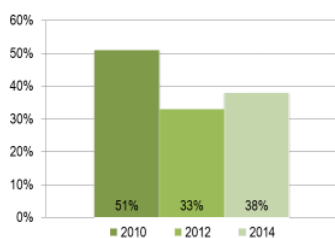


PR-Journal Newsletter

Nr. 445 / 43. KW 2014

Seite 1

Change-Kommunikation verliert an Bedeutung



Umstrukturierungen in Unternehmen im Kasernenhofton zu verkünden und durchzupeitschen – das ist out, doch diese Art der „Kom-

munikation“ gibt es immer noch. Die Mutaree GmbH, ein auf Veränderungsmanagement spezialisiertes Beratungsunternehmen in Eltville-Erbach, hat aktuell nach 2010 und 2012 zum dritten Mal untersucht, wie Veränderungen in Unternehmen tatsächlich gemanagt und kommuniziert werden. Die Ergebnisse sind ernüchternd. (Beachten Sie dazu bitte auch das [Interview mit Claudia Schmidt, Geschäftsführerin der Mutaree GmbH im „PR-Journal“](#).) Die **Change-Fitness-Studie 2014** hat ergeben, dass nur 38 Prozent der Unternehmen regelmäßig mit den Prozess-Beteiligten kommunizieren (siehe Grafik). 2010 waren es laut Vergleichsstudie noch rund die Hälfte, 2012 gar nur ein Drittel. Außerdem fällt im Vergleich der Change-Fitness-Studien der letzten vier Jahre auf, dass Unternehmen laufend weniger in ihre Change-Kommunikation investieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Schalberger wird neuer Kommunikationschef bei Toyota

Thomas Schalberger (50) wird ab dem 1. November neuer Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Toyota Deutschland GmbH in Köln. Er tritt die

Nachfolge von Andy Fuchs (47) an, der im August des vergangenen Jahres interimweise die Kommunikationsleitung von Jürgen Stolze übernahm ([wir berichteten](#)). Stolze hatte seinerzeit nach sechs Jahren als General Manager für Presse- und Public Relations das Unternehmen sehr plötzlich verlassen. Mit der Verpflichtung von Schalberger kann Fuchs nun wieder in seine vorherige Aufgabe als Leiter der Toyota Konzernrepräsentanz in Berlin zurückkehren. Schalberger kommt von der Peugeot Deutschland GmbH in Köln, wo er als Direktor für Marketing und Kommunikation verantwortlich zeichnet. In seiner neuen Funktion – offiziell General Manager Public Relations & Press – berichtet er direkt an Tom Fux, den Präsidenten der Toyota Deutschland GmbH. (Quelle: „Motorvision“)

Personalien

Personalien compact - Sonstige (5) (43. KW-2014)

1. **Catherine Duttweiler** wird zum 1. Dezember Nachfolgerin von **Ulrich Sieber** als Kommunikationschefin beim schweizerischen Bundesamt für Statistik (BFS) in Neuenburg. Vorgänger Sieber geht in den Ruhestand. Duttweiler rückt mit Übernahme der neuen Aufgabe in die Geschäftsleitung auf. So ist sie nicht nur für die Kommunikation sondern auch für strategische Aspekte der künftigen Ausrichtung verantwortlich. Duttweiler ist seit 25 Jahren in Journalismus und Kommunikation tätig. Zuletzt arbeitete sie als selbständige Kommunikationsberaterin.
2. **Georg Schmitt** (36) wechselt von Ketchum Pleon zum Weltwirtschaftsforum in Genf, wo er als Associate Director Communications eingesetzt wird. Seine Aufgabe: Er betreut dort die deutschen Medien, die im Forum engagierten Unternehmen und verantwortet die Kommunikation der Young Global Leaders, Technology Pioneers und anderer Forum-Communities. Er berichtet an **Fon Mathuros Chantanyingyong**, Senior Director Communications.
3. **Jeannette Gusko** (30) ist seit dem 16. Oktober als Nachfolgerin von **Sergius Seeborn** neue

Inhaltsverzeichnis

Und hier der 445. PR-Journal-Newsletter mit 40 Kompaktmeldungen, die Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken finden.

