach seinem ehrenamtlichen Einsatz als Pressesprecher nun wieder verstärkt seinen hauptberuflichen Aufgaben widmet. Goldenbow berichtet an den Vorstand Marketing, Robert Glunz, und den Vorstandsvorsitzenden der Stif-



tung, Viktor Müller. Zuvor war Goldenbow im Altersmediationszentrum in Meerbusch tätig, das sie als Gründerin mit aufgebaut hatte.

14. Kai Fortelka (39) ist seit dem 1. Juli neuer Leiter der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Pressesprecher der Kassenzahnärztlichen Bundesvereinigung (KZBV) in Berlin. Er kommt vom Gemeinsamen Bundesausschuss (G-BA), wo er für verschiedene Aufgaben im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich war. Fortelka kommt aus dem Journalismus und absolvierte bei der Deutschen Presse Agentur (dpa) ein Volontariat, später arbeitete er als Referent in der Marketing-Abteilung der Bundesagentur für Arbeit.

Personalien compact - Agenturen (12) (27./28. KW-2014)

1. **Hannah Stringham** (31) verstärkt den Bereich Financial & Professional Services im Corporate Communications Team bei Hill+Knowlton in Frankfurt am Main. Von 2009 bis zu ihrem Wechsel zu Hill+Knowlton profilierte sich Hannah Stringham als PR-Managerin bei der Oper Frankfurt in den Bereichen Projektmanagement, Stakeholder Communications und Marketing. Stringham studierte an der Goethe-Universität Frankfurt Medienwissenschaften und spricht mehrere Fremdsprachen.

2. **Simone Elpers** (29) verstärkt seit dem 1. Juli als Senior Consultant die SXCES Advisors GmbH am Standort Düsseldorf. Die studierte Kommunikationswissenschaftlerin arbeitete zuvor fünf Jahre bei der XEO GmbH, wo sie zuletzt als Senior Advisor tätig war. Zu ihren Beratungsschwerpunkten zählen identitätsbasierte Unternehmensführung, strategisches HR Management und strategisches Marken- und Kommunikationsmanagement. Die Agentur SXCES beschäftigt an den Standorten Kassel, Hamburg und Düsseldorf insgesamt 55 Mitarbeiter.
3. **Anselm Schwyn** (47), zuletzt Kommunikationsbeauftragter des Amtes für Verkehr im Kanton Zürich, leitet seit dem 1. Juli die Redaktion der Zürcher Kommunikationsagentur Viva. Schwyn, der als Redakteur früher für den „Tages-Anzeiger“ und die „Automobil Revue“ tätig war, soll die redaktionelle Kompetenz der Agentur Viva weiter ausbauen. Bereits zu Beginn des Jahres kam **Reinhard Kronenberg** zu Viva. Er wurde Leiter Publizistik und Mitglied der Geschäftsleitung.
4. **Pascal Schöning** ist als neuer Creative Director an Bord der Kölner Corporate Publishing-Agentur Zimmermann Editorial gegangen. Schöning, der zuletzt sechs Jahre bei muehlhausmoers tätig war, soll das kreative Leistungsangebot der Agentur ausweiten. Zusätzlich sind **Lena Wilde** und **Patrick Schroth** neu bei Zimmermann Editorial. Wilde, zuvor im Medienfachverlag Rommerskirchen und beim Bundesverband Glasfaseranschluss tätig, verstärkt seit April die Redaktion. Schroth, erfahrener Finanzjournalist mit Stationen unter anderem bei „Capital“, „Börse Online“, „Financial Times“ und „Das Wertpapier“, verantwortet Projekte von Kunden aus der Finanzbranche.
5. **Marilyn Hirling** (39) ist neue Senior Projektleiterin im Geschäftsbereich „Travel“ der Berliner Kommunikationsagentur here/to/now. Unter „Travel“ bietet die Kreuzberger Agentur die Leistungen Incentive Reise, DMC Berlin und Kampagnen Reise an. Hirling kommt von der Berliner MR Congress & Incentive GmbH. Dort war sie seit 2004 für nationale und internationale Projekte verantwortlich.
6. **Jacqueline Etter** (43) ist neue Senior Beraterin bei der IRF Communications AG in Zürich. Sie verstärkt ab sofort das Team der Agentur. Zuvor arbeitete sie als Head of Internal Communications für die Bank Vontobel. IRF Communications sieht sich als ein führender Anbieter von



- Dienstleistungen in der Unternehmenskommunikation mit starker internationaler Vernetzung.
7. **Jochen Nawrotzki** ist seit Juni neuer Mitarbeiter im Berater-Team der Publik. Agentur für Kommunikation GmbH in Ludwigshafen. Zuletzt war er im Bereich Produkt-PR bei der Gameforge AG in Karlsruhe beschäftigt. Der studierte Anglist und Germanist verfügt über PR-Erfahrung in der Telekommunikations- und Games-Branche und war bereits auf Agentur- sowie Unternehmensseite tätig.
8. **Geerd Lukaßen** und **Florian Bongartz** (beide 31) sind ab sofort neue Mitarbeiter der Hamburger Agentur Faktenkontor. Lukaßen, der zuletzt im Bereich Corporate Publishing tätig war, unterstützt als stellvertretender Teamleiter die Redaktion und kümmert sich schwerpunktmäßig um Themen aus den Bereichen Finanzen, Versicherungen und Social Media. Bongartz, der von der Unternehmensberatung Q_Perior kommt, wechselt als PR-Berater in den Bereich Konzeption und Strategie. Beide waren bereits zuvor in der Redaktion von Faktenkontor tätig.
9. **Andreas Neurohr** (39) erweitert das Führungsteam der Stuttgarter Agentur Roth & Lorenz. Neurohr wird als neuer Group Head Business Development eingesetzt. Er kommt vom Retail Marketing Spezialisten Liganova, wo er verschiedene Projekte aus den Bereichen POS-Aktivierung, Messe und Event betreut hat. Zuvor arbeitete er bei der smart GmbH im Messe- und Event-Marketing sowie als Projektleiter und Architekt für verschiedene Agenturen aus dem Klassik- und Eventbereich.
10. **Nikolaus von Raggamby** (40) ist zum 1. Juli in die Geschäftsführung der Berliner Kommunikationsberatung RueckerConsult GmbH aufgenommen. Von Raggamby leitete zuvor bereits das

Ressort Öffentlichkeitsarbeit und Kapitalmarkt-kommunikation der Spezialagentur für die Beratung von Immobilienunternehmen. Bereits seit 2011 steht er in Diensten von RueckerConsult. Zuvor war er für die Wirtschaftsmedien von Gruner + Jahr – Schwerpunkt Immobilien – tätig. Als Geschäftsführer wird von Raggamby die Ressorts PR, Investor Relations, Public Affairs sowie Research und Studien verantworten.

11. **Henriette Schnabl** ist seit 1. Juli als Senior Multimedia Producerin bei Weber Shandwick Deutschland im Berliner Büro tätig. Sie bringt langjährige Branchenerfahrung aus mehreren Rundfunkanstalten mit ein. Als Mitarbeiter im Content Creation Center (CCC), der Inhouse-Produktion für Engaging Content, verantwortet sie die Produktion von Videos und Live-Medienformaten, sowie die Planung und Umsetzung digitaler Plattformen und weiterer Multimediaproduktionen.
12. **Antonio Vega** (29) arbeitet jetzt als neuer PR-Consultant in den Bereichen PR, Lead Relations und Social Media Relations im Beratungsteam der B-to-Be-, IT- und Hightech-Agentur Möller Horcher Public Relations GmbH, Offenbach. Er arbeitete zuvor als Werbetexter beim IT-Startup Neosulting.



als Kommunikationsagentur und ist für die Entwicklung einer integrierten Kommunikationsstrategie verantwortlich, um die Projektfortschritte gegenüber Politik und Öffentlichkeit auf verschiedenen Kanälen zu vermitteln.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (23) (27./28. KW-2014)

