

PR-Journal Newsletter

Nr. 435 / 29./30. KW 2014

Mit diesem „PR-Journal“-Newsletter erhalten Sie eine weitere „**Sommerausgabe**“. Wie in jedem Jahr erscheint der Newsletter in den Sommermonaten Juli und August alle zwei Wochen. Die nächste Ausgabe erhalten Sie deshalb am 12. August. Alle neuen Meldungen finden Sie bis dahin tagesaktuell auf unserer Website.

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 435. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 81 Einzelmeldungen):

1. *Banken und Versicherer reden im Web 2.0 an ihren Zielgruppen vorbei*
2. *Mit dem Zweiten ... sollte man aufpassen*
3. *Drei Neue und ein Rückkehrer für Edelman in Berlin*
4. *Personalien compact - Sonstige (11) (29./30. KW-2014)*
5. *Personalien compact - Agenturen (9) (29./30. KW-2014)*
6. *Personalien compact - Unternehmen (22) (29./30. KW-2014)*
7. *Domaines Barons de Rothschild (Lafite) und The Rug Company bauen auf segmenta communications*
8. *Etats compact (24) (29./30. KW-2014)*
9. *Weiterer Zuwachs bei der GPRÄ: insignis GmbH 35. Mitglied*
10. *Neuer Kopf und neue Marke: Lewis PR baut Digitalgeschäft aus*
11. *Faktenkontor neues GPRÄ-Mitglied*
12. *CP audit als neuer Service: Workflow-Check für mehr Effizienz*
13. *Agenturen compact (3) (29./30. KW-2014)*
14. *Starker Zuwachs der Einreichungen beim Internationalen Deutschen PR-Preis 2014*
15. *DPRG bietet kostenfreie Mitgliedschaft für PR-Studierende und PR-Auszubildende*
16. *Investor Relations: Schärfere Transparenzpflichten*
17. *PR in Wikipedia: Neue Regeln sollen jetzt global gelten*
18. *Vorstoß: achtung! will Kommunikationsgeneralisten ausbilden*
19. *Branche compact (2) (29./30. KW-2014)*
20. *PR-Fachpresse: „prmagazin“ legt minimal zu, „PR-Report“ verliert an Boden*
21. *Reichweite der gedruckten Zeitung stabil – Überregionale verlieren*
22. *Mediaanalyse: Zeitschriftennutzung stabil*
23. *Mediaanalyse Radio: WDR 2 mit den größten Zuwächsen*
24. *Medien compact (2) (29./30. KW 2014)*
25. *Mehr Follower für die Medien der Kommunikationsbranche in Twitter und Facebook*
26. *Reputation mit System – Anregung für den guten Ruf*
27. *Führungskräfte-Image: BMW-Chef Reithofer mit bester Gesamt-Reputation*
28. *PR-Interview Nr. 117 „Es geht weniger um das Was, sondern mehr um das Wie“*
29. *Das Recht auf Vergessen im Internet*
30. *Auch daneben: Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR (15)*
31. *Mindestlohn: GPRÄ-Agentur Sympra bietet ab Januar 2015 keine Praktika mehr an*
32. *Lesehinweise compact (1) (29./30. KW-2014)*
33. *DAPR: Neue Arbeitgeber-Formate, erweiterte Grundausbildung*
34. *Aus der Lehre für die Praxis – Vol#5 Social Local Mobile*
35. *Weiterbildung: Journalisten werden Unternehmer*
36. *Aus der Lehre für die Praxis – Vol#4 Social Media Hubs*
37. *Bildung compact (4) (29./30. KW-2014)*
38. *Befragung von PR-Profis und Journalisten: Glaubwürdigkeit als größte Herausforderung*
39. *Studie: Berufsanfänger sehen gute Karrierechancen*
40. *Studie: Erhöhte Konvergenz von Marketing und Unternehmenskommunikation?*
41. *Studie: Je näher an der Unternehmensführung, desto besser die Noten für PR-Profis*
42. *Mit dem „PR Journal“ zum 6. Sommer Symposium nach Düsseldorf*
43. *Termine compact (3) (29./30. KW-2014)*
44. *Buchtipps für den Sommer: Poetry-Slammerin Julia Engelmann mit „Eines Tages, Baby“*
45. *Jobbörse*
46. *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

Banken und Versicherer reden im Web 2.0 an ihren Zielgruppen vorbei

Nur 17 Prozent der Social-Media-Nutzer in Deutschland bemerken beim Surfen im Web 2.0 Aktivitäten von Banken oder Versicherern. Das sind zwar vier Prozentpunkte mehr als 2012 - aber an mehr 80 Prozent der Social Media-Nutzern geht die Web-2.0-Kommunikation der Finanzdienstleister weiterhin komplett vorbei. Das sind Ergebnisse des online-repräsentativen Social Media-Atlas der Kommunikationsberatung Faktenkontor. Wenn User überhaupt Social-Media-Aktivitäten von Banken und Versicherern bewusst bemerken, sind es meist entweder Informationen über Produkte und Dienstleistungen oder Werbung. Doch gerade diese Werbung schneidet im Urteil der Social-Media-Nutzer besonders schlecht ab: 64 Prozent derjenigen, die die Web-2.0-Werbung bemerken, würden ihr als Schulnote allerhöchstens eine Drei geben.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Mit dem Zweiten ... sollte man aufpassen



Das WM-Fieber hat sich gelegt, jetzt bemüht man sich beim ZDF offensichtlich nach dem Quotenrausch da-

rum, wieder einen klaren Kopf zu bekommen und den Ursachen für das manipulierte Ranking über „Deutschlands Beste!“ auf den Grund zu gehen. Wie [„rp-online.de“](http://rp-online.de), die Online-Ausgabe der in Düsseldorf erscheinenden „Rheinischen Post“ am 15. Juli berichtete, habe sich nun auch endlich ZDF-Intendant Thomas Bellut in die Diskussion eingeschaltet. Die Mitarbeiter, die an den Manipulationen mitgewirkt haben, müssen demnach nun arbeitsrechtliche Konsequenzen befürchten. Bereits zuvor hatte der ZDF-Fernsehrat Aufklärung gefordert. Aufgedeckt hatte den ZDF-Fall der „Zapp“-Reporter



DAS
ENTSCHEIDENDE
WISSEN

Boris Rosenkranz. Folgt man seinem jetzt auf der [NDR-Website](http://www.ndr.de) veröffentlichten Rechercheprotokoll, fühlt man sich an die Vorgänge im ADAC erinnert. **Aktualisiert mit einem Nachtrag an 24. Juli:** Das ZDF ließ seinen Ankündigungen Taten folgen und zog einige Mitarbeiter zur Verantwortung.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Personalien

Drei Neue und ein Rückkehrer für Edelman in Berlin

Die Agentur Edelman Deutschland stärkt mit drei Neueinstellungen und einem Rückkehrer ihren Berliner Standort. Peter-Alberto Behrens (46), Manuel Frank (34) und Simon Dariz (35) sind neue Mitarbeiter, Carsten la Tendresse (43) beendet sein Sabbatical. Behrens stößt als Director und Lateinamerika-Experte zum Public Affairs Team bei Edelman Berlin und berichtet direkt an Bernd Buschhausen, Deputy Managing Director und Practice Lead Public Affairs. Behrens, der seine Beraterkarriere bei Hering Schuppener begann und später für die Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. (KAS) Leiter des Auslandsbüros in Bolivien war, arbeitete zuletzt in Lateinamerika und Deutschland als selbstständiger Berater für Public Affairs und Kommunikation in einem Beraternetzwerk.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

**Personalien compact - Sonstige (11)
(29./30. KW-2014)**

1. **Bernd Büttgens** (48), wird zum 1. November als Nachfolger von **Hans Poth** neuer Leiter des Fachbereichs Presse und Marketing sowie Pressesprecher der Stadt Aachen. Vorgänger Poth geht im Herbst nach 20 Jahren als Pressesprecher der Kaiserstadt in den Ruhestand. Büttgens arbeitet seit 1990 als Redakteur bei der „Aachener Zeitung“ / „Aachener Nachrichten“, seit 2004 ist er dort stellvertretender Chefredakteur.
2. **Arnd Klein-Zirbes** (43), noch bis zum 1. März 2015 Mitglied der Geschäftsführung und Leiter der Unternehmenskommunikation bei der Industrie- und Handelskammer Köln (IHK), wird anschließend neuer Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer des Saarlandes (HWK). Wer sein Nachfolger in Köln wird, steht noch nicht fest.
3. **Andrea Wolf**, zuletzt Leiterin der Presse- und Veranstaltungsarbeit für das Kinder- und Jugendbuch im Carl Hanser Verlag, wird ab August neue Pressereferentin für den Herder-Verlag in München. Wolf arbeitete von 2008 bis 2013 als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Landesverband Bayern. Im Münchener oekom Verlag war sie zuvor von 2006 bis 2008 Trainee im Bereich Presse, Marketing und Vertrieb. Im Verlag Herder wird Wolf Nachfolgerin von **Christine Weis**, die das Unternehmen im Herbst auf eigenen Wunsch verlassen wird.
4. **Sabine Preisler** (47), zuvor in der Stadtverwaltung Marburg persönliche Referentin des Oberbürgermeisters **Egon Vaupel** (SPD), wird ab dem 1. August neue Pressesprecherin der Universitätsstadt. Preisler übernimmt die Fachdienstleitung für „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit & Bürger/innen-Kommunikation“. Vor ihrem Wechsel in die Stadtverwaltung war sie 14 Jahre lang Redakteurin bei der mittelhessischen Zeitungsgruppe Lahn-Dill. Preislers Vorgänger **Ralf Laumer** war zum Landkreis Marburg-Biedenkopf gewechselt und ist dort Stabsstellenleiter von Landrätin **Kirsten Fründt** (SPD).
5. **Thomas Marecek** (35) ist seit dem 1. Juli neuer Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, Presse- und Medienservice beim Österreichischen Roten Kreuz (ÖRK) in Wien. Zusätzlich übernimmt er die Aufgaben des Pressesprechers. Beim ÖRK angestellt ist Marecek bereits