1. *Change-Kommunikation verliert an Bedeutung*
2. *Schalberger wird neuer Kommunikationschef bei Toyota*
3. *Personalien compact - Sonstige (5) (43. KW-2014)*
4. *Personalien compact - Unternehmen (8) (43. KW-2014)*
5. *Personalien compact - Agenturen (3) (43. KW-2014)*
6. *Matratzen aus dem Automaten: fischerAppelt begleitet Markteinführung für matratzen direct*
7. *Vergleichsportal jobboersencheck.de vergibt Pressearbeit an Stammplatz Kommunikation*
8. *Etats compact (6) (43. KW-2014)*
9. *Herbstmonitor 2014: GWA Agenturen betrachten die Geschäftsentwicklung für 2015 optimistisch*
10. *Agenturnetzwerk Novum Worldwide gegründet – Big Bang & Whisper aus Berlin neues Mitglied*
11. *Agenturen compact (4) (43. KW-2014)*
12. *Transparenz schaffen, Akzeptanz fördern, Konsequenzen aufzeigen*
13. *Cision übernimmt nach Vocus jetzt auch britische Gorkana Group*
14. *Branche compact (5) (43. KW-2014)*
15. *PR-Fachmedien im 3. Quartal konstant*
16. *PwC-Studie zur Medienbranche: Digitalisierung als Wachstumsmotor – Print als Verlustbringer*
17. *Medien compact (1) (43. KW-2014)*
18. *Studie: Alnatura löst Coca-Cola als beliebteste Lebensmittelmarke der Deutschen ab*
19. *Neun Stiftungen nominiert für Kommunikationspreis „Kompass“*
20. *Science Investments in den USA: Risikokapital kehrt zurück*
21. *„Ich finde mich so schrecklich geil!“*
22. *Gericht: Viel Streit, viel Ehr – die Sacher-Torte*
23. *Lesehinweise compact (1) (43. KW-2014)*
24. *Bildung compact (4) (43. KW-2014)*
25. *Kölner PR Lounge lädt ein: Podiumsdiskussion, Media Lecture und Glühweintreff*
26. *Termine compact (1) (43. KW-2014)*
27. *Tipps compact (2) (43. KW-2014)*
28. *Exzellenz als Haltung*
29. *Standardwerk „Kommunikationsmanagement“ präsentiert 100. Ergänzungslieferung*
30. *Wie kommuniziert man eigentlich erfolgreich?*
31. *Jobbörse*
32. *Impressum*

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site
Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PRJ



DAS ENTSCHEIDENDE WISSEN

Kommunikationschefin bei der Petitionsplattform Change.org Deutschland in Berlin. Gusko, die zuvor schon seit 2012 für Change.org als Senior Campaignerin tätig war, ist zuständig für die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Sie berichtet an **Gregor Hackmack**, der Campaigns Director ist. Vor ihrem Wechsel zur Petitionsplattform arbeitete sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Ostfalia Hochschule.

4. **Vera Grossmann** ist seit Anfang Oktober neue PR-Chefin des Netzwerks InterNations, München. Die Organisation gilt mit 1,4 Millionen Mitgliedern in knapp 400 Städten weltweit als größte Organisation für Personen, die im Ausland leben und arbeiten. Die schweizerisch-amerikanische Doppelbürgerin Grossmann hat in ihrer neuen Position vor allem die Aufgabe, die Pressearbeit in 180 Ländern zu koordinieren. Sie wurde Nachfolgerin von **Ana Chumroo** und berichtet direkt an die beiden Geschäftsführer **Malte Zeeck** und **Philipp von Plato**. Grossmann kommt von der Agentur Edelman, wo sie zuletzt als Beraterin tätig war.
5. **Henning Zanetti** (37) ist seit September neuer Pressesprecher des Technischen Hilfswerks (THW) in Bonn und somit Angehöriger des THW-Leitungsstabs. Er berichtet an das THW-Präsidium. Gleichzeitig zeichnet er als Referent verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit der THW-Leitung. In dieser Funktion ist er **Katrin Klüber** zugeordnet, die den Stab Öffentlichkeitsarbeit leitet. Zanetti kommt von der Bremer Polizei, wo er seit 2010 Leiter des Präsidialstabs Presse- und Öffentlichkeitsarbeit war. Vorher war er sechs Jahre beim DRK in Göttingen beschäftigt.