1. IT-Security-Anbieter Blue Coat (USA), Deutsches Büro in München
was: Corporate, Produkt- und Marken-PR in der Region DACH
an: **Fink & Fuchs Public Relations**, Wiesbaden
2. Plattform HAMBURG schnack! GmbH
was: Strategische Beratung, Presse- und Medienarbeit, Öffentlichkeitsarbeit
an: **PR Perlen Kommunikation**, Hamburg
3. Bayer AG, Leverkusen
was: Interne Kampagne für die stärkere Nutzung der Social Media Plattform
an: **fischerAppelt, live marketing**, Köln
4. Bereich Konsumgeschäft der WMF AG, Geislingen/Steige (Nähe Ulm)
was: PR und Social Media
an: **häberlein & mauerer**, München
5. Cashback Provider Qipu GmbH, Berlin
was: Presse-, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, Online-PR
an: **PR-Agentur PR4YOU**, Berlin
6. Haniel-Stiftung, Duisburg
was: 5-Jahres-Bericht
an: **Tempus Corporate GmbH**, Hamburg
7. Business- und Wissensplattform im Web, MASTERhora, Frankfurt am Main
was: Presse- und Medienarbeit

Etats

komm.passion fährt auf Elektromobilität ab



Die Agentur komm.passion sichert sich den Etat zum Projekt „e-Quartier Hamburg“. Das Vorhaben ist ein Projekt der Modellregion Elektromobilität Hamburg und wird durch das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) gefördert. Gesteuert wird „e-Quartier Hamburg“ durch die hySO-LUTIONS GmbH, die als regionale Projektleitstelle Elektromobilität in der Modellregion Hamburg fungiert. Das Projekt wird geplant und umgesetzt von insgesamt elf Projektpartnern sowie einer Vielzahl assoziierter Partner aus den Bereichen Wohnungswirtschaft, Stadtplanung, Energie und Mobilität. Die Hamburger Niederlassung von komm.passion unterstützt das Projektkonsortium

- an: **newskontor – Agentur für Kommunikation**, Ratingen
8. a) Deutsche LandFrauenverband (dlv), Berlin
was: Verbandszeitschrift „Landfrauen Aktuell“
b) Institut für Wärme und Oeltechnik (IWO), Hamburg
was: IWO-Fachmagazin für den Wärmemarkt „Raffiniert“
c) Beratungsunternehmen T.A. Cook & Partner Consultants GmbH, Berlin
was: Kundenmagazin
an: **corps. Corporate Publishing Services**, Düsseldorf
 9. WWK Allgemeine Versicherung AG, München
was: Website Relaunch
an: **Gramm Werbeagentur GmbH**, Düsseldorf
 10. Personalberatung PageGroup Deutschland, Düsseldorf
was: Medienarbeit und Event für die Einzelmarken Michael Page und Page Personnel sowie CEO-Platzierung
an: **wbpr_ Kommunikation**, Köln
 11. Telefon-, Internet- und TV-Anbieter NetCologne, Köln
was: Website Relaunch
an: **Kernpunkt GmbH**, Köln
 12. Unternehmensberatung Towers Watson GmbH, Frankfurt am Main
was: Beratung, Fachpressearbeit zur Schärfung des Profils
an: **achtung! GmbH**, Hamburg
 13. Displayhersteller Hannspree Europe GmbH, Meerbusch
was: Fachpressearbeit, PR und Kurationsarbeit
an: **OMA® Public Relations GmbH (OMA PR)**, Düsseldorf
 14. Detecon International GmbH, Köln
was: Website-Relaunch
an: **kernpunkt GmbH**, Köln
 15. Air China, Peking
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **KPRN network GmbH in Kooperation mit MPR GmbH**, beide Frankfurt am Main
 16. Schwedische Lifestylemarke Happy Socks, Stockholm
was: PR- und Pressearbeit in der Region DACH
an: **Cly Communication GmbH**, Berlin
 17. a) Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen
was: Social Media
b) Berliner Fahrradschau (BFS)
was: B-to-C- und B-to-B-Kommunikation sowie



- Social Media
an: **Masali GmbH**, Berlin
18. IT-Lösungsanbieter für Geschäftsreisenmanagement Concur GmbH, Frankfurt am Main
was: Presse- und PR-Arbeit in der Region DACH sowie Frankreich, digitale Services
an: **Lewis PR**, Düsseldorf
 19. IT-Unternehmen Unify Inc. (Siemens Enterprise Communications), München
was: erste Unify International Partners Conference (IPC) in Dubai
an: **east end communications**, Hamburg / **Dederichs Reinecke und Partner**, Agentur für Öffentlichkeitsarbeit, Hamburg
 20. Browsergame-Entwicklerstudio Travian Games, München
was: Konzept zur Markenbildung und Kommunikationsstrategie
an: **wildcard communications GmbH**, Agenturgruppe für Public Relations, Krefeld

Agenturen

Neupositionierung von Oseon: Abschied vom Schlagwort PR



Die Kommunikationsberatung Oseon heißt noch Oseon, sieht aber anders aus und rückt ab vom Schlagwort PR. Sehr plakativ und verkürzt umschreibt das die Neupositionierung von Oseon, die ihren Hauptsitz in Frankfurt am Main haben und ein weiteres Büro in Hamburg. Fünfeinhalb Jahre nach der Gründung haben die Geschäftsführenden Gesellschafter Tapio Liller und Manuela Moore eine Standortbestimmung vorgenommen und am Selbstverständnis gefeilt. Dabei herausgekommen ist ein optisch neuer Auftritt mit

„Lenny“ (siehe Abbildung), einem menschlichen Einhorn, das auffallen soll und anecken darf. Damit einher geht eine Überarbeitung der Positionierung, die nun schärfer geworden sein soll. Im Agenturblog heißt es: „Wir sind eine Kommunikationsagentur für Innovationsthemen. Wir verzichten bewusst auf das Schlagwort PR, weil wir schon längst nicht mehr nur die klassischen PR-Instrumente einsetzen.“ In der strategischen Beratung, so die weitere Erläuterung, spielen das Digitale eine ebenso große Rolle wie kreative Kampagnenideen und auch die Medienarbeit. Auf den klugen Mix für die jeweilige Aufgabe komme es an.

Wer es genauer wissen möchte, kann den Beitrag "Im Zeichen des Einhorns: Neue Positionierung und neuer Look für Oseon" von Tapio Liller im [Agenturblog von Oseon](#) lesen.

Fasse+Bieger - Strategische Kommunikation. Erfahrene Spezialisten für besondere Einsätze

Claudia Fasse und Ulrich Bieger sind die Geschäftsführer der neugegründeten Fasse+Bieger - Strategische Kommunikation GmbH & Co.KG. Mit Büros in Hamburg und Wuppertal hat sich das Unternehmen auf Issues Management und Krisenkommunikation spezialisiert. Unter dem Dach von Fasse+Bieger hat sich ein erfahrenes Team von Spezialisten zusammengetan, dessen Mitglieder viele Jahre sehr unterschiedlichen Erfahrungen im In- und Ausland gesammelt haben. Mit dem daraus entwickelten gemeinsamen Verständnis und individuellen Lösungen bieten die Berater großen und mittleren Unternehmen Unterstützung sowohl bei der Präventionsarbeit als auch bei Adhoc-Interventionen in schwierigen Situationen an. Das Angebot reicht von der strategischen Beratung über die Entwicklung von Kommunikationsstrategien bis hin zum Interims-Einsatz von Unternehmenssprechern. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (9) (27./28. KW-2014)