- seit dem Jahr 2008. Zuvor hat er Publizistik und Geschichte studiert und an der Donau-Universität Krems den Lehrgang „PR und Integrierte Kommunikation“ absolviert.
6. **Kurt Hesse** (IHK Nürnberg für Mittelfranken) bleibt Sprecher der Landesgruppe Bayern im Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP). Am 16. Juli wurde er gemeinsam mit seinem Vorstandsteam einstimmig wiedergewählt. Seine Stellvertreter werden auch in den kommenden zwei Jahren **Marion Danneboom** (BayWa AG), **Andreas Fischer** (DATEV eG) und **Benjamin Summa** (pro aurum KG) sein. Rund 70 BdP-Mitglieder nahmen an der Veranstaltung teil, die beim Bayerischen Fernsehen in München mit einem Sommerfest der Landesgruppe Bayern verbunden wurde.
 7. **Klaus Bernhard Hofmann** (55) ist seit dem 1. Juli Mitglied der Geschäftsführung, Leiter Public Affairs und Pressesprecher beim Deutschen Führungskräfteverband (ULA) und dem Mitgliedsverband (VAA) in Berlin. Zuvor arbeitete er seit dem Jahr 2000 als Unternehmenssprecher und Leiter Corporate Public Relations/Public Affairs beim Glashersteller Schott.
 8. **Sven Hirschler** ist seit dem 1. Juli neuer Pressesprecher des Rhein-Main-Verkehrsverbunds (RMV) in Hofheim am Taunus. Er wurde Nachfolger von **Peter E. Vollmer**, der aus persönlichen Gründen sein Arbeitsfeld reduziert hat und derzeit das Kundenmanagement betreut. Hirschler arbeitete vorher seit 2013 als Head of Division Personal Affairs im hessischen Ministerium für Wirtschaft und Verkehr.
 9. **Wolfgang Kaldenhoff** (54) leitet seit dem 1. Juni Unternehmenskommunikation, Marketing und Vertrieb beim Verbund für Integrative Angebote (VIA) in Berlin. Er löste **Karin Riedesser** ab, die

seit dem 1. Juni stellvertretende Leiterin der Unternehmenskommunikation ist. Kaldenhoff berichtet an die beiden Geschäftsführer **Norbert Lassek** und **Ralf Möller-Flohr**. Vor seinem Wechsel war Kaldenhoff seit 2005 Leiter Marketing und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Staatsballett Berlin.

10. **Norbert Jacobs** (53) hat die neugeschaffene Position des Pressesprechers der Gesellschaft für Gerätebau (GfG) in Dortmund eingenommen. Jacobs verantwortet die Medien- und Fachpressarbeit und ist persönlicher Referent der Geschäftsführung. Der langjährige Leitende Redakteur der Zeitungen „Westfälische Rundschau“ und „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“ berichtet an der GfG an Geschäftsführer **Hans-Jörg Hübner**.
11. **Katharina Stiefelhagen** (27) übernimmt ab dem 1. August eine neu eingerichtete Stelle als Referentin für Presse und multimediale Öffentlichkeitsarbeit beim christlichen Hilfswerk Geschenke der Hoffnung in Berlin. Stiefelhagen, die zuletzt als Online-Assistentin beim Norddeutschen Rundfunk tätig war, berichtet beim Hilfswerk an **Tobias-B. Ottmar**, den Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising.

Personalien compact - Agenturen (9) (29./30. KW-2014)

1. **Gabriele Engler** (49) und **Phillip Beckmann** (31) verstärken als Account Direktoren die Düsseldorfer Kommunikationsagentur Stagg & Friends, die sich auf die Ausrichtung von Events spezialisiert hat. Engler bringt über 15 Jahre Erfahrung in der Projektleitung in den Bereichen Event-Management und -konzeption ein. Gemeinsam mit Sandra Haase, ebenfalls Account Director, leitet sie ab sofort ein neunköpfiges Team. Beckmann kommt von der Kölner PR-Agentur Oliver Schrott Kommunikation, wo er als Projekt-Manager tätig war. Weitere Stationen seiner Laufbahn waren McCann Momentum, Düsseldorf, und Avantgarde, Köln.
2. **Marianne Slamich** wechselt von Airbus zur Fink & Fuchs PR in Wiesbaden. Mit dem Neuzugang aus der Industrie baut die Kommunikationsagentur ihr internationales Team weiter aus. Die gebürtige Französin kommt von Airbus Defence and Space, wo sie innerhalb der Airbus Group als Public Relations Officer tätig



war. Bei Fink & Fuchs PR ist Slamich als International PR Consultant tätig. Ihr Aufgabengebiet umfasst die Entwicklung und Umsetzung länderübergreifender Kommunikationskampagnen sowie die Zusammenarbeit mit Agenturpartnern weltweit.

3. **Mayko Cyprich** (30) ist neuer Mitarbeiter der Münchner PR-Agentur Schwartz Public Relations. Cyprich wird bei Schwartz PR eingesetzt für die Themen Consumer Technology, Entertainment und Lifestyle. Vor seinem Wechsel sammelte der studierte Medien- und Kommunikationswissenschaftler langjährige PR-Erfahrung im Bereich Digital Entertainment bei der Harvard – Good Relations Group in Deutschland. Zusätzlich hat er für EMP (Europas größter Versandhändler für Rockmusik und Merchandising-Produkte) in Lead-Funktion die Kampagne zum neuen TV-Werbespot betreut.
4. **Katja Gutschmidt** (46) verstärkt ab sofort als Senior Advisor den Bereich Retail & Leisure im Marketing Communications Team von Hill+Knowlton Strategies in Frankfurt am Main. Vor ihrem Wechsel zu Hill+Knowlton war Katja Gutschmidt bereits auf freiberuflicher Basis als Senior Beraterin für H+K tätig. Die studierte Diplom-Kulturpädagogin verfügt über langjährige Erfahrung in der Tourismus- und Markenkommunikation durch ihre sehr erfolgreiche Arbeit für verschiedene Kommunikationsagenturen, Tourismusinstitutionen sowie internationale Markenhersteller.
5. **Catherine Dächert-Tessier** (45), verantwortet ab sofort als Chief Financial Officer den Bereich Finanzen und Personal bei Hill+Knowlton Strategies in Deutschland. Die Kommunikationsberatung hat Büros in Frankfurt am Main, Berlin und Düsseldorf. Dächert-Tessier folgt auf **Jan**

Gustavsson (58), der sich nach 13 Jahren bei H+K selbstständig macht. Zuletzt arbeitete die neue H+K Finanz- und Personalchefin bei Cohn & Wolfe in Frankfurt, wo sie als Finance Director für Deutschland und Frankreich tätig war. Zuvor arbeitete sie als Financial Controller für Young & Rubicam Frankfurt.

6. **Peter Bernthaler** verstärkt seit dem 1. Juli die Führungsebene der PR-Unit der Agentur Roth & Lorenz in Stuttgart. Als Senior Consultant Public Relations besetzt er innerhalb der Unit die Stelle eines Teamleiters und übernimmt die Führung und strategische Beratung von Kunden für die Bereiche Lifestyle, Food & Beverage. Bernthaler war zuletzt seit 2011 Senior Consultant bei Symptra in Stuttgart. Stationen bei lankenfeld pr (vormals F&H Porter Novelli) und bei komm.passion in Düsseldorf bildeten die Basis seiner PR-Karriere.
7. **Stephan Weiner** (29) verstärkt seit dem 1. Juli die Redaktion von Callies & Schewe in Mannheim. Er kommt von Arthen Kommunikation in Karlsruhe, wo er als PR-Redakteur tätig war. Weiner hat für Zeitung, Radio und Fernsehen geschrieben und zuletzt gemeinsam mit seiner Lebensgefährtin einen Dokumentarfilm für das Kino produziert. Die Agentur Callies & Schewe zählt 20 Mitarbeiter und ist auf Content Marketing und Employer Branding im B-to-B-Geschäft spezialisiert.
8. **Daniel Mack** (27) wird neuer Senior Projektmanager für Social Media im Team der Düsseldorfer Digital-Agentur Wunderknaben, die zur Vertikom Gruppe gehört. Die Agentur gilt als einer der am schnellsten wachsenden Digital-Dienstleister. Mack, der trotz seiner jungen Jahre bereits hessischer Landtagsabgeordneter und dort Sprecher für Netzpolitik war, ist bei den Wunderknaben ab sofort verantwortlich für die Betreuung verschiedener Kunden und den Ausbau der Social Media Kanäle wie Twitter und Instagram.
9. **Romina Männli** (24) ist neue Volontärin im Team von Publik. Agentur für Kommunikation GmbH in Ludwigshafen. Die Bachelorabsolventin hat bereits während ihres Studiums Erfahrungen rund um Printpublikationen und Journalismus gesammelt, unter anderem bei der Tageszeitung „Mannheimer Morgen“ und dem Wissenschaftsmagazin „Spektrum der Wissenschaft“. Zuletzt gewann sie bei einem sechsmonatigen Praktikum bei der IFOK GmbH in Bensheim tiefere Einblicke in die PR-Arbeit.



Personalien compact - Unternehmen (22) (29./30. KW-2014)

1. **Uwe Berlinghoff**, seit Anfang 2011 Kommunikationschef von Air Berlin, muss sich wohl eine neue Aufgabe suchen. Nach Informationen des Berliner „Tagesspiegels“ hat **Wolfgang Prock-Schauer**, der CEO von Air Berlin, die Mitarbeiter in einem Rundschreiben darüber informiert, dass Berlinghoff das Unternehmen verlassen werden. Nachfolgerin soll vorübergehend **Yasmin Born** werden, die für die externe Kommunikation zuständig ist. Wer Nachfolger Berlinghoffs wird, steht noch nicht fest. Der „Tagesspiegel“ spekuliert darüber, dass es in letzter Zeit zwischen Prock-Schauer und Berlinghoff zunehmend Differenzen über die Gestaltung der Öffentlichkeitsarbeit gegeben habe.
2. **Anna-Lena Müller** (27), zuletzt seit 2012 Mitarbeiterin im Bereich PR und Marketing beim Microsoft BizSpark Startup Testbirds, unterstützt seit dem 1. Juli die Microsoft Deutschland GmbH in Unterschleißheim als PR Managerin. In ihrer Funktion ist sie vor allem dafür zuständig, Microsofts Cloud Strategie im deutschen Markt kommunikativ weiter voranzutreiben. Sie berichtet in ihrer Funktion an die Leiterin Business & Consumer Communication und Analyst Relations, **Ines Gensinger**.
3. **Christin Schmidt** (31) leitet seit Anfang Juli in Berlin die neue geschaffene Abteilung PR & Gesellschaft der E-Plus-Gruppe. Sie berichtet dort an **Peter Mentner**, Director Corporate Communications und Public Affairs. Schmidt war

zuvor beim Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh) als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Wirtschaftspolitik und Statistik tätig. Ihre Nachfolgerin dort wird **Franziska Solbrig** (27), die zuvor Volontärin bei Carl Zeiss Microscopy war. Solbrig berichtet beim bevh an Hauptgeschäftsführer **Christoph Wenk-Fischer**.