Personalien compact - Unternehmen (8) (43. KW-2014)

1. **Christian Gerhardus** (45), zuletzt seit 2003 Pressechef bei Hochtief, wird ab dem 1. Januar die Verantwortung für Unternehmenskommunikation, Investor Relations und Marketing beim Verkehrstechnologiekonzern Vossloh AG in Werdohl übernehmen. Die Stelle wird neu eingerichtet. Gerhardus wird direkt an den Vorstand berichten.
2. **Michael Fischer** (36) wurde zum 1. Oktober beim Münchner Carsharing-Unternehmen DriveNow vom Pressesprecher zum Leiter der internationalen Unternehmenskommunikation befördert. In der neu geschaffenen Position berichtet er an den Geschäftsführer **Andreas Schaaf**. Zuvor war Fischer seit 2011 Pressesprecher von DriveNow. Seine Nachfolgerin in dieser Funktion ist **Aurika von Nauman**. Zuvor war von Nauman seit 2011 PR Consultant bei Bite Communications.
3. **Lena Raditsch** (47) leitet seit dem 1. Oktober die Unternehmenskommunikation der Roche Diagnostics GmbH. Raditsch, die auch Mitglied des Managementteams wurde, verantwortet damit alle Kommunikationsaktivitäten des Unternehmens an den Standorten Mannheim und Penzberg. Auf dem Gesundheitssektor ist sie in verschiedenen Funktionen in der Kommunikation auf Unternehmensseite und in Forschungsinstitutionen tätig gewesen, zuletzt als Kommunikationsleiterin des European Molecular Biology Laboratory (EMBL). Bei Roche berichtet sie an **Ursula Redeker**, Sprecherin der Geschäftsführung der Roche Diagnostics GmbH.
4. **Tobias Kruse** (34) steigt auf und übernimmt ab dem 1. November die gesamte Kommunikation für die Lush GmbH, Meßstetten, in Deutschland, Österreich und Tschechien. Bisher betreute er bei dem Kosmetikunternehmen den Online- und Marken-Bereich für Deutschland. Vor seinem Wechsel zu Lush im Jahr 2013 war Kruse vier Jahre auf Agenturseite tätig. In seiner neuen Verantwortung berichtet er an **Karen Huxley**, Leiterin der Unternehmenskommunikation für ganz Europa.
5. **Reto Kormann** (48), seit 31 Jahren in unterschiedlichen Funktionen bei den Schweizerischen Bundesbahnen (SBB), wird neuer Leiter Unternehmenskommunikation und Medien-sprecher der PostFinance AG in Bern. Wann er

KOMM-PASSION

seine neue Stelle antritt, ist noch nicht endgültig geklärt. Kormann war bei den SBB unter anderem als stellvertretender Leiter Kommunikation der Division Infrastruktur, als Konzernsprecher und zuletzt als Leiter Crossmedia tätig. Dazwischen arbeitete er eineinhalb Jahre als Kommunikationsberater im Eidgenössischen Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK).