1. Die **Leverkusener Agentur „Dako PR“** feierte am **11. Juli ihr zehnjähriges Bestehen**. Die inhabergeführte Agentur ist spezialisiert auf die Kommunikation technischer Themen und Produkte. In den Branchen „Bauen und Baustoffe“ sowie „Maschinen- und Anlagenbau“ betreut sie zahlreiche Verbände und Unternehmen aus dem In- und Ausland. „Wir danken unseren Kunden und Partnern für die anhaltende Treue und freuen uns auf die kommenden gemeinsamen Jahre“, erklärt Agentur-Inhaber Darko Kosic (41).
2. **Petra Schnitzler** und **Andrea Vossen** sind ab sofort **geschäftsführende Gesellschafterinnen der Stuttgarter Agentur Roth & Lorenz**. Beide sind bereits seit 2012 im Unternehmen: Schnitzler als kaufmännische Leiterin, Vossen als Leiterin Konzept und Kreation. Nun sind beide gleichzeitig geschäftsführende Gesellschafterinnen geworden, denn sie haben jeweils einen signifikanten Gesellschafteranteil an Roth & Lorenz erworben. **Ulrich Roth**, Gründer und Chefstrategie der Agentur, begrüßt den Beginn des diesen „**Management-Buy-In-Prozess**“ ausdrücklich. Er selbst will noch mindestens noch acht bis zehn Jahre „machen“.
3. **Martin Radtke** hat in der Schweiz eine **neue Agentur für Unternehmenskommunikation** gegründet. Mit Sitz in Uster will die Agentur **Martin Radtke Kommunikation** auf Angebote im Bereich Crossmedia-PR setzen. Radtke war während der vergangenen zehn Jahre in der Unternehmenskommunikation der SBB Cargo tätig, während der vergangenen beiden Jahre hat er dort eine Crossmedia-Abteilung aufgebaut.
4. Das **Public Relations Global Network (PRGN)** steht auf einem soliden Fundament. 2013 erreichten die kooperierenden Agenturen einen **Gesamthonorarumsatz von rund 110 Millionen US-Dollar, das entspricht knapp 81 Millionen Euro**. Das 1992 gegründete globale Netzwerk zählt fast 50 Mitgliedsunternehmen mit mehr als 900 Mitarbeitern auf allen Kontinenten. In Deutschland sind die **Industrie-Contact AG aus Hamburg** und die **Cometis AG aus Wiesbaden** Mitglieder.
5. Die **Kommunikationsagentur Edelman** baut ihr **Angebot am Standort München** aus. Ab jetzt können Kunden dort auch Beratung in Sachen **Tourismus-PR** in Anspruch nehmen. Geleitet wird das Travel & Tourism Team von **Liv Böing**,

die an Björn Sievers berichtet, der als Executive Director für den Bereich Consumer verantwortlich ist. Böing betreut den Bereich Travel & Tourism bei Edelman Deutschland bereits seit 2011, bisher vom Standort Frankfurt aus. Vor ihrem Einstieg bei Edelman war Böing sechs Jahre PR-Manager für Hotels der Starwood Hotels & Resorts.

6. **Petra Rulsch** (42), zuletzt Leiterin PR und Mitglied der Geschäftsleitung bei JDB Media, hat sich in Hamburg mit der Agentur „**Petra Rulsch PR - Strategische Kommunikation plus**“ **selbstständig gemacht**. Ihr Leistungsangebot: klassischen PR, strategische Markenkommunikation und Content-PR inkl. Social Media. Dazu die Agenturgründerin: „Nur eine zielgruppenrelevante, crossmediale und vor allem dialogorientierte Kommunikation ermöglicht es Unternehmen heute die Reputation ihrer Marke aktiv mitzugestalten.“ Vor ihrer Tätigkeit bei JDB Media war sie bis Mitte August 2013 als Leiterin PR/Kommunikation beim Hamburger Verlagshaus Gruner + Jahr tätig. (Quelle: CP-Monitor)
7. **Weber Shandwick**, Berlin, **gewinnt in der Kategorie „Internal Communications“ den Golden World Award 2014 der International Public Relations Association (IPRA)**. Ausgezeichnet wurde die Incentive-Kampagne Subway® Allstars, die Weber Shandwick gemeinsam mit seinem Kunden Subway Sandwiches unter der Leitung von Gordon Faehnrich, Marketingleiter von Subway Deutschland, ins Leben gerufen hat. Ein Team aus Agentur, Subway Marketing und Operations bewerkstelligte die Kampagne, deren Ziel es war, das Teamgefühl und die Performance am Point of Sale zu steigern.
8. Expansion von der Schweiz nach Deutschland: Die **Internet-Textagentur Supertext**, Zürich, plant in **Berlin-Kreuzberg ein Büro zu eröffnen**. Die Arbeit aufgenommen hat bereits die künftige Leiterin der Berliner Dependence, **Andrea Clausen**. Ihr zur Seite stehen Grant Price, Amandine Magnac, Anna Jefferys und ab August Elsa Monsch. Der offizielle Markteintritt ist noch vor Herbst dieses Jahres geplant.
9. Die **Berliner PR- und Kommunikationsagentur Donkey Public Relations GmbH firmiert zur Masali GmbH** um. Bereits zum 1. April erfolgte die Neugründung. Nach zweijähriger Zusammenarbeit als Donkey Public Relations trennten sich die Geschäftsführer Boris Frommen, Martin Isernhagen und Stephanie Speckmann nach eigenen Angaben einvernehmlich. Speckmann übernahm die PR-Sparte und führt

sie nun unter der Firmierung Masali GmbH weiter. Seither hat sie mit der Gerry Weber International AG und der Berliner Fahrradschau zwei neue Kunden gewonnen. (siehe auch [Etatmeldungen](#))

Branche

komm.passion Dossier 06/2014: Intranet - schnell auf Draht



Ein neues Intranet der Uniklinik RWTH

Aachen bietet den Mitarbeitern die Möglichkeit, systematisch Informationen auszutauschen und strategisch zu kommunizieren. Übersichtlicher, transparenter, effizienter und schneller, orientiert sich die Struktur der neuen Plattform nicht an der Aufbauorganisation, sondern an internen Zielgruppen und Prozessen. Das neue Mitarbeiterportal ist das Ergebnis eines halbjährigen Teilprojekts, mit dem der komplette Marken-Relaunch des universitären Großkrankenhauses nach eineinhalb Jahren seinen Abschluss findet.

Das vollständige Dossier können Sie auf der [komm-passion-Website online weiterlesen](#).

Elf Faktoren für ein PR-Top-Gehalt



Wer Erfolge vorweisen kann, Führungskompetenz zeigt und viele Ideen produziert, hat die besten Chancen, zu den Topverdienern in der PR gezählt zu werden. Persönliche Erscheinung, Loyalität zum

Arbeitgeber und der Status als First Mover sind dagegen deutlich weniger wichtig. Das haben die dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor, beide Hamburg, herausgefunden. 536 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Pressestellen deutscher Unternehmen haben an der jüngsten Umfrage teilgenommen (siehe Grafik; Quelle: news aktuell / Faktenkontor). Ebenfalls von großer Bedeutung für ein überdurchschnittliches Gehalt sind individuelles Verhandlungsgeschick, berufliches Netzwerken und Durchsetzungsvermögen. Loyalität zum Arbeitgeber (acht Prozent) zählt sich nach Meinung der Kommunikationsprofis allerdings deutlich weniger aus als ein Arbeitgeberwechsel (20 Prozent).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rekordteilnahme beim BCP-Award – 47 Gold-Gewinner und gute Perspektiven für die CP-Branche



Der 12. Best of Corporate Publishing BCP-Award ist abgeschlossen. Die Fachjury hatte über 700 Einreichungen von 250 teilnehmenden Unternehmen und Agenturen zu bewerten. Sie vergab bei der Preisverleihung am 3. Juli in München in 28 Kategorien insgesamt 47 BCP-Awards in Gold sowie vier Sonderpreise. 174 Nominierte erhielten einen BCP-Award in Silber. Die hohen Teilnehmerzahlen stellen einen neuen Rekord dar. Neben Arbeiten aus dem DACH-Raum gab es auch Einreichungen aus Frankreich, Liechtenstein, Luxemburg, Russland und United Kingdom. 152 Juroren sichteten und bewerteten die Einreichungen. „CP-Monitor.de“ berichtet ausführlich und listet die Goldgewinner auf. Die Top 3 waren Kircher-Burhardt, Berlin, (7 x Gold), G+J Corporate Editors, Hamburg, und die Burda Creative Group, München (beide jeweils 4 x Gold). Auch die Profilwerkstatt aus Darmstadt (2 x Gold), die ergo Unternehmenskommunikation, Köln, die Signum communication, Mannheim, und muehlhausmoers corporate communications, Köln, (jeweils 1 x Gold) gehörten zu den Goldgewinnern.

Pünktlich zur BCP-Gala veröffentlichte der Fachverband Forum Corporate Publishing (FCP) eine Marktuntersuchung, die der Corporate Publishing-Branche glänzende Perspektiven bescheinigt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ECC-Vorträge zu den Themen Sport-PR, Internationale PR, CSR und Kommunikationsmanagement (2)

PR-Experten aus 14 Nationen waren nach München und Garmisch-Partenkirchen gereist, um vom 19. bis 21. Juni an der ersten European Communications Convention teilzunehmen. Internationale Spitzen-Profis referierten und diskutierten mit den Teilnehmern über Sport-PR, Internationale PR, Bewegtbildkommunikation, CSR und Kommunikationsmanagement.