4. **Diana von Webel** ist seit dem 1. Juli Leiterin der Unternehmenskommunikation bei der Gastronomie-Gruppe **Sarah Wiener** in Berlin. In der neu geschaffenen Stelle berichtet sie an die Geschäftsführer **Jochen Becker** und **Elenore Kaufhold**. Zuvor arbeitete sie als Freiberuflerin unter anderem schon für Sarah Wiener und die Redaktion von **Sabine Christiansen** sowie als Wissenschaftliche Mitarbeiterin für die Bundestagsabgeordnete **Tabea Rößner** (Bündnis 90/Die Grünen).
5. **Maria Peschek** (41) ist seit April als Nachfolgerin von **Julia Ullrich** neue Leiterin Marketing und Kommunikation beim Software- und Serviceanbieter Interactive Intelligence in Frankfurt am Main. Peschek, die zuvor für die Eng-house Interactive Ltd. als Marketing-Managerin Central Europe tätig war, berichtet bei ihrem neuen Arbeitgeber an **Martina Knappe**, Director EMEA-Marketing.
6. **Maja Alfke** leitet seit dem 1. Juli die Abteilung Kommunikation und Personal bei der Schickler Managementberatung in Hamburg. Sie wurde Nachfolgerin von **Julia Lehmann**, die das Beratungsunternehmen verlassen hat. Alfke, die zuvor seit 2010 als PR-Consultant und seit 2012 als Senior PR-Consultant bei der EOS-Gruppe tätig war, berichtet bei Schickler an **Rolf-Dieter Lafrenz**, der dort geschäftsführender Gesellschafter ist.
7. **Alexander M. Stöckle** (31) leitet seit Anfang Juli als Nachfolger von **René Stephan** die Unternehmenskommunikation bei b.i.g., einer Gruppe von Dienstleistungsunternehmen, mit Sitz in Karlsruhe. Stöckle, der zuvor bei ETAS als Communications Manager beschäftigt war, berichtet bei b.i.g. an die geschäftsführende Gesellschafterin **Daniela Bechtold**
8. **Lars Gurow**, noch Pressesprecher und Leiter Public Relations bei der Strato AG in Berlin, wird ab September neuer Public Relations Manager bei der Cisco Systems GmbH in Hallbergmoos bei München. In dieser Funktion wird er dort die deutsche Pressearbeit im Corporate Communications Team EMEAR verantworten. Seine Nachfolgerin bei der Strato AG

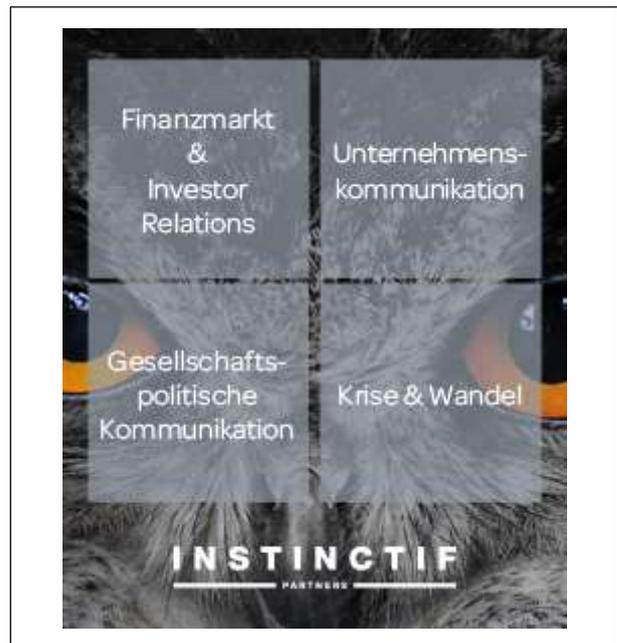


wird **Christina Witt**, die zuvor bereits Pressesprecherin war.

9. **Stephen Croncota** ist neuer Marketingchef beim Münchner Modeunternehmen Escada und damit auch verantwortlich für Public Relations. In der neu geschaffenen Position übernimmt Croncota darüber hinaus die Verantwortung für Werbung, Promotions, Trade Marketing, Lizenzen und E-Commerce. Croncota war in der Vergangenheit bereits Marketingchef bei Versace in Italien sowie beim US-Unternehmen Haggard. Bei Versace wirkte er beim Aufbau des Accessoires-Geschäft und beim Start des Luxushotelkonzepts Palazzo Versace mit. (Quelle: „markenartikel-magazin.de“)
10. **Jay Carney**, ehemaliger Sprecher des Weißen Hauses in Washington, könnte als Nachfolger von **Katie Cotton** neuer PR-Chef von Apple werden. Das berichtet jedenfalls die Website „**MACerkopf.de**“, auf der täglich News über Apple veröffentlicht werden. „MACerkopf.de“ bezieht sich auf neueste Veröffentlichungen von „Bloomberg“. Demnach scheint Carney der Favorit für die Nachfolge Cottons zu sein, die im Juni nach 18 Jahren bei Apple in den Ruhestand ging.
11. **Julia Lehmann**, zuletzt seit 2011 Leiterin Kommunikation und Personal bei der Schickler Managementberatung in Hamburg, ist nun für die

DFL Deutsche Fußball Liga in Frankfurt am Main tätig, wo sie als Managerin CSR-Kommunikation arbeitet. Die studierte Historikerin begann ihre berufliche Laufbahn bei der Bertelsmann Stiftung in Gütersloh, wo sie zunächst ein Volontariat absolvierte und anschließend fünf Jahre als stellvertretende Leiterin der Pressestelle wirkte. Danach ging sie zu McKinsey in Düsseldorf. Hier übernahm sie die Unternehmenskommunikation und betreute parallel auch Klienten aus der Medien-Branche.

12. **Anne Gröger** ist seit dem 1. Mai bei der Voss Spezial-Rad GmbH in Kaaks bei Bremen für Marketing und PR verantwortlich. Zuvor war sie drei Jahre im Pressebereich eines Pharmaunternehmens tätig. Gröger arbeitete bereits während ihrer schulischen und betrieblichen Ausbildung freiberuflich als Redakteurin. Voss Spezial-Rad ist Exklusiv-Vertriebspartner in Deutschland für die Faltradmarken Brompton und Montague sowie für die Helmmarke Nutcase.
13. **Sebastian Schaffer** (34) ist als Nachfolger von **Florian Dieckmann** seit dem 1. Juli neuer Pressesprecher des Pharma-Unternehmens AstraZeneca GmbH in Wedel. Vorgänger Dieckmann leitet seit Februar die Unternehmenskommunikation beim Biopharma-Unternehmen AbbVie Deutschland. Schaffer, der zuvor im Schleswig-Holsteinischen Finanzministerium als Pressesprecher tätig war, berichtet bei AstraZeneca an **Kristin Breuer**, Leiterin der Unternehmenskommunikation.
14. **Andreas Hildenbrand** wird ab Oktober neuer Group Head of Marketing & Communications bei der Zurich Insurance Group. In dieser neu geschaffenen Position wird er künftig von Zürich aus die zusammengeführten Bereiche Marketing und Kommunikation leiten und an Chief Executive Officer **Martin Senn** berichten. Hildenbrand kommt vom Beratungsunternehmen Lemongrass Communications Partner, das er 2009 mitbegründet hat.
15. **Adib Sisani** (29) arbeitet seit dem 1. Juni als Pressesprecher von Goldman Sachs in Frankfurt am Main für Deutschland, Österreich, die Schweiz, Russland und Osteuropa. Er berichtet an **Monika Schaller**, Leiterin Unternehmenskommunikation der Investmentbank für die genannten Regionen. Zuvor war Sisani Pressesprecher der Targobank und stellvertretender Sprecher der FDP-Bundespartei.



16. **Franziska Fischer** (34) leitet seit dem 1. Juli Marktmanagement und Unternehmenskommunikation beim Versicherungsunternehmen Allianz Global Assistance (AGA) in München. Fischer wurde Nachfolgerin von **Peter Cassalette**, der nach sieben Jahren Tätigkeit bei der AGA in Altersteilzeit gegangen ist. Fischer, die seit 2008 in verschiedenen Funktionen für die AGA tätig ist, berichtet in ihrer neuen Funktion an den Chief Executive Officer **Rüdiger Hermann**.
17. **Christian Wohlrabe** (36) arbeitet seit dem 1. Juli als Manager Online-Kommunikation beim internationalen Recyclingdienstleister Alba Group in Berlin. Wohlrabe berichtet an **Verena Köttker**, Generalbevollmächtigte und Leiterin der Unternehmenskommunikation. Zuvor war seit 2013 Leiter Digital Public Affairs bei E-Plus.
18. **Christiane Wilmes** (35) verantwortet seit Juli neu die Leitung von Marketing & PR beim Online-Shop für Haarpflegeprodukte Libuté in München. Die Position wurde neu geschaffen. Zuvor war sie seit 2011 für den Bereich Brand & Communications beim Online-Dating-Portal FriendScout24 zuständig. Davor arbeitete sie für die Zurich Gruppe Deutschland im Kommunikationsbereich.
19. **Michael d'Aguiar**, langjähriger Pressesprecher für die 1&1 Internet AG sowie deren Marken Web.de und GMX und einstiger Leiter der 1&1

Pressestelle in Karlsruhe, hat das Unternehmen Anfang Juli verlassen. Bereits seit Beginn des Jahres hat d'Aguiar seine Sprechertätigkeit für 1&1 eingestellt. Er ist somit nach **Michael Frenzel** (siehe auch die folgende Meldung), **Ingrun Senft**, **Nadja Elias** und **Eva Vennemann** der fünfte 1&1 Sprecher, der innerhalb der letzten Monate die PR-Abteilung des Unternehmens verlassen hat. D'Aguiar wird künftig in dem Freelancer-Projekt hauspresse.de in Herxheim seine Kenntnisse, Fähigkeiten und Netzwerke dem freien Markt zur Verfügung stellen.