6. **Dirk Hensen** (42) ist seit dem 20. Oktober neuer Head of Communications & Public Affairs bei den Goodgame Studios in Hamburg. Hauptaufgabe Hensens wird es sein, die Unternehmenskommunikation strategisch und inhaltlich so auszurichten, dass die Medienpräsenz der Goodgame Studios ausgebaut wird. Zuletzt war Hensen seit 2012 bei Twitter Deutschland tätig und verantwortete dort die Unternehmenskommunikation und Public Affairs Aktivitäten. Vor seinem Wechsel zu Twitter leitete er unter anderem die Unternehmenskommunikation von PayPal und Yahoo in Deutschland.
7. **Sofie Dittmer** (29) ist seit dem 15. Oktober PR Managerin der Firmengruppe Travanto Travel in Hamburg. Bei dem E-Commerce-Unternehmen, das sich auf das Angebot von Onlineportalen zur Vermietung von Ferienunterkünften spezialisiert hat, übernimmt sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Sie berichtet in dieser Funktion an die Geschäftsführer **Göran Holst** und **Stefan Mantwill**. Dittmer arbeitete zuvor bei Hamburgs größtem Pflegedienstleister Pflegen & Wohnen, wo sie für Pressearbeit und Marketing zuständig war.
8. **Jessica Heinz** übernahm als B-to-B-Spezialistin beim Offenbacher Logistikautomatisierer

und Systemintegrator Dematic Anfang Oktober die Aufgaben Messebetreuung, Public Relations, Werbung, Verkaufsförderung und Online-Marketing. Zuvor leitete sie unter anderem die internationale Marketing-Kommunikation bei der Sto AG und das Marketing bei der Doubrava GmbH. Auch Agenturerfahrung bringt Heinz in ihre neue Stelle ein.

Personalien compact - Agenturen (3) (43. KW-2014)

1. **Angelika Frost** ist neue Mitarbeiterin der Agentur Vierpartner. Als Senior Beraterin ist sie verantwortlich für die Themen Interne Kommunikation und Leitbildentwicklung. Frost kommt von der PR-Agentur crossrelations, in der sie im Jahr 2000 als Junior Beraterin begann und 2007 in die erweiterte Geschäftsführung berufen wurde. Vierpartner ist eine Beratung für strategische Kommunikation und Marketing in Düsseldorf.
2. **Johanna Protschka** ist seit August neue Mitarbeiterin im Team der Kölner MedizinMarketingService-Agentur eickhoff kommunikation. Ihre journalistische Ausbildung hat sie in der gesundheitspolitischen Redaktion des „Deutschen Ärzteblatts“ absolviert. Ihre Schwerpunkte zum Einstieg bei eickhoff kommunikation liegen in den Bereichen Text, Lektorat und klassische Pressearbeit sowie Social Media und Unternehmenskommunikation. Etwas befremdlich: In der Überschrift zur Pressemitteilung wird sie als „neue Nutzbringerin“ bezeichnet.
3. **Oliver Jeschonnek** (38) ist neuer Gesellschafter und Geschäftsführer der fbtk Consulting GmbH, einem Beratungsunternehmen für Marketing-, Kommunikations- und Vertriebsaktivitäten mit Sitzen in Berlin und Frankfurt am Main. Weitere Geschäftsführer sind **Peter Massine**, **David Scheffer** und **Thomas Bone-Winkel**. Jeschonnek war zuvor unter anderem als Managing Partner bei der GroupM / MEC Germany sowie als Director und Gründer der Digital- und Social Media Unit „Net Intelligenz“ bei MSL Germany / Publicis Groupe tätig. – fbtk steht übrigens für „from belief to knowledge“.