Christina Kahlert, die bayerische DPRG-Landesvorsitzende, Co-Organisatorin der ECC und am Vortag frisch gekürtes Mitglied im Bundesvorstand eröffnete den Kongress. Sie zeigte sich besonders davon angetan, dass sie sogar Gäste aus China begrüßen konnte. Das beweist, welche Bedeutung die deutsche PR auf internationalem Parkett hat. Ulrich Nies, der Immediate Pastpresident der DPRG, der zugleich seinen Nachfolger Norbert Minwegen vertrat, schloss sich an - wenn auch nur für eine ausführliche Grußadresse. Er betonte den Stellenwert der grenzüberschreitenden Kommunikation für Deutschland.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (2) (27./28. KW-2014)

1. Der **Bundesverband Deutscher Stiftungen**, Berlin, schreibt auch in diesem Jahr wieder seinen **Preis für herausragende Kommunikationsarbeit** von Stiftungen aus. Die Auszeichnung mit dem Titel „**Kompass**“ soll die Stiftungskommunikation weiter professionalisieren, den Stiftungsgedanken in der Öffentlichkeit stärken und Best-Practice-Beispiele bekannt machen. Noch bis zum **8. August** können sich Stiftungen in den drei Kategorien Gesamtauftritt, Projekt-Kommunikation und Kommunikations-Einzelmaßnahme bewerben. Ein Sonderpreis wird in

diesem Jahr für den besten Jahresbericht einer Stiftung vergeben.

2. Die „Verschlossene Auster“, der **Preis für den Informationsblockierer des Jahres**, geht 2014 an den **ADAC**. Die **Journalistenorganisation Netzwerk Recherche e.V., Berlin**, würdigt damit das Verhalten des Automobilclubs nach den Enthüllungen über Manipulationen beim „Gelben Engel“, dem vom ADAC ausgelobten Autopreis. Anstatt aufzuklären, habe der ADAC nach den ersten Enthüllungen in der „Süddeutschen Zeitung“ die Medien pauschal diffamiert, begründete Netzwerk Recherche seine Entscheidung. Bei der Preisverleihung des „Gelben Engels“ im Januar 2014 hatte der damalige ADAC-Geschäftsführer Karl Obermair die Recherchen eine „Schande für den Journalismus“ genannt.

Medien

Entscheider bleiben der Zeitung treu

Trotz Reichweitenrückgängen und düsteren Prognosen für die Zukunft von Zeitungen, die Gruppe der Entscheider bleibt ihren Medienmarken treu. Mehr noch: Nicht nur die digitalen Angebote der Zeitungsmarken verzeichnen Wachstum, auch die Print-Angebote erreichen in der Zielgruppe der Entscheider rund 50.000 Menschen mehr als noch 2013. So lesen 1,4 Millionen Entscheider die Print-Ausgaben von „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“, „Süddeutsche Zeitung“, „Die Welt“, „Welt am Sonntag“, „Handelsblatt“, „VDI Nachrichten“ oder „Die Zeit“. Print, Online und Mobile zusammengenommen erreichen diese Zeitungsmarken sogar 1,84 Millionen Leser, also 66,2 Prozent der „Zielgruppe Entscheider“. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Auswertung der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft in Frankfurt am Main. Sie basiert auf den jetzt veröffentlichten Zahlen der Leseranlyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung 2014 (LAE).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

TV-Quoten im Juni: Fußball, Fußball und Fußball

Der Fußball macht's möglich. Unter TV-Experten, die sich ausführlich mit Quotenentwicklungen beschäftigen, gilt er als letztes „Lagerfeuer“ vor dem sich die „Fernsehfamilie“ noch versammelt. Das belegen so klar und eindeutig wie selten, die aktuellen Einschaltquoten zur Fußballweltmeisterschaft in Brasilien. Die Gunst des Gesamtpublikums gehörte im Monat Juni mit Zuwächsen von jeweils über fünf Prozent den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern ZDF (17,7 Prozent; plus 5,7) und DasErste (17,4 Prozent; plus 5,4). Sie setzten sich damit deutlich von den privaten Sendern ab. Die Werte für RTL sanken auf 8,4 Prozent und damit erst zum zweiten Mal in den vergangenen 20 Jahren unter zehn Prozent. Zurückzuführen ist das tatsächlich auf die extrem hohen Einschaltquoten für die Übertragungen aus Brasilien. So schaffte es das Spiel Deutschland gegen Algerien am 30. Juni unter die zehn meistgesehenen Sendungen in der TV-Geschichte. Da wundert es auch nicht, dass RTL die Marktführerschaft in der Gruppe der 14- bis 49-Jährigen erstmals abgeben musste. Seit 22 Jahren schaffte es DasErste (14,1 Prozent) erstmals, sich hier an die Spitze zu setzen, die sonst immer RTL 10,6 Prozent gehört hatte. Auch das ZDF (13,4 Prozent) zog in dieser Kategorie noch an RTL vorbei. Die TV-Marktanteile für Juni 2014 beim Gesamtpublikum - ab drei Jahren. 1. ZDF (17,7), 1. Das Erste (17,4 %) 3. RTL (8,4) 4. Sat.1 (7,2), 5. ProSieben (4,6). (Quelle: „meedia.de“)

Friedrich-Ebert-Stiftung/Andreas Vogel: Talfahrt der Tagespresse

Im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung in Bonn hat der Kölner Zeitungsforscher Andreas Vogel eine lezenswerte Studie vorgelegt: "Talfahrt der Tagespresse: Eine Ursachenanalyse. Der Auflagenrückgang der Regionalzeitungen". Er hält die Digitalisierung nicht für den Hauptschuldigen am Auflagenrückgang gedruckter Zeitungen.

Im Schlussabschnitt der Studie heißt es: Welchen Weg wird die deutsche regionale Tagespresse gehen? Welchen Weg könnte sie gehen? An Mahnungen und Ideen, die von außen an die Zeitungsverleger herangetragen wurden, die Tageszeitungen endlich grundlegend weiterzuentwickeln, hat es in den letzten Jahrzehnten nicht gefehlt. Und die Tagespresse als Medium hat auch 2014 noch alle Chancen hierzu. Mit journalistisch überprüften Informationen. Mit Einordnungen dieser Informationen. Mit Interpretationen dieser Informationen. Mit einem auch meinungsstarken Tagespresse-Journalismus.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Zeitschriften verlieren weiter an Reichweite

Viele Verlierer – wenige Gewinner. Auf diesen Nenner lassen sich die Ergebnisse der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) 2014 bringen. So haben über alle Kategorien hinweg die meisten Printmedien an Reichweite verloren. Bei den reichweitenstärksten Publikumszeitschriften konnten nur zehn Titel zulegen. Die Medien mit den größten Zugewinnen sind hier die „Landlust“, „TV-Digital“ und das Fußballmagazin „11 Freunde“. Bei den Wochenzeitungen konnte lediglich die „Welt am Sonntag“ ihre Reichweite erhöhen. Selbst die derzeit so erfolgreiche „Zeit“ musste Einbußen hinnehmen. Einen guten Überblick über die Reichweitenentwicklung der Medienlandschaft bieten *„media.de“* und der Mediendienst *„kress.de“*. Lesen Sie dort die ausführlichen Analysen.