20. **Michael Frenzel**, zuletzt Bereichsleiter Unternehmenskommunikation/ VP PR bei der 1&1 Internet AG in Montabaur, wechselt als Leiter Portal Content & PR zur WorldHosting-Days GmbH in Köln. In seiner neuen Position baut er das neue Online und Print-Medium WorldCloudNews.com als internationale Stimme der Cloud- und Hosting-Industrie auf. Zu seinen Aufgaben gehören künftig auch die Leitung der deutschen Internetportale onlinekosten.de und DSLteam.de sowie von BASICthinking.de, eines der bekanntesten und meistverlinkten Blogs im deutschsprachigen Internet.
21. **Karina Huptas** (26) ist neue Mitarbeiterin der Unit Corporate Communications und Marketing beim Jobbewertungsportal kununu in Wien, einem Tochterunternehmen der XING AG. Huptas unterstützt die Abteilung in allen Bereichen der Unternehmenskommunikation. Neben der Pressearbeit für die Region DACH und Aktivitäten im Vertriebsmarketing wird Huptas die Social Media-Kanäle der kununu GmbH betreuen. Die gebürtige Ravensburgerin schloss 2010 den Masterlehrgang „Public Communication“ am Institut der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften der Uni Wien ab.
22. **Andreas Bartels** (44) ist neuer Leiter Media Relations bei der Lufthansa Group. Damit verantwortet er die externe Kommunikation in den weltweiten Märkten. Zuvor war er für die externe und die interne Kommunikation der Lufthansa Passage verantwortlich. Die Konzernkommunikation erfährt zum 1. August eine Überarbeitung. Im Kern sollen die Kommunikationsverantwortung für die Lufthansa Group und das Kerngeschäft Passage in jeweils einer Einheit für die externe und die interne Kommunikation gebündelt werden. Bartels berichtet in seiner neuen Funktion weiterhin an **Barbara**



Schädler, Senior Vice President und Global Head of Lufthansa Group Communications. (Quelle: „newbusiness.de“)

Etats

Domaines Barons de Rothschild (Lafite) und The Rug Company bauen auf segmenta communications



Weinliebhaber und die Freunde eines gehobenen Wohnambientes unter den PR-Beratern würden sich wohl um solche Kunden reißen. Gewonnen hat sie nun die Hamburger PR-Agentur segmenta communications. Sie verantwortet ab sofort sowohl die Kommunikation in Deutschland für eines der renommiertesten Weingüter der Welt, Domaines Barons de Rothschild (Lafite), als auch für The Rug Company, einem internationalen Anbieter von Design-Teppichen im Luxussegment. Segmenta baut seine Marktposition in den Bereichen Food & Beverage sowie Lifestyle und Living weiter aus und steht vor der Herausforderung, seine Kompetenzen bei der Positionierung internationaler Marken im deutschen Markt erneut unter Beweis stellen zu können. (Foto: Das Château

Lafite-Rothschild in Pauillac bei Bordeaux ist eines der berühmtesten Weingüter der Welt.)

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Etats compact (24) (29./30. KW-2014)

1. Deutsche Niederlassung des amerikanischen Kosmetikherstellers Nu Skin Germany GmbH, Eschborn
was: Produktkommunikation in den Zielmärkten Deutschland und Frankreich
an: **Public Affairs PR Agentur GmbH**, Köln
2. a) Privatbank Berlin von 1929 AG (bis vor kurzem: Bankhaus Dr. Masel)
was: Begleitung der Umfirmierung mit Media Relations, Ansprechpartner für die Presse
b) Anbieter von Sportwetten und Online-Spielen bet-at-home.com AG, Düsseldorf
was: Media Relations zu Wirtschafts- und Finanzmedien.
an: **Cortent Kommunikation AG**, Frankfurt am Main
3. Modelabel Eduard Dressler, Großostheim
was: Imagekampagne mit Starttrompeter Till Brönner
an: **ORCA im Hafen**, Hamburg, und **headspace pr GmbH & Co. KG**, Frankfurt am Main
4. AOK Rheinland/Hamburg in Kooperation mit Netzwerk Nachbarschaft, Hamburg
was: Kampagne „Gesunde Nachbarschaften“ sowie Pressearbeit und Online- und Social-Media-Maßnahmen
an: **AMG Hamburg Agentur für strategische Netzwerke und Kommunikation**, Hamburg
5. Modellabel Helly Hansen AS, Oslo
was: Pressearbeit in der Region DACH zur Steigerung der Medienpräsenz
an: **PR-Agentur Projects**, Hamburg
6. Baumarktkette OBI, Wermelskirchen
was: Erklärvideos rund um die Themen Haus & Garten im Rahmen der Content-Marketing-Strategie
an: **Video-Agentur infotainweb AG**, München
7. Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft DHPG, Bonn
was: PR-Etat für Deutschland, Positionierung im Mittelstand
an: **Hill+Knowlton Strategies**, Frankfurt am Main
8. Handels- und Dienstleistungsverbands Trotec Group, Heinsberg
was: Online-Etat
an: **Wunderknaben Kommunikation GmbH**, Düsseldorf
9. Aventics GmbH, Laatzen
was: Relaunch der Unternehmens-Website, Launch von Microsites, Online-Marketing Aktivitäten
an: **Cybay New Media GmbH**, Hannover
10. Berliner Philharmonie gGmbH
was: Leadetat für die gesamte klassische Kommunikation
an: **Scholz & Friends**, Berlin
11. Handelsunternehmen Spectra GmbH & Co. KG, Reutlingen
was: Neugestaltung des Unternehmensauftritts und Touchpoint-Kommunikation
an: **Storymaker GmbH**, Tübingen und München
12. Empfehlungsplattform Yelp, San Francisco
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **Schwartz Public Relations**, München
13. a) Lifestyle Marke Guess, Los Angeles (USA)
was: B-to-B- und B-to-C-Kommunikation inklusive Social Media in der Region DACH
b) Schuhhersteller Hunter, Edinburgh (Schottland)
was: PR- und Pressearbeit in der Region DACH
c) Modemarke Custommade, Kopenhagen
was: Entwicklung einer PR-Strategie, Pressearbeit, Fashion-PR und Event-Support
an: **häberlein & mauerer**, München
14. Promotur-Canary Islands Tourism Board, Las Palmas de Gran Canaria
was: PR und Kommunikation für die kanarischen Inseln in Deutschland
an: **F&H Public Relations GmbH**, München
15. IT-Infrastrukturanbieter OVH GmbH, Saarbrücken



- was: Kommunikation in der Region DACH zur Steigerung der Bekanntheit
an: **Alpha & Omega PR**, Bergisch Gladbach
16. IT-Dienstleister prego services, Saarbrücken und Ludwigshafen
was: PR- und Medienarbeit
an: **PR-COM GmbH**, München
17. High-Performance-Computing (HPC) Unternehmen SGI, Grasbrunn bei München
was: Kampagne zur Steigerung der Markenbekanntheit in Deutschland und Großbritannien
an: **Atomic PR**, München und London
18. Microsoft GmbH, München
was: Crossmediale Kampagne für Office 365
an: **Weka Media Publishing GmbH**, Haar bei München
19. Jungheinrich AG, Hamburg
was: Event „New Generation IC Trucks Product Launch 2014“
an: **east end communications**, München
20. Online-Schulungsfirma lynda.com, Carpinteria (Kalifornien, USA)
was: PR-Strategie und Umsetzung zur Steigerung der Bekanntheit
an: **HBI Helga Bailey GmbH - International PR & MarCom**, München
21. Deutsche Kleiderstiftung, Helmstedt
was: Steigerung der nationalen Bekanntheit und Begleitung der Aktion „11 Kilo für 11 Freunde“
an: **Sputnik GmbH, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, Münster



Nach dem erfolgreichen Audit, stimmte die Aufnahmekommission einstimmig für den Neuzugang. Der Geschäftsführer von insignis, Raik Packeiser (Foto), freut sich: „Wir werden die GPRA als einzige Agentur für die Region Niedersachsen und Bremen gerne vertreten. Die Themen Qualität und Professionalität stehen für uns ganz klar im Vordergrund. Dabei liegt uns ganz besonders die Qualität der Nachwuchsausbildung am Herzen. Auch auf den Austausch mit den GPRA-Agenturen zu aktuellen politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen der Branche freuen wir uns sehr.“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Neuer Kopf und neue Marke: Lewis PR baut Digitalgeschäft aus



Die internationale Agentur für PR und digitale Kommunikation, Lewis PR, startet nun auch in Deutschland mit einem Digitalteam. Unter dem Namen Lewis Pulse soll das Digitalgeschäft ausgebaut werden. Im ersten Schritt wird dazu unter der Leitung von Daniel Blank (Foto, 34) ein Team von digitalen Kommunikationsfachleuten aufgebaut. Damit reagiert Lewis auf die steigende Nachfrage nach digitalen Marketing- und Kommunikationsdienstleistungen bei Bestands- und Neukunden. Blank kommt von Edelman, wo er zuletzt für die Bereiche Social Media und Content Marketing verantwortlich zeichnete und zudem die Edelman Digital-Teams an den Standorten Hamburg, Frankfurt und München aufgebaut hatte. Zu den weiteren beruflichen Stationen gehörten die PR-Agentur Between Us! sowie der Heinrich Bauer Verlag, wo er fünf

Agenturen

Weiterer Zuwachs bei der GPRA: insignis GmbH 35. Mitglied



Binnen einer Woche verkündet die Gesellschaft PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) ihren zweiten Neuzugang. Nachdem die GPRA am 21. Juli die Aufnahme der Hamburger Agentur Faktenkontor bekanntgab, informierte der Agenturverband am 28. Juli darüber, dass die inhabergeführte insignis Agentur für Kommunikation GmbH mit Sitz in Hannover und Berlin das 35. Mitglied ist.