A&B One

Etats

Matratzen aus dem Automaten: fischerAppelt begleitet Markteinführung für matratzen direct



fischerAppelt macht's möglich: Matratzen aus dem Automaten. Mit dem „MatratzOmat“, dem weltweit ersten Matratzenautomaten, sorgte fischerAppelt für eine ungewöhnliche Markteinführung des Unternehmens matratzen direct AG, Köln. Zehn Wochen lang tourte der „MatratzOmat“ durch Deutschlands größte Städte. Er versorgte knapp 4.000 Kunden mit Matratzen und landete auf Platz 1 der skurrilsten Automaten der Welt der Kabel1-Sendung „Abenteuer Leben“. Michael Piperidis, Leiter Marketing bei der matratzen direct AG, sagte: „Die Roadshow war ein voller Erfolg – das Medienecho war groß, vor allem aber kam unser MatratzOmat bei den Kunden sehr gut an.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Vergleichsportal jobboersencheck.de vergibt Pressearbeit an Stammplatz Kommunikation



Was hrs.com für Hotelgäste, ist jobboersencheck.de für Arbeitgeber. Das erste Vergleichsportal für Online-Jobbörsen in Deutschland ist seit Mitte Oktober auf dem Markt und setzt in der

Pressearbeit auf die Kölner PR-Agentur Stammplatz Kommunikation. Auftraggeber ist die Profilo Rating-Agentur GmbH mit Sitz in Bargteheide. Oberstes Ziel für die Agentur: Erhöhung der Bekanntheit von jobboersencheck.de. Zum Launch startet das neue Portal mit mehr als 2.800 Unternehmensbewertungen und sorgt so für mehr Transparenz in einem unübersichtlichen Markt mit mehr als 800 verschiedenen Anbietern. Mit Stammplatz holen sich die Macher nun branchenkundiges Know-how an ihre Seite, denn Stammplatz-Gründer Sascha Theisen (Foto) arbeitete von 2007 bis 2013 als Pressesprecher und Marketing Leiter für StepStone. Zudem verhalf die Agentur bereits anderen Akteuren der Branche wie Absolvanta, Indeed oder stellenanzeigen.de zu mehr Bekanntheit.

Etats compact (6) (43. KW-2014)

1. Merck KGaA, Darmstadt
was: Internationale Mitarbeiterkampagne:
Proud to be an Original
an: **Fork Unstable Media GmbH** –
Tochterunter der fischerAppelt AG, Hamburg
2. Britax Römer Kindersicherheit GmbH, Ulm
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Social Media
an: **F&H Porter Novelli***, München
* = irrtümlicherweise hatten wir am 10. Oktober 2014 vermeldet, dass dieser Etat an Fleihman Hillard gegangen sei. Wir bitten um Entschuldigung für diesen Fehler.
3. Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), Berlin
was: Rahmenvertrag für Veranstaltungs- und Konferenzmanagement für vier Jahre
an: **meder.agentur für veranstaltungen und kommunikation GmbH**, Berlin



4. Uvex Sport Group GmbH & Co. KG, Fürth
was: kommunikative Betreuung im Reitsport
an: **Style Equipe UG**, München
5. Unternehmensverbund der Baumaschinenindustrie Wirtgen Group, Windhagen bei Bonn
was: Relaunch des internationalen Online-Auftritts mit fünf Markenwebsites und 50 Länderseiten
an: **Internetagentur kernpunkt GmbH**, Köln
6. Privatkundenbank ING-DiBa, Frankfurt am Main
was: Crossmediales Mitarbeitermagazin "Du"
an: **Corporate Publisher corps**, Düsseldorf

Agenturen

Herbstmonitor 2014: GWA Agenturen betrachten die Geschäftsentwicklung für 2015 optimistisch

Die Mitgliedsagenturen des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen (GWA), Frankfurt am Main, blicken optimistisch auf die Geschäftsentwicklung. Für das kommende Jahr prognostizieren 76 Prozent der Teilnehmer am Herbstmonitor des GWA eine Umsatzsteigerung (siehe Grafik) und geben diese durchschnittlich mit 8,1 Prozent an. Im laufenden Geschäftsjahr konnten 58 Prozent der Befragten einen Umsatzzuwachs verzeichnen, lediglich bei 25