Medien compact (4) (27./28. KW 2014)

1. Der **Berliner Egmont Ehapa Verlag** firmiert **künftig unter dem Namen Egmont Ehapa Media**. Mit der Namensänderung soll der verstärkten crossmedialen Vernetzung von Print- und Digital-Angeboten Rechnung getragen werden. Egmont Ehapa Media hat als Marktführer für Kinder- und Comiczeitschriften sein digitales Portfolio in den vergangenen Jahren kontinuierlich erweitert.
2. Die **Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.** (agma), Frankfurt am Main, veröffentlichte am 8. Juli – eine Woche vor Bekanntgabe der exakten Daten – die **Eckdaten zur Radionutzung in Deutschland**. Die wichtigsten Ergebnisse: Der weiteste Hörerkreis (WHK) sowie die Tagesreichweite liegen laut ma 2014 Radio II zwar geringfügig unter den Werten der letzten ma 2014 Radio I, bleiben jedoch weiterhin **extrem stabil**. „Nach den Zuwächsen der letzten Jahre pendeln sich die Radioreichweiten damit auf hohem Niveau ein“, konstatiert Dieter K. Müller, Vorstand Radio der agma. Die genauen Daten zur Radionutzung folgen nach dem 15. Juli.
3. **Egbert Maibach-Nagel** (56) ist seit 1. Juli neuer Chefredakteur des in Köln erscheinenden „Deutschen Ärzteblatts“. Er übernimmt das Amt von **Heinz Stüwe**, der sich nach zehn Jahren als Chefredakteur des auflagenstärksten medizinischen Fachblatts Deutschlands neuen beruflichen Aufgaben widmet. Maibach-Nagel berichtet in seiner Funktion direkt an den Verleger **Norbert A. Froitzheim**. Maibach-Nagel verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung als Chefredakteur der „Zahnärztlichen Mitteilungen“ (zm), einem weiteren Titel, der im Deutschen Ärzte-Verlag erscheint.
4. **Fritz Frey** (55) wird zum 1. August alleiniger Chefredakteur Fernsehen beim Südwestrundfunk (SWR). Einem entsprechend veränderten Anstellungsvertrag hat der SWR-Verwaltungsrat am 4. Juli in Landau zugestimmt. Der SWR schafft damit die historisch bedingte Doppelstruktur ab. Bisher gab es zwei Chefredaktionen, eine in Mainz, die Fritz Frey leitete, und eine in Stuttgart, geleitet von **Michael Zeiß**, der nun in Ruhestand geht. Der gelernte Zeitungsredakteur Frey wechselte 1990 zum ZDF. Beim SWR ist er seit 1996, die Position des Chefredakteurs Fernsehen übernahm er bereits 2003.

Social Media

CSF 2014: sieben Impulse für Unternehmenskommunikation und Marketing

Kommunikationsverantwortliche großer Unternehmen wie Bosch, E-Plus und Nestlé trafen auf Kollegen von Internet-Konzernen und Start-ups wie eBay, Facebook oder Pinterest. PR-Berater, Online-Experten, Werber und Designer steckten ihre Köpfe zusammen. Es war eine vielfältige Mischung, die SCRIPT Communications für das Content Strategy Forum 2014 vom 1. bis 3. Juli in Frankfurt am Main zusammengebracht hatte. Das Rezept ging auf: Die rund 200 Teilnehmer aus 18 Ländern verließen die Mainmetropole mit zahlreichen neuen Ideen und Anregungen. Aus dem reichhaltigen Programm mit mehr als 40 Vorträgen und Workshops hat Sascha Stoltenow, Initiator der Konferenz und Ressortleiter Industry&Business bei SCRIPT Communications sieben Impulse für Unternehmenskommunikation und Marketing mitgenommen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

„Wir holen das soziale Netzwerk auf die Straße“



Mitfahren ist nicht gleich Mitfahren. Vor allem, wenn man über die Grenzen Deutschlands hinaus schaut. Ein internationales Unternehmen wie BlaBlaCar, Paris, tut gut daran, PR und Marketing von einem deutschen Team abwickeln zu lassen, wenn es auf dem hiesigen Markt Fuß fassen und der Idee der Mitfahrgelegenheit zu neuem Glanz verhelfen will. Christian Schiller (Foto), PR & Partnership Manager von BlaBlaCar Deutschland, pendelt zwischen Paris und Hamburg – persönlich, telefonisch, regelmäßig. Die enge Bindung zum

französischen Mutterkonzern ist wichtig, um der Mitfahrzentrale ein strategisches Dach zu geben, unter dem sich das Image europaweit entwickeln soll: „Die Länder sind im ständigen Austausch. Was in Frankreich an Kommunikation funktioniert, kann in Deutschland zwar total daneben sein, ist jedoch vielleicht eine entscheidende Inspiration für Italien. Der transparente Austausch von Ideen und Informationen, Erfolgen und Misserfolgen ist Teil unserer Philosophie.“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Die vier Rollen des neuen PR-Managers



Alles wird social. Immer mehr Entscheidungsträger sind davon überzeugt, dass das Thema „Social“ für das eigene Unternehmen relevant wird oder bereits ist. Doch bei alledem fehlt es an Kenntnis über entsprechende Plattformen, an internem Austausch zwischen einzelnen Abteilungen und letzten Endes an einem Plan, wie man zu einem „Social Business“ werden könnte. Eine Schlüsselposition in diesem Prozess sieht Thomas Mickleit (Foto), Director Communications bei Microsoft Deutschland GmbH, im PR-Manager. Dieser soll nicht nur extern agieren, sondern auch Inhouse-Botschafter sein: „Der PR-Manager muss in seiner Position vier Rollen einnehmen“, so Mickleit. „Als ‚Content-Governor‘ muss er dafür sorgen, dass Inhalte im entsprechenden Stil gleichmäßig über die unterschiedlichen Kanäle ausgespielt werden. Er fungiert als ‚Coach‘ der Spokespersons, schafft als ‚Enabler‘ Know-how innerhalb der Organisation, angemessen zu kommunizieren, und ist der ‚Engager‘, der sich nach außen in den Kanälen dialogorientiert vernetzt.“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 116 mit ABB-Unternehmenssprecher Klaus Treichel zur Energiewende

„Das PR-Interview im PRJ“ wird realisiert von *k1 gesellschaft für kommunikation*, Köln.



Klaus Treichel (Foto), ist Leiter Unternehmenskommunikation und Unternehmenssprecher der deutschen ABB AG in Mannheim. ABB ist eines der führenden Unternehmen in der Energie- und Automatisierungstechnik. Es arbeitet daran, dass die Kunden aus der Energieversorgung, der Industrie und dem Handel, ihre Leistungen verbessern und die Umweltbelastung reduzieren können. Der ABB-Konzern beschäftigt etwa 150.000 Mitarbeiter in rund 100 Ländern. Das „PR-Journal“ befragte Treichel zur angestrebten Energiewende. Treichel vermisst vor allem Optimismus und Mut in der Kommunikation.

PR-Journal: Bundeswirtschaftsminister Gabriel (SPD) arbeitet nach der Verabschiedung des Erneuerbare-Energien-Gesetzes (EEG) mit einem Zehn-Punkte-Plan bereits an weiteren ‚Baustellen‘ der Energiewende. Es entsteht der Eindruck, dass endlich wieder Fahrt in dieses Projekt kommt. Stimmt das tatsächlich oder arbeitet nur die PR-Abteilung des Ministeriums richtig gut?
Klaus Treichel: Es war überfällig, dass die strukturellen Probleme der Energiewende nach langem Stillstand jetzt angepackt werden. Aber eine Reform des EEG allein macht noch keine Energiewende. Die Politik steht vor weiteren großen Aufgaben und muss daher in den nächsten Monaten dringend weitere Entscheidungen treffen. Es fehlen national und europäisch unter anderem wichtige Weichenstellungen für den Netzausbau und die Koordination mit den Bundesländern.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

K:KK = Kocks: Kein Kommentar

Auch daneben... Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR (13)

Scheißausländer, sagt ein Ami-Knecht in Deutschland



Der Mann ist der deutsche Pressesprecher eines amerikanischen Softwarehauses und postet im Klarnamen anlässlich der FIFA-Weltmeisterschaft auf Facebook: „Wenn ich sehe, wie die Spieler mit Migrationshintergrund bei der Nationalhymne schweigen, könnte ich kotzen.“ Was er sagen will, ist: Die Scheißausländer sollen gefälligst die Nationalhymne mitsingen, wenn sie schon für Deutschland spielen. Es trifft die Inhaber einer doppelten kulturellen Identität, deren Eltern nach Deutschland emigrieren mussten, um ihre Familie ernähren zu können. Es trifft meine deutschen Kollegen und Nachbarn, also mich. Das ist ein Alltagsfaschismus, den ich nicht akzeptiere.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Unser Sommermenü V - Ananas-Carpaccio mit Kokos-Parfait

(nsb) „Carpaccio“ nennt sich inzwischen vieles. Die Idee hatte vor rund 65 Jahren der Inhaber von Harry's Bar in Venedig, Giuseppe Cipriani: Er ließ angefrorenes Rinderfilet in hauchdünne Scheiben schneiden und mit einer würzigen Sauce überträufeln. Den Namen bekam das bald weltberühmte Gericht von dem Renaissance-Maler Vittore Carpaccio, der durch seine unvergleichlichen Rotnuancen die Kunstgeschichte beschäftigt.