Jahre als Redakteur für Video- und Mobile-Games sowie digitales Entertainment tätig war.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Faktenkontor neues GPRA-Mitglied



Die Hamburger Agentur Faktenkontor GmbH ist neues Mitglied der Gesellschaft der PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA). Wie alle Mitglieder musste sich auch Faktenkontor zuvor einem intensiven Audit unterziehen, dann stimmte die Aufnahmekommission zu und besiegelte mit ihrem Votum den Beitritt des nun 34. Mitglieds der GPRA. Die PR-Beratung Faktenkontor wurde im Jahre 2003 von Roland Heintze (Foto) und Jörg Forthmann unter dem Namen Mummert Communications mit Sitz in Hamburg gegründet. Der Wechsel zum Namen Faktenkontor sollte dann den faktenbasierten Ansatz unterstreichen. Neben PR-Beratung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Weitere Standorte gibt es in Berlin und Istanbul.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CP audit als neuer Service: Workflow-Check für mehr Effizienz



Storytelling auf allen Kanälen: So einfach Corporate Publishing auf den ersten Blick erscheint, so schwer tun sich viele Unternehmen damit

in der Praxis. Gerade für dünn besetzte Kommunikationsabteilungen ist es oft schwer, die hohen Anforderungen qualitätssicher und kosteneffizient umzusetzen. Die Düsseldorfer [Textagentur blue satellite](#) und die [Grafikagentur Freizeichen Ideen Kontor](#) haben mit CP audit einen neuen Service ins Leben gerufen, um Unternehmen genau dabei zu unterstützen: Mit Prozessanalysen und individuellen Maßnahmenplänen helfen die Experten, Abläufe zu

analysieren, den Workflow zu straffen und die Ergebnisse von CP-Projekten nachhaltig zu verbessern. Die Bandbreite reicht dabei vom „Quickcheck“ vor Ort bis zu längerfristigen Coachings etwa zur Stärkung der Textkompetenz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (3) (29./30. KW-2014)

1. Die **Serviceplan Gruppe** will durch den **Erwerb der hmmh multimediahaus AG**, der bereits zum 1. Juli über die Bühne gegangen ist, ihr Portfolio mit einer der **führenden Agenturen Deutschlands im Bereich E-Commerce** verstärken. Integriert wird hmmh in die Plan.Net Gruppe München, den auf digitale Kommunikation fokussierten Pfeiler der Serviceplan Gruppe. Die Plan.Net Gruppe wächst damit um 340 Mitarbeiter und wird nach eigenen Angaben somit die größte und marktführende Digital-Agentur Deutschlands.
2. Die **Prolink internet communications GmbH in Freiburg** ist volljährig. **Am 23. Juli feierte die Agentur ihren 18. Geburtstag.** Als Geschenk hat sich einer der Pioniere der Internetdienstleistungen im Breisgau eine [neue Website](#) spendiert. Bei der Gründung noch ein wenig belächelt, setzte sich die Agentur schnell durch. Das Medium Internet war nach fünf Jahren salonfähig und Prolink spezialisierte sich erfolgreich auf Dienstleistungen wie Webseitenprogrammierung und Absicherung von Firmennetzen. Auf der neuen Website können sich Interessenten selbst ein Bild von Prolink machen.
3. **Viertelmilliardengrenze geknackt:** Die **Serviceplan Gruppe** mit Hauptsitz in München schließt das Geschäftsjahr 2013/2014 mit einem Honorarumsatz von **252 Millionen Euro** und einer Umsatzsteigerung von 16 Prozent ab. Eingeschlossen ist hier die **Serviceplan PR Group**, die mit **knapp 13 Millionen Honorarumsatz und 93 Mitarbeiterin** Platz sieben in Pfeffers PR-Ranking belegt. Für die gesamte Serviceplan Gruppe war 2013/2014 das erfolgreichste Jahr der Agenturgeschichte. Die nach eigenen Angaben größte unabhängige Kommunikationsagentur Europas beschäftigt aktuell rund 1.900 Mitarbeiter im In- und Ausland, 100 mehr als nach im Vorjahr.

Branche

Starker Zuwachs der Einreichungen beim Internationalen Deutschen PR-Preis 2014



Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) wertet es als Bestätigung: Denn obwohl der Termin für Gala zur Preisübergabe noch nicht feststeht, stieg die Zahl der Einreichungen für den Internationalen Deutschen PR-Preis 2014 im Vergleich zum Vorjahr von 342 auf 404 Bewerbungen. Als Veranstalter zeigen sich die DPRG und das F.A.Z.-Institut mit der knapp 20-prozentigen Steigerung sehr zufrieden. Sie interpretieren das große Interesse als Bestätigung für die Maßnahmen, die Einreichungsfrist zu verlängern und auf eine kategorienorientierte Ansprache der Zielgruppen zu setzen. Der neue DPRG-Präsident Norbert Minwegen bewertet das so: „Ein großartiges Signal und Zeichen dafür, dass unsere Wettbewerbe als Benchmarks der Branche die hohe Wertschätzung und das Vertrauen unserer Kolleginnen und Kollegen genießen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DPRG bietet kostenfreie Mitgliedschaft für PR-Studierende und Auszubildende

Der Berufsverband Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) hat sich durchgerungen, seine Nachwuchsförderung zu stärken. Wie Teilnehmer der Mitgliederversammlung am 19. Juni in München berichten, war diese Entscheidung eine schwere Geburt. Eine mehr als 75-minütige Diskussion war erforderlich, um zu beschließen, dass alle Studienmitglieder, die ab sofort dem Verband beitreten, für die ersten zwölf Monate keinen Beitrag zahlen müssen. Nach Ablauf der beitragsbefreiten zwölf Monate kostet die weitere Mitgliedschaft für Studienmitglieder 45 Euro im Jahr.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Investor Relations: Schärfere Transparenzpflichten

Emittenten von Finanzinstrumenten müssen nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) zahlreiche Veröffentlichungspflichten erfüllen. Die Sanktionierung von Verstößen gegen Transparenzpflichten wurde durch die Ende letzten Jahres geänderte Transparenzrichtlinie (RL 2013/50/EU, ABL. EU L 294, S. 13 ff.) deutlich verschärft. Juristischen Personen drohen in Zukunft Bußgelder von bis zu zehn Millionen Euro oder fünf Prozent des jährlichen Umsatzes. Auch natürliche Personen drohen, darauf weist die Bonner Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) in ihrem Jahresbericht hin, in Zukunft mit deutliche höheren Bußgeldern rechnen. Für sie wird die Obergrenze des Bußgeldrahmens künftig auf mindestens zwei Millionen Euro verdoppelt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR in Wikipedia: Neue Regeln sollen jetzt global gelten

Die Wikipedia hat ihre Terms of Use geändert: Bezahlte Beiträge müssen ab sofort offengelegt werden, andernfalls droht eine unbeschränkte Sperre des jeweiligen Unternehmens. Ein aktueller Leitfadener Agenturen Aufgesang, Hannover, und Suscomo, Jena, soll jetzt durch den Dschungel von Vorschriften helfen. Damit soll erstmals global einheitlichen Regeln zum Durchbruch verholfen werden, an die sich Kommunikatoren bei der Arbeit in Wikipedia halten können. Zwar gibt es nach wie vor in jeder Wikipedia-Sprache regionale Gepflogenheiten im Umgang mit Unternehmen, trotzdem sind die Terms of Use ein klares Signal, dass man die PR nicht ausperren will, solange sie sich an Regeln hält.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

achtung! will Kommunikationsgeneralisten ausbilden



Die Agentur achtung! startet ein für die Branche wohl neuartiges Ausbildungsprogramm. Die Agentur mit 120 Mitarbeitern in Hamburg und München bildet ab jetzt zwei junge Talente zu „Kommunikationsgeneralisten“ aus. Da heute Kommunikationsaufgaben komplexer würden und gleichzeitig die Grenzen zwischen Kommunikationsgewerken wie „Werbung“, „PR“, „Digital“ etc. fast vollends verschwunden seien, brauche es „Architekten“ und „Bauleiter“ für den Entwurf und die Realisierung von durchdringenden Kommunikationsvorhaben, ist achtung! überzeugt. Mirko Kaminski (Foto), CEO von achtung!: „Wir denken nicht mehr in Disziplinengrenzen, sondern wollen kraftvolle Ideen oberhalb der sich auflösenden Kommunikationskategorien kreieren und lebendig werden lassen. Dafür brauchen wir Generalisten mit Kenntnis aller Gewerke. Weil es die im Markt kaum gibt, entwickeln wir sie uns eben.“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Branche compact (2) (29./30. KW-2014)

1. Die Kölner **Agentur für Wirtschaftskommunikation Kuhn, Kammann & Kuhn** führt mit der Berliner **SCM – School for Communication and Management** eine **Online-Umfrage zum Thema „Instrumente der Internen Kommunikation“** durch. Mitarbeiter von Unternehmen, Agenturen und Kommunikationsdienstleistern sind aufgerufen, bis zum **8. August** unter diesem [Umfrage-Link](#) fünf Fragen zum Thema zu beantworten. Die Ergebnisse werden nach Beendigung der Umfrage im Fachmagazin „Beyond“ für Interne Kommunikation sowie im Blog von Kuhn, Kammann & Kuhn vorgestellt.
2. **Wolfgang Marquardt** ist als Nachfolger von **Peter Manshausen** neuer **Präsident des Marketing-Clubs Köln/Bonn e.V.**. Einstimmig wiedergewählt wurden darüber hinaus **Harald Schein** (Schein & Sein GmbH) als Geschäftsführer, **Jasmin Pfeiffer** (Deutsche Post AG) für das Ressort Programm und **Henning Fretzdorff** (MCM Klosterfrau Vertriebsgesellschaft mbH)

als Schatzmeister. Die Ressorts Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit wurden zusammengelegt und werden betreut von **Margit Schmitt** (PR & Text Bureau). Kooptiert in den Vorstand wurde die Juniorensprecherin **Julia Starkey** (SwarmWorks Ltd.).

Medien

PR-Fachpresse: „prmagazin“ legt minimal zu, „PR-Report“ verliert an Boden

Nach einem mäßigen Start ins Jahr 2014 hat sich die Situation für die PR-Fachmedien im zweiten Quartal 2014 nur unwesentlich verändert. Zwar hat das in Remagen-Rolandseck erscheinende „prmagazin“ seine Verbreitung um knapp elf Prozent erhöht, doch diese Verbesserung geht im Wesentlichen auf die um knapp 20 Prozent gesteigerte Zahl der Freistücke zurück. Die verkaufte Auflage hat sich lediglich um 12 Stück (plus 0,67 Prozent) auf 1.792 Exemplare erhöht, die Zahl der Abonnenten um 15 (plus 1,28 Prozent) auf 1.189. Damit liegt die Zahl der frei verteilten „prmagazine“ mit 2.541 um 749 Stück höher als die Anzahl der verkauften Exemplare.