Prozent verringerte sich der Umsatz. Im Durchschnitt beträgt das Umsatzwachstum 2014 fünf Prozent. Vor allem die größeren Agenturen scheinen zuzulegen. Die Umsatzzuwächse bewegen sich bei zehn Prozent der Agenturen in einem Bereich von drei bis sechs Millionen Euro. Von 106 Inhabern und Geschäftsführern, die befragt wurden, beteiligten sich 74 an der Erhebung.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Agenturnetzwerk Novum Worlwide gegründet – Big Bang & Whisper aus Berlin neues Mitglied

Ein weiteres Netzwerk von Kommunikationsagenturen hat sich gegründet: Novum Worldwide, so der Name, vereint ausgewählte Kommunikationsagenturen unter einem Dach, die ihren Kunden den Zugang zu Kommunikationsexperten auf der ganzen Welt anbieten wollen. Neuesten Mitglied aus Deutschland ist die Berliner Agentur Big Bang & Whisper. Novum Worldwide arbeitet mit kleinen, erfahrenen Partnern, die für Qualität und hervorragende Resultate stehen. Die Idee stammt von der niederländischen Kommunikationsagentur Glasnost. Das neue Netzwerk umfasst die Adria-Region, Australien, Österreich, Belgien, Frankreich, Deutschland-Luxemburg, die Niederlande, den Persischen Golf, Süd-Afrika, Süd-Ost-Asien, Spanien, die Schweiz und Großbritannien. Kunden können entscheiden, ob sie direkt mit Partner-Agenturen arbeiten wollen oder eine Lead-Agentur als Hauptauftragnehmer auswählen wollen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Agenturen compact (4) (43. KW-2014)

1. Die **Storymaker GmbH** mit Hauptsitz in Tübingen ist seit September 2014 mit einer **Repräsentanz in Berlin** vertreten. **Anne Tritschler**, die seit April 2011 für das Pekinger Büro von Storymaker und dort zuletzt als Senior Account Manager arbeitete, vertritt die Agentur in Berlin. Bereits 2013 wurde ein Büro in München eröffnet. Im Fokus des Berlin-Engagements

Die nächste
Budgetrunde
kommt
bestimmt.

Mehr Effizienz
mit Lautenbach Sass.

Telefon + 49 69 257 82 65 - 0
www.lautenbachsass.de

stehen die Nähe zu deutscher und internationaler Politik, zu Medien und Journalisten, Verbänden, Messen sowie zur digitalen Start-up- und Unternehmensszene, aber auch bereits bestehenden Storymaker-Kunden in der Hauptstadt.

2. „Ab in den Süden“ heißt es jetzt für **Alpha & Omega PR**, Hauptsitz in Bergisch-Gladbach. Zum 1. November eröffnet die PR-Agentur für Hightech und IT ein Büro in der bayerischen Landeshauptstadt **München**. Die Leitung übernimmt **Hans-Jürgen Wieneke**, ein erfahrener PR und Marketing-Experte, der zuvor in Diensten der Agenturen AxiCom und Unid stand. Mit der räumlichen Expansion wird auch das Portfolio erweitert. Dank der Verstärkung im Süden der Republik bietet Alpha & Omega PR seinen Kunden jetzt auch SEO- und Onlinemarketing-Dienste.
3. Aus einer One-Man-Show zu einer Agentur mit 20 Mitarbeitern, die in den drei europäischen Märkten Deutschland, Dänemark und Schweden tätig ist – das ist die **Geschichte der Hamburger Agentur Ehrenberg Kommunikation**, die in diesen Tagen ihren **20. Geburtstag** feiert. Die Agentur hat sich spezialisiert auf die Bereiche Tourismus, Transport und Lifestyle. Heute reicht der Kundenkreis von Grönland bis nach Kroatien und die Angebotspalette von klassischer Reise-PR über Multi-Channel-Kampagnen bis hin zur Unternehmens- und

politischen Kommunikation. Weitere Informationen auf der [Ehrenberg-Website](#).