Heute wird der Name auf alles übertragen, was in dünnen Scheiben daher kommt – egal ob Fisch, Fleisch, Gemüse oder Obst. Gehen Sie doch mal zum Metzger und verlangen Sie ein Carpaccio von

der und von der Wurst. Vielleicht versteht man Sie

...

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Lesehinweise

Volker Klenk: „Transparenz ist eine Frage des Wollens“



Vor zehn Jahren hat er das Glashaushaus-Axiom entwickelt. „Jedes unternehmerische Handeln ist öffentlich“, behauptete er 2004. Jetzt zieht er Bilanz. Die Rede ist von Volker Klenk (Foto; (c) Klenk&Hoursch), der mit seiner Agentur Klenk & Hoursch **Transparenz** zum Leitthema für seine Beratung gemacht hat. Sein Fazit: „Intransparenz wird zum Auslaufmodell“. Klenk stellt fest, dass sich immer mehr Unternehmen öffnen. Diese geschehe nicht immer an den relevanten Stellen, aber immerhin es geschehe. Kein Konzern könne es sich mehr leisten, Transparenz in Sonntagsreden oder Leitbild auszuklammern. Sogar die Lebensmittelindustrie falle inzwischen durch mutige Vorbilder und Initiativen auf. Von Herzen kommt da sein: „Gut so! Weiter so!“ Lesen Sie seinen Beitrag „Zehn Jahre Theorie & Praxis zum Erfolgsfaktor Transparenz“ auf [„linke-din.com“](http://www.linke-din.com) – es lohnt sich.

BMW versus Volvo – Relevanz versus Glaubwürdigkeit



Muss guter Content auch wahr sein? Um diese Frage drehte sich nicht nur eine spannende Diskussion auf dem Kongress Best of Corporate Publishing vergangene Woche in München. Mit dieser Frage beschäftigt sich auch Holger Nacken (Foto), Mitglied der Geschäftsführung und Partner bei ergo Kommunikation in Köln, im agentureigenen Blog „Bare Münze“. In dem Beitrag „Vorbild van Damme: Muss guter Content auch wahr sein?“ wirft

er die Frage auf, ob es allein um den Faktor Relevanz geht oder ob Glaubwürdigkeit stattdessen die wichtigere Rolle spielt. Als Beispiele führt er Stunts von BMW und Volvo an. Lesen Sie seine *Abwägung im Blog „Bare Münze“*.

Anregungen für ein Kommunikationsmanagement mit Prinzipien



Zwischen unternehmerischen Interessen und gesellschaftlicher Verantwortung liegt manchmal nur ein schmaler Grat. Das bedeutet für Kommunikationsmanager, die sich im Dialog mit ihren Stakeholdern auf diesem schmalen Grat bewegen müssen, einen Balanceakt. Dabei hilft die Erkenntnis, dass Glaubwürdigkeit im Kommunikationsauftritt nicht nur ein Ausdruck von Verantwortung, sondern der Schlüssel zu hoher Kommunikationseffizienz ist und damit im Unternehmensinteresse liegt. Worum aber geht es genau, und warum ist es offensichtlich so schwer, glaubwürdig zu kommunizieren? Antworten auf diese Fragen gibt der Beitrag von Wolfgang Griepentrog (Foto), Leichlingen (Rheinland), der sich als Fachautor und PR- und Managementberater ausführlich mit strategischen und kulturellen Aspekten erfolgreicher Kommunikation befasst. Der Artikel basiert auf einem Vortrag im Arbeitskreis Krisenkommunikation und Issues Management der DPRG vom Februar 2014. Lesen Sie weiter im Blog *„glaubwuerdigkeitsprinzip.de“* von Wolfgang Griepentrog.

Bildung

Aus der Lehre für die Praxis – Vol#3 Akzeptanz von Social Media Guidelines

Stephan Fink, Vorstand der Agentur Fink & Fuchs Public Relations AG in Wiesbaden und München, hat die Debatte bezüglich mangelnder Qualität des akademischen PR-Nachwuchses mit großer Ver-

wunderung verfolgt. Als Lehrbeauftragter der Universität Leipzig möchte er studentische Arbeiten veröffentlichen, um der Qualität des Nachwuchses eine Plattform zu bieten und um die oft theoretische Diskussion zur „Ausbildungsqualität“ mit ein paar praktischen Beispielen studentischer Arbeit zu bereichern. Lesen Sie hier seinen dritten Beitrag in dieser Serie. Dieses Mal stellt er die Arbeit von Carmen Sabrina Nasalean (Foto) vor, die sich mit



der Diskussion über die Notwendigkeit von Social Media Guidelines auseinandersetzt. Dieser sowie die vorherigen und folgenden Beiträge entstammen dem [Fink & Fuchs Newsroom](#).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

DAPR erweitert ihr Programm für Arbeitgeber

Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR), Düsseldorf, hat ihr Angebot für Arbeitgeber überarbeitet. Die Düsseldorfer bieten ab sofort zwei Programme für die Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern an: Der „Praxis-Weg“ über die DAPR-Grundausbildung vermittelt Volontären und Trainees die Basiskompetenzen für den PR-Alltag. Der „Master-Weg“ qualifiziert Nachwuchskräfte über ein berufsbegleitendes Studium für Aufgaben des Kommunikationsmanagements.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Bildung compact (4) (27./28. KW-2014)

1. Die **Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR)** schreibt **zwei Teilstipendien** für ihre berufsbegleitenden Master-Lehrgänge in Düsseldorf aus. Die Stipendien richten sich an Nachwuchskräfte aus Unternehmen, Agenturen oder Non-Profit-Unternehmen sowie speziell an Frauen. Die Stipendienhöhe beträgt jeweils 50 Prozent des regulären Teilnahmebeitrags, das entspricht 7.450 Euro bei der viersemestrigen Variante und 8.950 Euro beim Advanced-Studium mit fünf Semestern. Die Bewerbungsfrist für die Stipendien endet am 6. Oktober. Studienstart für die Master-Programme ist der 17.

November. Weitere Details direkt auf der [DAPR-Website](#).

2. Die **Westdeutsche Akademie für Kommunikation e.V. (WAK)** veranstaltet am **21. Juli, 19 Uhr, einen Informationsabend in Köln**. Eingeladen sind vor allem die Absolventen mit dem WAK Abschluss „Communications Management“. Sie haben nun zusätzlich noch die Gelegenheit sich zur IHK-Prüfung anzumelden, um den kaufmännischen Abschluss „Kaufmann/frau für Marketingkommunikation IHK“ zu erzielen. Voraussetzung für die Zulassung zur IHK Prüfung ist neben dem abgeschlossenen WAK Studium „Communications Management“ eine Tätigkeit in einem „der Ausbildung dienlichen Betrieb über 36 Monate“. Weitere Hinweise auf der [WAK-Website](#).
3. Die **MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation**, bietet für das Studienjahr 2014/2015 ein **Stipendienprogramm** an. Am **Standort Berlin werden verschiedene Stipendien vergeben**, die finanziell bedürftige Studierende fördern, das Exzellenzstipendium richtet sich bewusst an Absolventen mit sehr guten Abiturnoten und das Macromediastipendium wertet gezielt die kreativen wie künstlerischen Begabungen eines Studierenden. Stipendienanwärter können sich noch bis 31. Juli 2014 Wintersemester 2014/15 mit Studienstart am 1. Oktober bewerben.
4. Die **Westdeutsche Akademie für Kommunikation e.V. (WAK)** in Köln bietet Studienabbrechern, die im Bereich Marketing arbeiten wollen, ein Alternativprogramm: Mit einem berufsbegleitenden Abendstudium und einer Vollzeitbeschäftigung in einem relevanten Betrieb stellt sich die WAK mit der **Study & Work-Ausbildung auf den Bedarf von Studienabbrechern** – immerhin 28 Prozent aller Bachelor-Studenten in 2014 – ein. Weitere Informationen über das Studienangebot gibt es direkt auf der [WAK-Website](#).