Die Situation für den in Hamburg herausgegebenen „PR-Report“ bleibt angespannt. Der „PR-Report“ verlor im zweiten Quartal auf niedrigem Niveau noch weiter an Boden. Sowohl die verkaufte Auflage als auch die Zahl der Abonnenten schrumpfte um mehr als vier Prozent, damit bleiben beide Werte nun unter der Marke von 900. Verkauft wurden noch 898 Exemplare, 40 weniger als im ersten Quartal. Die Zahl der Abonnenten fiel von 918 auf 875.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Reichweite der gedruckten Zeitung stabil – Überregionale verlieren

Schaut man auf die aggregierten Zahlen, so ergeben die am 23. Juli von der Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse (ag.ma) veröffentlichen Reichweitendaten für die gedruckten Tageszeitungen noch ein passables Bild. Schaut man jedoch auf die Reichweitendaten der einzelnen Blätter, so wird deutlich wie krisenhaft die Situation für viele Verlage in Deutschland ist. 44,6 Millionen Bürger lesen pro Tag mindestens eine gedruckte Tageszeitung. Damit erreichen sie auch 2014 auf dem Print-Kanal knapp zwei Drittel der Bevölkerung (63,2 Prozent, deutschsprachige Personen ab 14 Jahren, Leser pro Ausgabe). So weit, so gut. Doch schaut man auf die Flaggschiffe der deutschen Tagespresse, die überregionalen Zeitungen, so ist ein klarer Negativtrend erkennbar.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Mediaanalyse: Zeitschriftennutzung stabil

Nach den Daten der Mediananalyse (ma) II 2014 der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) bleibt die Zeitschriftennutzung auf hohem Niveau stabil: 91,3 Prozent der 14-Jährigen in Deutschland lesen Magazine. Das entspricht einer Zahl von 64 Millionen Lesern. Im Vergleich letzten Mediaanalyse ist das ein Rückgang von 0,2 Prozent. Die agma weist in der am 23. Juli veröffentlichten Analyse die Reichweiten von 157 Zeitschriften, drei Zeitung-Supplements sowie die des Lesezirkels aus.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Mediaanalyse Radio: WDR 2 mit den größten Zuwächsen

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) hat am 15. Juli ihre neuesten Zahlen für die „ma 2014 Radio II“ veröffentlicht. Der große Gewinner ist erneut der NRW-Lokalfunk mit dem Mantelprogramm Radio NRW. Er hat mit 1,63 Millionen die meisten Hörer, gefolgt von Antenne Bayern (1,35 Millionen) auf Platz zwei und dem SWR 3 (1,12 Millionen) auf Platz drei. Während SWR 3 bei seiner Reichweite leichte Einbußen hinnehmen musste konnte sich der Viertplatzierte, WDR 2, um 88.000

Hörer auf 1,11 Millionen, 8,5 Prozent Zuwachs im Vergleich zur vorherigen Analyse, steigern. Einziger Wermutstropfen für WDR 2, die Gewinne gehen offensichtlich teilweise zu Lasten des WDR-Jugendsenders 1Live, der 79.000 Hörer, das entspricht rund sieben Prozent, verloren hat. Außer WDR 2 konnte noch Bayern 1 um 81.000 auf 1,06 Millionen Hörer zulegen. Die Angaben beziehen sich immer auf Hörer pro Durchschnittsstunde von 6 bis 18 Uhr täglich. Ausführliche Berichte über die „ma 2014 Radio II“ finden sich auch auf [„turi2.de“](http://turi2.de), [„horizont.net“](http://horizont.net) und [„radioszene.de“](http://radioszene.de).

Medien compact (2) (29./30. KW 2014)

1. Das **Hans-Bredow-Institut für Medienforschung** ist mit einem monatlich erscheinenden **Podcast online** gegangen. Über die eigens eingerichtete [Website für den Podcast](#) gibt der Bredow-Cast im Audio-Format **Einblicke in den Forschungsalltag** des Hamburger Instituts. „Mediennutzung“, „Medienkompetenz“ und „Veränderungen in der Arbeitswelt von Journalisten“ sind die Themen der ersten drei Podcasts. Im ersten, der am 24. Juli veröffentlicht wurde, geht es um das Forschungsfeld der Medienrepertoires.
2. **Volker Sach** (52), seit 1999 Geschäftsführer des F.A.Z.-Instituts, „scheidet als Geschäftsführer des F.A.Z.-Instituts in freudlichem Einvernehmen zum 31. Juli aus, um sich neuen Herausforderungen zu stellen“. Das teilte das F.A.Z.-Institut jetzt mit. Sach hat eine Reihe neuer und erfolgreicher Geschäftsfelder für die Verlagsgruppe aufgebaut, zuvor – in den Jahren 1988 bis 1998 – entwickelte er als verantwortlicher Redakteur die Länder- und Kapitalmarktdienste innerhalb der Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH. Er war außerdem Geschäftsführer der Beteiligungsgesellschaft. Über die Gründe seines Ausscheidens wurde nichts bekannt.

Social Media

Mehr Follower für die Medien der Kommunikationsbranche in Twitter und Facebook

Knapp acht Monate ist es her, seit wir zum ersten Mal veröffentlicht haben, wieviele Follower die Medien der Kommunikationsbranche bei Twitter und Facebook haben – eine Ewigkeit für Social Media. Anlass genug, die „PR-Journal“-Abfrage vom 2. Januar zu aktualisieren und zu schauen, was sich verändert hat. Die führenden Plätze nehmen nach wie vor der „pressesprecher“, „politik & kommunikation“ und das „PR-Journal“ ein. Alle konnten zulegen. Dabei hat sich in der Rangfolge bei Twitter was getan. Dank der verstärkten Aktivitäten des „PR-Journal“-Twitter-Beauftragten Helge Weinberg, konnten wir 665 zusätzliche Follower bei Twitter gewinnen und uns damit auf den zweiten Platz schieben. Ansonsten hat sich an der Reihenfolge wenig verändert. Welches PR-Medium wieviele Follower hat, zeigen wir in der folgenden Übersicht, in Klammern die Zahl der seit Januar hinzugewonnenen Follower.

PR-Medium	Twitter Rang	Twitter Follower	Facebook Rang	Facebook Freunde
pressesprecher	1.	6.473 (+ 709)	2.	4.524 (+ 418)
PR-Journal ¹	2.	5.381 (+ 665)	3.	2.840 (+ 229)
politik & kommunikation	3.	5.180 (+ 408)	1.	8.793 (+ 536)
prmagazin	4.	2.850 (+ 665)	5.	1.010 (+ 155)
PR Report	5.	2.763 (+ 560)	4.	1.540 (+ 371)
medienrot ¹	6.	804 (+ 234)	6.	600 (+ 110)

Anmerkung: Stand der Abfragen: 24. Juli 2014. Hinweis: ¹ Dies sind **Nur-Online-Medien**, alle anderen sind vor allem Printmedien mit einer Online-Präsenz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Reputation Management

Reputation mit System – Anregung für den guten Ruf



Für Unternehmen ist die Pflege des guten Rufs („Corporate Reputation“) eine komplexe Aufgabe. Die damit beauftragten Manager benötigen einen 360-Grad-Blick auf alle Bereiche und Entwicklungen, aber auch einen langen Atem und Beharrlichkeit, um notwendige unternehmensinterne Diskussionen über Chancen und Risiken des guten Rufs anzuregen. Die Website reputationstraining.de bietet Anregungen, worum man sich konkret kümmern muss.

Das Thema ist nicht neu, gewinnt aber zunehmend an Bedeutung. Denn in der global vernetzten Kommunikationsgesellschaft ist die Reputation von Unternehmen heute leichter und schneller gefährdet als früher. Diskrepanzen zwischen Werten, Grundsätzen oder Leistungsversprechen von Unternehmen und tatsächlich gemachten Erfahrungen der Kunden oder anderer Interessengruppen werden schneller bekannt und können die Glaubwürdigkeit und dann auch den Ruf beschädigen.

Lesen Sie den Beitrag von Wolfgang Griepentrog auf dessen Blog [„Glaubwürdigkeitsprinzip.de“](http://Glaubwürdigkeitsprinzip.de) weiter.

Über den Autor: Griepentrog hat viele Jahre als verantwortlicher Kommunikationsmanager auf Industrieseite, in der Unternehmensberatung und im Agenturgeschäft gearbeitet. Bis 2007 leitete er die Konzern-PR eines internationalen Handelskonzerns. Als PR- und Managementberater befasst er sich heute mit strategischen und kulturellen Aspekten erfolgreicher Kommunikation.

Führungskräfte-Image: BMW-Chef Reithofer mit besten Gesamt-Reputation



Norbert Reithofer (Foto), CEO von BMW, ist Spitzenreiter in einer im Juni 2014 bei Wirtschaftsjournalisten durchgeführten Umfrage des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Jürgen Doebelin, Heroldsberg, zur Reputation des Führungspersonals großer Unternehmen. Befragt wurden 80 Wirtschaftsjournalisten von Tages- und Wochenzeitungen, Wirtschaftsmagazinen, Fachzeitschriften, öffentlich-rechtlichen Funk- und Fernsehredaktionen, Online-Medien sowie freie Wirtschaftsjournalisten. Sie gaben im Rahmen der Online-Umfrage per E-Mail Auskunft über Einschätzungen. Reithofer nimmt demnach jeweils einen Spitzenplatz ein bei den Reputations-Indikatoren „Offener Umgang mit den Medien“, „Neue strategische Konzepte“ und „Sympathie“. Die befragten Wirtschaftsjournalisten bestätigen ihm, „den Weg von BMW zum führenden Premiumanbieter mit geebnet“ zu haben. Er stehe für das „Produkt und die Marke“. Vor allem das Thema Mobilität vertrete er „mit ganzer Energie“. Dabei überzeuge er menschlich durch seinen „zurückhaltenden Stil“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 117 „Es geht weniger um das Was, sondern mehr um das Wie“

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



Bewegte Bilder spielen in den Medien eine immer größere Rolle. Für die Repräsentanten und Sprecher von Unternehmen heißt das: Sie müssen immer öfter vor die Kamera – für Statements,

Präsentationen oder Interviews. Dabei überzeugend „rüberzukommen“, ist wichtig, fällt aber manchem schwer. Ein Interview mit Matthias Kirbs (Foto, 50), Stimmtrainer und Sprech-Coach aus Hamburg. Kirbs, früher Redakteur und Nachrichtensprecher bei verschiedenen Sendern in Norddeutschland, arbeitet seit zwölf Jahren als freier Berater für Stimme und Präsenz in Hamburg.