- Die beiden inhabergeführten Wiener Agenturen **Public Relations Atelier** und **August Digital** haben eine **strategische Partnerschaft** vereinbart. Gemeinsam wollen sie „**Do-it-Yourself-Workshops**“ anbieten. Im Fokus soll Storytelling stehen – off- und online. Das Besondere des Angebots: Sowohl Atelier-Inhaberin Eva Nahrgang als auch August-Digital-Gründerin Viktoria Egger wollen sich für die Kunden viel Zeit nehmen und sie individuell schulen. Die Bandbreite soll von der gemeinsamen Erstellung von PR-Konzepten und der Planung von Pressearbeit bis hin zu Online-Marketing und Blogger-Relations reichen.

Branche

Transparenz schaffen, Akzeptanz fördern, Konsequenzen aufzeigen

Mutaree-Geschäftsführerin Schmidt zu den wichtigsten Faktoren der Change-Kommunikation



Jeder durchschnittlich begabte Unternehmensführer weiß, dass er Umstrukturierungen und Veränderungen in seinem Unternehmen nachhaltig kommunizieren sollte. Anders wird es nicht gelingen, die Belegschaft aktiv in Umstrukturierungsprozesse einzubinden und die aktive Duldung oder gar Unterstützung zu gewinnen. Doch obwohl es beinahe eine Binsenweisheit ist, proaktiv zu kommunizieren und die unterschiedlichen Stakeholder – innen wie außen – einzubeziehen, gelingt es scheinbar nur einer Minderheit von Unternehmen so zu verfahren. Das „PR-Journal“ befragte dazu Claudia Schmidt (Foto), die Geschäftsführerin der Mutaree GmbH, die aktuell zum dritten Mal nach 2010 und 2012 die Change-Fitness-Studie der Öffentlichkeit ([siehe dazu den Bericht im „PR-Journal“](#)) präsentiert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Shitstorm: zu sexy für Halloween

Es geht um die richtige Halloween-Figur im aktuellen Subway-Film. Schlank und sexy will "frau" aussehen. Das Video entfesselt einen Sexismus-Shitstorm.

Subway nimmt ihn kurz von Youtube herunter - stellt ihn dann wieder online. Harakiri zum Gruselfest? Mitnichten.

[Lesen Sie hier hier](#), warum sich die Subway-Kommunikatoren wahrscheinlich zu Recht nicht vor dem Shitstorm fürchten.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Cision übernimmt nach Vocus jetzt auch britische Gorkana Group



Cision, einer der führenden Anbieter von PR- und Social-Software und -Dienstleistungen, verbreitert seine Angebotspalette erneut. Wenige Tage nach Bekanntgabe der Fusion mit Vocus und der Übernahme von Visible Technologies folgte jetzt eine weitere Akquisition: Cision erwarb die Gorkana Group Limited. Dabei handelt es sich um einen Dienstleister aus Großbritannien für Mediendaten, Medienbeobachtung und Medienanalyse. Gorkana soll Cisions Produktpalette für PR-Profis und zugleich die vorhandenen Angebote für Journalisten aus aller Welt vertiefen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (5) (43. KW-2014)

- Der **Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW)** e.V., Düsseldorf, lädt ein zur Teilnahme am **Deutschen Digital Award**. Der

neue Preis, der den DMMA OnlineStar ablöst, zeichnet kreative Spitzenleistungen der Digitalbranche aus. Eingereicht werden können Arbeiten aus der Region DACH, die dort 2013 und 2014 erstmals veröffentlicht wurden. Teilnahmeberechtigt sind sowohl Werbe-, Design-, Internet-, und Kommunikationsagenturen als auch Werbungtreibende und Freiberufler. Die Einreichung der Beiträge ist bis zum **28. November** über die [Website zum Deutschen Digital Award](#) möglich.