Studien

Internationale Studie: Pressearbeit verliert an Bedeutung

In den kommenden drei Jahren wird traditionelle Medienarbeit nach Einschätzung von PR-Managern weiter an Bedeutung verlieren. Das ist ein Ergebnis



des von Ketchum Pleon, Düsseldorf, unterstützten European Communication Monitor (ECM), der nach eigenen Angaben weltweit größten Umfrage unter Kommunikationsprofis. Während heute noch 76 Prozent der PR-Manager Pressearbeit für wichtig halten, sinkt dieser Wert laut den Ergebnissen der Studie mit Blick auf 2017 um 35 Prozentpunkte; für TV und Radio beträgt der Bedeutungsrückgang lediglich 13 Prozentpunkte. Dagegen werden bis 2017 Social-Media-Plattformen wie Facebook und Twitter (plus 26 Prozentpunkte) und vor allem Instrumente für die mobile Kommunikation – zum Beispiel Apps – (plus 40 Prozentpunkte) nach Einschätzung der PR-Profis immer wichtiger, um Stakeholder und Zielgruppen anzusprechen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Immer weniger vollwertige Online-Geschäftsberichte

Nur noch 22 der 80 im DAX und MDAX gelisteten Unternehmen stellen noch einen vollständig in HTML programmierten Online-Geschäftsbericht zur Verfügung. Gab es im vorletzten Jahr noch 36 und im letzten Jahr 28 Unternehmen, die einen vollständigen Online-Geschäftsbericht anboten, reduzierte sich die Zahl 2014 auf 22. Damit zeichnet sich laut der jetzt erschienenen Studie der Hamburger Agentur Kirchhoff Consult ein kontinuierlicher Abwärtstrend bei den vollwertigen HTML-Berichten ab. Der Trend geht klar zu den weniger zeit- und kostenintensiven Formaten: So setzen inzwischen nur noch 27,5 Prozent der Unternehmen bei der Erstellung ihres Online-Geschäftsberichts auf eine rein HTML-basierte Programmierung. Jeweils 36,3 Prozent der DAX- und MDAX-Konzerne bevorzugten 2014 ein reines PDF-Format oder Mischformen aus HTML und PDF beziehungsweise flashbasierte Lösungen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ketchum Leadership Communication Monitor: Frauen sind die besseren Führungskräfte



Der jährliche Ketchum Leadership Communication Monitor (KLCM), für den 500 Deutsche und weltweit mehr als 6.500 Menschen aus 13 Ländern repräsentativ befragt wurden, zeigt im Vergleich zum Vorjahr eine weitere Erosion bei der Bewertung der Führungsqualitäten von Top-Managern und Politikern: Nur 16 Prozent der Deutschen haben das Gefühl, dass Führungskräfte wirklich Führungsqualitäten besitzen. Sie sind damit im weltweiten Vergleich besonders kritisch: Hier glauben immerhin noch 22 Prozent an die besonderen Führungsqualitäten der Chefs. Auch bei der Effektivität sind die Werte gefallen: Nachdem 2013 immerhin noch 29 Prozent der Deutschen der Meinung waren, Führungskräfte arbeiten effektiv, sind es heute gerade einmal 19 Prozent (siehe Schaubild; Quelle: KetchumPleon 2014).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien compact (2) (27./28. KW-2014)

1. Die **Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft EY (Ernst & Young)**, Stuttgart, ist Deutschlands Nummer eins bei der Gewinnung neuer Mitarbeiter. Das Unternehmen belegt den Spitzenplatz in der Studie „**Best Recruiters**“, der größten Recruiting-Studie in Deutschland, und wurde deshalb zum Top-Recruiter Deutschlands unter 516 untersuchten Unternehmen gekürt. Initiator der Studie ist der österreichische Career Verlag, der für die mittlerweile dritte Ausgabe von „Best Recruiters“

die Recruiting-Qualität der Top-500-Arbeitgeber in Deutschland, Österreich und der Schweiz untersucht hat.

2. **Vater Staat als Arbeitgeber** – für viele Studenten ist das eine attraktive Perspektive. Als besonders vielversprechende Branchen für den späteren Berufsweg bezeichnen drei von zehn Studenten den öffentlichen Dienst, auf Platz zwei und drei folgen die Wissenschaft (19 Prozent) und Kultureinrichtungen (17 Prozent). Dahinter rangieren **Branchen der freien Wirtschaft wie die Prüfungs- und Beratungsbranche (15 Prozent)**, die Automobilindustrie (14 Prozent) oder die IT-Branche (12 Prozent). Das sind Ergebnisse einer Studie der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft Ernst & Young (EY), Hamburg. Für die Studie wurden im Frühjahr 2014 deutschlandweit 4.300 Studenten befragt.

Termine

Kommunikationskongress 2014: Kanzleramtsminister Altmaier als Keynote-Speaker



Das Programm steht: Knapp drei Monate vor Beginn des elften Kommunikationskongresses im Berliner Congress Center hat der Bundesverband der Pressesprecher (BdP) jetzt das Programm veröffentlicht. Die Besucher erwartet auch in diesem Jahr wieder eine spannende Fachkonferenz mit mehr als 150 Referenten aus Unternehmen, Verbänden und politischen Institutionen. Am 25. und 26. September kommen auch in diesem Jahr wieder Pressesprecher und Public Relations-Spezialisten zusammen, um die neuesten Entwicklungen der professionellen Kommunikation zu präsentieren. Präsentiert werden 80 Best Cases, Workshops, Diskussionen und Keynotes, die Impulse zu allen Bereichen des Kommunikationsmanagements geben sollen. Keynote-Speaker sind in diesem Jahr Peter Altmaier, Bundesminister für besondere Aufgaben und Chef des Bundeskanzleramtes, der Autor und Regisseur Roger Willem-

sen, der Ausdauersportler Joey Kelly und Viktor Mayer-Schönberger, Professor für Internet Governance and Regulation an der Universität Oxford. Weitere Informationen zum Programm und Anmeldemöglichkeit direkt auf der [Website zum Kommunikationskongress](#).

Preis für beste Selbstdarstellung von Agenturen



Unter das Motto „Rock Them!“ hat die Hamburger Agenturmanagement-Beratung Cherrypicker den diesjährigen CREA Credential Award gestellt. Zum zwölften Mal werden Kommunikationsagenturen aus der Region DACH für ihre Selbstdarstellungen ausgezeichnet. Agenturen können ihre Bewerbung bis zum 1. August einreichen, die Preisverleihung erfolgt dann am 7. November in Hamburg. Die Einreichungsgebühr beträgt 590 Euro. Neben der Eigendarstellung werden Agenturmarketing-Kampagnen oder Einzelmaßnahmen wie Anzeigen, Broschüren, Spots, Apps, Websites oder Corporate Design-Tools bewertet. Die CREA-Jury besteht aus 30 Entscheidern in Marketing- und Kommunikationspositionen renommierter Unternehmen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Termine compact (2) (27./28. KW-2014)

1. Die **Agentur wbpr_Kommunikation** lädt ein zum **Seminar „Kommunikation im Mittelstand“**. Am **25. Juli von 9.30 bis 11.30 Uhr** wollen Markus Eicher, Geschäftsführer wbpr, und Ben Zimmermann, Senior-Berater wbpr, im Haus der Wirtschaft in Stuttgart aufzeigen, wie mittelständische Unternehmen ihre Themen und Unternehmensmarke bei den Zielgruppen platzieren können. Ein Fokus liegt dabei auf effizienter Kommunikation mit begrenzten Budgets. Anmeldungen werden bis zum 18. Juli *per Mail an Ben Zimmermann* erbeten. Weitere Informationen auf der *wbpr-Website*.
2. Der Startschuss für den **österreichischen Staatspreises für Public Relations 2014** ist gefallen. Die Organisation liegt in den Händen des

Public Relations Verband Austria PRVA, dessen Vorsitzende Ingrid Vogl den Vorsitz der Fachjury übernimmt. Unternehmen, Agenturen, Institutionen, Organisationen und Verbände sind eingeladen, sich bis zum **19. September** in sechs Kategorien zu bewerben. Die Verleihung des Staatspreises findet im Rahmen der PR-Gala am 20. November in Wien statt. Weitere Informationen finden sich auf der [PRVA-Website](#).