PR-Journal: Herr Kirbs, ab welcher Unternehmensgröße sollten Firmensprecher oder CEOs Sprechtraining nehmen?

Matthias Kirbs: Das lässt sich nicht generell beantworten. Fakt ist, dass es in vielen Großunternehmen, die mehr oder weniger regelmäßig in der Öffentlichkeit stehen, längst üblich ist. Die Kommunikationsabteilungen der Konzerne wissen sehr genau, welche Wirkung ein guter oder schlechter Auftritt vor der Kamera haben kann. Sie können davon ausgehen, dass die meisten Chefs und Sprecher von Dax-Unternehmen auf diesem Gebiet geschult sind. Bei kleineren Unternehmen, die weniger im Fokus stehen, dürfte das jedoch weitaus seltener der Fall sein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Roths Rechts-Rubrik

Das Recht auf Vergessen im Internet

Bislang war es laut höchstrichterlicher Entscheidung in Deutschland unmöglich, Berichte im Internet löschen zu lassen oder Links darauf zu verbieten, wenn diese Berichte nicht mehr aktuell waren, beziehungsweise nicht mehr der Realität entsprachen. Das öffentliche Interesse stand also einem Recht auf Vergessen entgegen. Das Persönlichkeitsrecht des Betroffenen sollte auch dann zurückstehen, wenn die Berichterstattung früher einmal aktuell und damals zulässig war, mittlerweile allerdings (das kann Jahre später sein) kein neuer Anlass mehr gegeben war.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

K:KK = Kocks: Kein Kommentar

Auch daneben: Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR (15)

Und jeden Morgen grüßt der Wulff



Man kann es nicht mehr hören. Christian Wulff, der desertierte Bundespräsident, wünscht eine Rehabilitation. Selbst Frau Illner darf das noch nachnäseln. Er wähnt sich als kühne, gar heldenhafte Provokation des Zeitgeistes und seine demolierte Reputation als Opfer einer übermächtigen Verschwörung von Medien und Justiz. Die Springer-Presse habe ihn fallengelassen und statt seiner den Ossi-Pastor Gauck wählen lassen. Er offenbart dazu despektierliche Details, der gewesene erste Staatsbürger als Nestbeschmutzer: wie klein.

Nicht nur das ZDF, auch der „Spiegel“ ist zu Gefälligkeitsinterviews bereit; von der „Zeit“ unter Giovanni di Lorenzo wissen wir das schon seit Gutenberg. Die „Süddeutsche Zeitung“ suhlt sich in Selbstkritik und der „Stern“-Kolumnist Jörges entdeckt bei sich Gewissen, ein Organ, das bisher gar nicht in der DNA von Journalisten angelegt war. Kein Staatstheater, eine Posse. Ein Perpetuum an Verlogenheit, in der Tat wie in der Reue. Krokodilstränen allenthalben.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Lesehinweise

Mindestlohn: GPRA-Agentur Sympra bietet ab Januar 2015 keine Praktika mehr an

Anregungen und Lob von Kollegen und aus der Branche hat Veit Mathauer (*Foto*), einer von zwei Geschäftsführern der Stuttgarter GPRA-Agentur



Sympra GmbH, für seine Entscheidung erhalten, ab dem 1. Januar 2015 keine Praktika mehr anzubieten. In einem ausführlichen und differenzierten Beitrag für den agentureigenen Blog begründet er, warum der Mindestlohn mit einem Stundensatz von 8,50 Euro für eine Agentur von der Größenordnung Sympras nicht mehr darstellbar sei. Die Agentur hat einen Honorarumsatz von 1,8 Millionen und 17 Mitarbeiter. Mathauer begründet seine Entscheidung nicht zuletzt mit einem Verweis auf die Erfahrungen im Ausland: „Wir halten die Mindestlohnlösung für Praktikanten für katastrophal. Sie sorgt dafür, dass ein für die Branche und ihren Nachwuchs wichtiger Ausbildungs-, Berufsfindungs- und Rekrutierungsweg praktisch wegfallen wird. Dass dem so sein wird, wissen wir von unseren Partneragenturen in Großbritannien, Frankreich und Österreich, wo ebenfalls ein Mindestlohn vorgeschrieben ist und wo es kaum noch Praktikantenplätze gibt.“ Lesen Sie selbst seinen Beitrag auf dem [Sympra-Blog](#).

Lesehinweise compact (1) (29./30. KW-2014)

1. Unter der Überschrift „**Lebenslänglich: Warum die PR-Ausbildung niemals endet**“ bietet „**Pressesprecher**“-Redakteurin **Anne Hünninghaus** einen Einblick in die vielfältigen Wege in die PR und die „Unendlichkeit des Lernbedarfs“. Sie sagt: „Ein fachlich passender akademischer Abschluss mit tollen Noten reicht für den Einstieg ins Berufsleben schon lange nicht mehr aus. Indes scheinen praktische Erfahrungen und diverse „Affinitäten“ (von Social Media bis zur IT) einen immer höheren Stellenwert einzunehmen. Lesen Sie selbst den Essay von Anne Hünninghaus auf [„pressesprecher.de“](#).“

Bildung

DAPR: Neue Arbeitgeber-Formate, erweiterte Grundausbildung



Einmal im Jahr führt die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) einen Qualitäts-Workshop durch, in dem sie ihr Aus- und Weiterbildungsangebot grundlegend auf den Prüfstand stellt. So auch dieses Jahr im Juni, als sich Dozenten, Geschäftsführung und das Präsidium der DAPR im Seminarzentrum in Düsseldorf getroffen hatten. Erste Maßnahmen aus dem dort beschlossenen Katalog hat die DAPR nun umgesetzt. Dabei flossen auch Erkenntnisse aus dem Weiterbilderdialog der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) ein, an dem die DAPR Anfang Juli in Frankfurt teilgenommen hatte.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Aus der Lehre für die Praxis – Vol#5 Social Local Mobile



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 Verwunderung 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 fünften und letzten Beitrag in dieser Serie. Dieses Mal stellt er die Hausarbeit „Social Local Mobile. - Die ‚Mobile Revolution‘ und die Chancen und Herausforderungen für das strategische Kommunikationsmanagement“ von Svenja Reinecke (Foto; © Kai

Schröer/røck-ø-grafie) vor. Dieser sowie die vorherigen Beiträge entstammen dem *Fink & Fuchs News-room*.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Weiterbildung: Journalisten werden Unternehmer

Die Macromedia Hochschule (MHMK) in Hamburg baut das Bildungsangebot im Bereich des digitalen Journalismus aus. Das neue Weiterbildungsprogramm „Innovation & Entrepreneurship in Journalism“ setzt in sechs Seminaren den Schwerpunkt auf innovative journalistische Formate und Geschäftsmodelle. Das Angebot findet in Kooperation mit der Hamburg Media School (HMS) statt. Es zeigt Journalisten und Redakteuren die Möglichkeiten und Grenzen des digitalen Journalismus auf. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen, wie sie für Innovationsprojekte werben, sie anstoßen und dabei auch hemmende Strukturen überwinden. Redaktionsleitern wird vermittelt, ihre Mitarbeiter auf Innovation statt Routine einzustimmen, sie zu coachen und im Sinne eines Change Prozesses zu motivieren und zu führen. Freie Journalisten profitieren von der „Kunst des Pitchens“ gegenüber Investoren und Förderinstitutionen sowie Spielarten vorhandener Finanzierungsmodelle, z.B. das Crowdfunding.

Detaillierte Informationen finden sich auf der [HMS-Website](#).

Aus der Lehre für die Praxis – Vol#4 Social Media Hubs

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 Verwunderung 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 vierten Beitrag in dieser Serie. Dieses Mal stellt er eine Hausarbeit „[Der Social Media Hub als Integrationsplattform](#)“ von Mandy Nieber (Foto) vor. Dieser sowie die vorherigen und folgenden Beiträge entstammen dem [Fink & Fuchs Newsroom](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung compact (4) (29./30. KW-2014)

1. **PR von Grund auf und in zwei Etappen trainieren:** Eine umfassende Einführung in die PR und wichtige Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit vermittelt das **B1 Basistraining PR**, 1. Teil: Einführung und Grundlagen vom 8. bis 12. September. Das Instrumentarium und spezielle Anwendungsfelder der PR erarbeiten und vertiefen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer im **B2 Basistraining PR**, 2. Teil vom 13. bis 17. Oktober. Veranstalter dieser praxisorientierten PR-Grundausbildung in zwei Teilen ist die **AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Veranstaltungsorte sind Frankfurt am Main und Oberursel (bei Frankfurt/Main). Weitere Informationen direkt auf der [AFK-Website](#).
2. Die **SRH FernHochschule Riedlingen** bietet ab dem kommenden Semester erstmalig auch einen **Master-Studiengang Medien- und Kommunikationsmanagement (M.A.)** an. Wie für alle anderen Master-Studiengänge ist auch hier noch eine Bewerbung möglich, da die Anmeldefrist bis zum **31. August** verlängert wurde. Für die Bachelor-Studiengänge gibt es keine festen Einschreibungstermine. Studieninteressierte haben die Möglichkeit, sich werktags von 8:00 bis 17:00 Uhr unter der Telefonnummer 07371 / 93 15-0 ausführlich beraten zu lassen.
3. **BBDO Germany**, Düsseldorf, startet ein für die deutsche Werbe- und Kommunikationsbranche **neuartiges Trainee-Programm: die BBDO Masterclass**. Nachwuchskräfte sollen innerhalb des BBDO-Netzwerks individuell sowie medien- und kategorienübergreifend geschult werden. Das Ausbildungsprogramm ist auf ein- einhalb Jahre angelegt. Die erste Masterclass wird im Januar 2015 starten und richtet sich an Absolventen von Hochschulen und Fachhochschulen. Die Bewerbungsphase beginnt am 1.