Tipps

„NewsOffice“ ist online - Multimedia-Angebot zu aktuellen Themen bietet Mehrwert für Kunden und Redaktionen

Seit 1. Juli ist das neue Medienportal „NewsOffice“ der Hörfunk-Agentur RadioOffice, Sankt Augustin online. Das multimediale Angebot aus Audio- und Videomaterial, Printinformationen und Fotos richtet sich speziell an Journalisten und bietet ihnen einen kostenlosen Recherche-Pool zu aktuellen Ratgeber-Themen. „Für unsere Kunden bedeutet das einen eindeutigen Mehrwert, denn zusätzlich zu dem Audio-Material, das wir für sie produzieren, können sie auch weiterführende Infos wie Presstexte, Grafiken, Videomaterial oder Bilder zu dem jeweiligen Thema auf NewsOffice veröffentlichen und haben so einen zusätzlichen Kommunikationsweg direkt in die Redaktionen“, sagt RadioOffice Geschäftsführer Michael Scheidel.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps compact (1) (27./28. KW-2014)

1. Der neue **Europa-Oeckl – Taschenbuch des Öffentlichen Lebens in Europa** erscheint **Ende August**. In der Neuauflage sind alle Abgeordneten des achten Europäischen Parlaments, darunter auch die 410 Neulinge aufgeführt. Auch die neuen EU-Programme, neue Interessengruppen im EU-Transparenzregister sowie 7.187 neue Funktionäre sind aufgelistet. Als Buch erscheint der Europa-Oeckl Ende August. Die CD-Rom mit Datenbank und Adress-Service

folgt im Oktober. Weitere Einzelheiten und Bestellmöglichkeit direkt auf der [Website des Bonner Festland-Verlages](#).

Literatur

Rezension: Sprache des Rechts



Die Sprache des Rechts. Studien der interdisziplinären Arbeitsgruppe Sprache des Rechts der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften im Auftrag von der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften. Hrsg. v. Lerch, Kent, D.

Die dreibändige Schriftenreihe, welche unter dem Signum der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften erscheint, ist ein Kompendium des heutigen Forschungsstandes zu Sprache und Recht. Das Gesamtwerk umfasst 1.674 Seiten und enthält 66 Beiträge von Juristen, Linguisten, Germanisten, Anglisten, Soziologen, Psychologen und Schriftstellern aus Deutschland und mehreren anderen Ländern. Dass nicht zusätzlich auch Kommunikationswissenschaftlern angefragt wurden, überrascht angesichts der sich in weiten Teilen theoretisch und praktisch überschneidenden Thematik. Die wichtigsten Ansätze namhafter Protagonisten auf dem Gebiet der Rechtslinguistik sind hierin gesichtet, gesammelt und ausführlich besprochen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter Juli 2014



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

+ Fernsehen, Online (seit 2003)). Im Juni 2014 wurden 9.169 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 18.686 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter" informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen/Meldungen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 26.943 Besucher im Juni 2014 und 37 neue Jobangebote - Knapp 15 Prozent nutzen die Mobilversion

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das "PR-Journal" im Juni 2014 insgesamt 26.943 Besucher lt. Zählung der IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 898 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,4 Seiten an - daraus errechnen sich 63.677 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im Juni festgestellt; 62,3 Prozent waren neue Besucher. 54,1 Prozent der Besucher sind männlich, 45,9 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. 14,5 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten über mobile Geräte (Smartphones und Tablets) auf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (51)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *PR-Assistenz mit Social Media Kenntnissen, Bremen*
- *Junior-Projektleiter/in, Berlin*
- *Junior-PR-Berater(in) Healthcare, Köln*
- *Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Beauty, Hamburg*
- *Junior Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf*
- *Trainee (w/m) Unternehmenskommunikation, Hamburg*
- *Berater Marketingkommunikation (m/w) in Berlin*
- *PR & Kommunikation in Bremen*
- *Junior-PR-Berater (m/w), München*
- *vom Hoff Kommunikation sucht PR-Volontär (m/w), Düsseldorf*
- *vom Hoff Kommunikation sucht Redakteur (m/w), Düsseldorf*
- *PR-Junior-Berater (m/w) Wirtschaft und Finanzen, Hamburg*
- *PR-Volontariat in Berlin*
- *(Junior) PR-Berater/in für den Standort Berlin*
- *(Junior-) PR-Berater/in für Finanzkommunikation, Frankfurt*
- *Trainee Healthcare (m/w), Frankfurt*
- *Senior Account Manager PR (m/w), Schwerpunkt Lifestyle & Beauty, Hamburg*
- *PR-Redakteur (m/w), Schwerpunkt Lifestyle & Beauty, Hamburg*
- *Seniorberater/in für den Bereich Unternehmenskommunikation, Frankfurt a.M.*
- *PR-Traineeship (12 Monate) im Rheingau (Nähe Wiesbaden)*
- *PR-Trainee Text (m/w) mit Schwerpunkt Mobilität/Technik, Tübingen*
- *PR-Berater/in mit Schwerpunkt Mobilität & Technik, Tübingen*
- *PR-Volontär (m/w) zum 1. Juli, Berlin*
- *Junior Account Manager PR (m/w), Schwerpunkt Automotive, Hamburg*
- *Junior Account Manager PR (m/w), Schwerpunkt Lifestyle, Hamburg*

- Praktikanten (m/w) für Klenk & Hoursch, Frankfurt a.M. und München ab September 2014
- Hamburger PR-Agentur sucht Junior Berater/in zum nächstmöglichen Zeitpunkt
- Volontär/-in PR, Schwerpunkt Lifestyle, Hamburg
- Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)
- Berater Consumer-PR (m/w) ab sofort in München

Unternehmen

- Referent (w/m) Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation, Neckarwestheim
- Specialist (m/f) Corporate Communications Europe, Köln
- Projektassistentin/Projektassistenten im Bereich Kommunikation, Braunschweig
- Spezialist Kommunikation (m/w) im Bereich Marketing/Vertrieb, Hallbergmoos bei München
- (Senior) PR Consultant (m/w), Hamburg
- Novartis Oncology sucht einen Communications Manager (w/m), Nürnberg
- Redakteur/Texter (w/m), Freiburg

Verbände (Non-Profit)

- Projektleiter/in Wissenschaftstransfer (Teilzeit), Leipzig

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 14. Juli 2014 um 19:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.540 Empfänger** versandt.

Impressum

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg.
Gründer + 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) (dillmann@pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh@pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Matthias Scheben, Andernach (scheben@pr-journal.de);



Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel@pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Riccardo Wagner, Köln (wagner@pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest@pr-journal.de) - Ressort: "Reputation Management".

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

Rubrik "PR-Websitecheck": Lan Anh Nguyen, Hannover, (nguyen@prsh.de) (Teamleiterin); Kristin Becke; Carina Bogus; Jan Jasper Dundurs; Janine Riedel; Lara Wöhrmann.

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

Korrespondenten: Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (achelis@pr-journal.de); **München/Oberbayern:** Frederic Sturm, München, (muenchen@pr-journal.de); **Düsseldorf/Rhein-Ruhr:** Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept (fuerstenberg@pr-journal.de); **Berlin/Potsdam:** Birgit Grigoriou, Berlin (grigoriou@pr-journal.de); **Hamburg/Norddeutschland:** Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation (weinberg@pr-journal.de); **Frankfurt/M./Rhein-Main:** Thomas Beckmann, Frankfurt am Main, corporate text thomas beckmann (beckmann.thomas@pr-journal.de).

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

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
Telefon: 02241 2013060
Telefax: 02241 2013061
Mobilfon: 0160 94635777
E-Mail: redaktion@pr-journal.de
URL: www.pr-journal.de
pr-journal.at; pr-journal.ch; pr-journal.com; pr-journal.info; pr-journal.net; agenturcafe.de; neuesprportal.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](https://twitter.com/prjournal) und [@prjobboerse](https://twitter.com/prjobboerse)
- sowie auf unseren Fanseiten bei Facebook: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- auch bei Google+: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- und bei [Pinterest](#)

Und schauen Sie doch auch mal auf unsere anderen Internetangebote:

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