August. Weitere Informationen direkt auf der [BBDO-Website](#).

4. **Alisa Gaiser, Michaela Streicher, Catharina Vögele, Katrin Bohnenberger und Anita Neubauer**, allesamt die Jahrgangsbesten der kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge an der Universität Hohenheim, wurden für ihre herausragenden Leistungen ausgezeichnet. Sie erhielten von der Stuttgarter PR-Agentur Communication Consultants (CC) den gleichnamigen Award und ein Preisgeld, das die Agentur sponserte. CC pflegt seit Jahren enge Beziehungen zur Universität Hohenheim und schafft in Lehrveranstaltungen im Bereich Online-Kommunikation und in Workshops zu Schreibkompetenz in der PR die Verbindung zwischen Theorie und Praxis.

Studien

Befragung von PR-Profis und Journalisten: Glaubwürdigkeit als größte Herausforderung

Glaubwürdigkeit und Reputation stellen in diesem Jahr für Kommunikationsprofis und Journalisten die größten Herausforderungen dar. Außerdem stehen mobile Kommunikation, Content Marketing und Social Media im Mittelpunkt. Für Journalisten ist auch das Erwirtschaften von mehr Digitalerlösen eine der wichtigsten Aufgaben. Das ergab der Social Media Trendmonitor der dpa-Tochter news aktuell und der Agentur Faktenkontor, beide Hamburg. Gut 1.000 Beschäftigte aus Pressestellen, PR-Agenturen und Redaktionen haben sich im Zeitraum vom 7. März bis zum 15. April an der Umfrage beteiligt. Teilergebnisse sind zuvor schon veröffentlicht worden, hier folgt eine Gesamtdarstellung der erhobenen Befragungserkenntnisse.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Berufsanfänger sehen gute Karrierechancen



In Deutschland sind Berufsanfänger mit akademischem Hintergrund im Hinblick auf ihre Jobchancen äußerst positiv eingestellt. Fast zwei Drittel sehen für sich gute Aussichten auf dem Arbeitsmarkt.

Das fand die Online-Jobbörse StepStone, Düsseldorf, in einer gemeinsamen Studie mit dem Marktforschungsinstitut TNS Infratest heraus. Wie können Unternehmen eine hohe Motivation der Berufsanfänger unterstützen und erhalten? Dies gelingt vor allem mit spannenden Arbeitsinhalten und einer guten Atmosphäre im Team, so das Ergebnis einer früheren StepStone-Umfrage. Ein attraktives Gehalt allein bindet dagegen nur eine Minderheit der Fachkräfte an ihren Arbeitgeber. (Foto: Sebastian Dettmers, Geschäftsführer von StepStone Deutschland.)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Erhöhte Konvergenz von Marketing und Unternehmenskommunikation?



Weltweit soll ein leiser, aber schnell voranschreitender Wandel in Unternehmen spürbar sein, der sich durch alle Branchen hindurch zieht: die Konvergenz von Marketing und Unternehmenskommunikation. Dieser Trend

werde getrieben von dramatischen Verschiebungen im Bereich der digitalen Medien sowie von der starken Beziehung zwischen Marken- und Unternehmensreputation. Weber Shandwick, eine der international führenden Kommunikationsagenturen, will das zumindest aus ihrer neuen Studie „Convergence Ahead The Integration of Communications and Marketing“ ablesen. Die qualitative Studie hat einen Zuwachs um 35 Prozent von leitenden Kommunikationsverantwortlichen ermittelt, die auch für das Marketing Verantwortung haben. Allerdings muss die Studie richtig eingeordnet werden, denn

sie beruht nur auf zehn Tiefeninterviews per Telefon. Befragt wurden führende Kommunikations- und Marketingbeauftragten (CCMOs oder CMCOs) aus den Vereinigten Staaten, Europa und der Asia-Pacific-Region, die selbst für die Zusammenführung und Verknüpfung der Kommunikations- und Marketingrollen innerhalb ihrer Organisationen zuständig sind.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Je näher an der Unternehmensführung, desto besser die Noten für PR-Profis



Je enger die Abstimmung, desto positiver die Bewertung. Oder, negativ ausgedrückt: je unabhängiger und selbständiger der Arbeitsstil, desto schlechter die Bewertung. Etwas verkürzt lassen sich so die Ergebnisse der Studie „Exzellenz in der Unternehmenskommunikation 2014“ zusammenfassen. Durchgeführt wurde die Studie von der Hamburger Agentur Faktenkontor gemeinsam mit Lothar Rolke (Foto), Professor für BWL und Unternehmenskommunikation an der Fachhochschule Mainz. 288 Fach- und Führungskräfte aus Pressestellen deutscher Unternehmen wurden befragt. Sie wurden danach unterschieden, ob sie in der Kommunikation Top- oder nur Durchschnittsqualität erreichen. Eine gute Bewertung kam zustande, wenn sich PR-Profis eng an die Unternehmensführung halten. So leiten 48 Prozent der Topkommunikatoren PR-Maßnahmen direkt aus der Unternehmensstrategie ab und unterstützen damit sichtbar den Unternehmenserfolg. Bei den PR-Durchschnittsprofis sind es lediglich 30 Prozent, die sich an den Unternehmenszielen orientieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Mit dem „PR Journal“ zum 6. Sommer Symposium nach Düsseldorf



Am 20. September findet in Düsseldorf das 6. Sommer-Symposium des PR

Career Centers statt. Beim diesjährigen Karriere-kongress geht es um die Veränderungen in der Branche und deren Auswirkungen auf die „Karriere in Zeiten des Wandels“. Das „PR Journal“ ist Medienpartner und davon profitieren Sie als Leser: Zusammen mit dem PR Career Center verlosen wir zwei Freikarten zum Kongress inklusive Einzel-coaching.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Termine compact (3) (29./30. KW-2014)

1. Am 1. und 2. August findet bereits zum 11. Mal die Sommer-Akademie der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing e. V. (BAW) in München statt. Das Programm bietet im Rahmen von Kompaktkursen und Vorträgen ein breitegefächertes Spektrum von Themen, wie klassisches Marketing, Online- und Social Media-Marketing und Suchmaschinenoptimierung an. Anmeldung und detaillierte Infos zur BAW Sommer-Akademie 2014 finden sich auf der [BAW-Website](#). Die Teilnahme kostet für einen Tag 120, für beide Tage 210 Euro.
2. Am 10. und 11. September veranstaltet die Deutsche Presseakademie in Berlin (depak) die „Play“, eine Strategiekonferenz für Bewegtbild-kommunikation. Im Mittelpunkt steht die folgende Frage: Wie können Unternehmen, NGOs und Verbände Videos nutzen, um ihre Außendarstellung zu verbessern oder Mitarbeiter zu gewinnen? Die zweite Auflage der Play Konferenz geht dieser Problematik nach und erklärt alles zum Thema Bewegtbild. Wer sich bis zum 1. August auf der [Website zur Konferenz](#) anmeldet, profitiert von einem Frühbucherpreis.
3. Nach dem Jubiläum ist vor der Fortsetzung im kommenden Jahr: Das Deutsche CSR-Forum, Stuttgart, das in diesem Jahr sein zehnjähriges

Bestehen gefeiert hat, startet in seine zweite Dekade. Schon jetzt bietet das CSR-Forum daher Tickets mit einem 30-prozentigen Frühbucher-rabatt für das 11. CSR-Forum am 20. und 21. April 2015 in Ludwigsburg bei Stuttgart an. Noch bis zum 31. Juli gilt das Angebot. Anmelden können sich Interessenten direkt auf der [Website für das CSR-Forum](#).

Literatur

Buchtipps für den Sommer: Poetry-Slammerin Julia Engelmann mit „Eines Tages, Baby“



Titel: Eines Tages, Baby; Autorin: Julia Engelmann; Verlag: Wilhelm Goldmann Verlag, München 2014; Umfang: 96 Seiten; Preis: 7,00 Euro; ISBN 97834424823-0. Originalausgabe

Jung ist sie. Und schlau. Und hübsch. Und charmant. Vor allem aber ist sie eines: eine Überraschung. Für ihre Generation, noch mehr für alle anderen. Wie schafft man es, 2013/14 die Massen mit Poesie zu begeistern? Über Nacht zum Hype zu werden? Und wie schafft man es, mit diesem Hype umzugehen? Julia Engelmann schafft all dies durch wahrhaftige Poesie, also durch nackte Gefühle eingehüllt in ruppiger Ehrlichkeit, seidenfeiner Selbstironie und virtuos-coolen Worttänzen. Mit Gedichten wie „Stille Wasser sind attraktiv“ oder „Bestandsaufnahme in 3 Teilen“ appelliert sie an das Glückliche, Anderssein, Selbstsein. An das Unbedingt statt nur Vielleicht. An das Hier und Jetzt statt Gestern und Morgen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 11 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (47)

Volontariat/Trainee

Die 10 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- *PR Manager (m/w)*
- *markenzeichen Frankfurt sucht Junior-Berater(in)*
- *PR-Berater / Projektleiter (oder Juniorberater/Projektmanager) w/m, München*
- *PR-Berater (m/w) Healthcare in Vollzeit für Eltville oder Köln gesucht*
- *Junior-PR-Berater(in), Hannover*
- *Leitung Kommunikation (m/w), Berlin*
- *(Junior) PR-Berater (m/w) für Fashion/Lifestyle/Beauty in Hamburg & München*
- *1. Fußball-Bundesliga: Partner/in für Sponsor-Betreuung gesucht*
- *PR-Berater/in (Teilzeit), Willich/Niederrhein*
- *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*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*
- *Berater Consumer-PR (m/w) ab sofort in München*

Medien

- *Verantwortlichen Redakteur (m/w), Köln*

Unternehmen

- *PR Manager (m/w), Berlin*
- *Referent (w/m) Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation, Neckarwestheim*
- *Specialist (m/f) Corporate Communications Europe, Köln*
- *Projektassistentin/Projektassistent im Bereich Kommunikation, Braunschweig*
- *Spezialist Kommunikation (m/w) im Bereich Marketing/Vertrieb, Hallbergmoos bei München*
- *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, 28. Juli 2014 um 19:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.545 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: "Social-Media"; Mathias 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), Salzbürg (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; 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](#)