2. **Coca-Cola und Hornbach sind die GWA Effie Gold Gewinner 2014.** Gold erhielt die Coca-Cola Kampagne „Trink 'ne Coke mit...“ von Scholz & Volkmer, MediaCom, Mediacom Interaction, Ogilvy & Mather, fischerAppelt relations, Wonderlandmovies, brandnewmusic und Roth & Lorenz. Ausgezeichnet mit Gold wurde auch „Der Hornbach Hammer“ von der Heimat Werbeagentur. Insgesamt wurden **17 Effies verliehen, davon zwei in Gold, fünf in Silber und zehn in Bronze.** Aus 48 Finalisten ermittelte die Jury die 17 Preisträger. Insgesamt wurden 90 Kampagnen für den **Preis des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen** eingereicht. Weitere Informationen auf der [Website zum Preis](#).
3. Mit 54 Einreichungen bewarben sich **Österreichs Kommunikatoren um den Staatspreis für PR 2014.** Aus dieser Vielzahl von Arbeiten hat die Jury 16 Projekte in sechs Kategorien nominiert, die Sieger in diesen Kategorien und den künftigen Staatspreisträger gewählt. Verliehen wird der vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft ausgelobte und vom **PRVA, Public Relations Verband Austria** ausgerichtete **Staatspreis am 20. November in Wien.** Weitere Informationen auf der [PRVA-Website](#). Mitglieder der Jury war übrigens auch **Norbert Minwegen**, Präsident der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG).
4. Das **Katholische Klinikum Essen (KKE)** ist beim **8. Kommunikationkongress der Gesundheitswirtschaft (kommge)** mit dem **Award „Bestes Klinikmarketing“** ausgezeichnet worden. Damit würdigt der kommge die erfolgreiche Marketing-Neuaufrichtung des KKE der vergangenen Jahre und das ganzheitliche Konzept. Um sich von seinen Mitbewerbern abzuheben, entwickelte der aus drei Häusern bestehende Klinikverbund ein neues Corpo-



rate Design mit einheitlichem Namen. Gleichzeitig wurden aber auch die Einzelmarken der Kliniken gezielt wiederbelebt.

5. Der **„Schweizer Journalist“** hatte zur Abstimmung gebeten und 191 Wirtschafts- und Fachjournalisten beteiligten sich an den **Wahlen zum Pressesprecher und zur Agentur des Jahres.** Gewinnerin in der Kategorie Pressesprecher wurde **Sonja Zöchling Stucki**, die für den Flughafen Zürich spricht. Nach 2011 und 2013 wurde sie bereits zum dritten Mal mit diesem Titel ausgezeichnet. Auf den Plätzen zwei und drei folgten Peter Brun von Kuoni und Urs Peter Naef von Migros. Zur besten Agentur des Jahres 2014 wurde die **IRF Communications AG** gewählt. Platz zwei und drei errangen die PRfact AG und die Lemongrass Communications AG. Alle Agenturen haben ihren Sitz in Zürich.

Medien

PR-Fachmedien im 3. Quartal konstant

Das dritte Quartal hat für die PR-Fachmedien keine wesentlichen Veränderungen gebracht. Wie im Vorquartal legt das „prmagazin“, Remagen-Rolands- eck, leicht zu und der „PR Report“, Hamburg, verliert weiter leicht an Boden. In Zahlen ausgedrückt: Das „prmagazin“ steigert sich beim Verkauf um 1,0 und bei den Abonnements um 1,34 Prozent. Der „PR Report“ verliert 1,7 beziehungsweise 1,86

Prozent. Zwar steigerten die Hamburger ihre Verbreitung (+ 26 %) und die Zahl ihrer Freistücke (+ 109,3 %), doch auf den Verkauf hat sich das offensichtlich nicht ausgewirkt. Die genauen Zahlen sind in der unten stehenden Tabelle aufgeführt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

PwC-Studie zur Medienbranche: Digitalisierung als Wachstumsmotor – Print als Verlustbringer

Im Jahr 2013 konnte die deutsche Medien- und Unterhaltungsbranche ein Umsatzplus verbuchen. Die Gesamterlöse stiegen um 1,8 Prozent und erreichten ein Volumen von 65 Milliarden Euro. Diese Entwicklung wird sich bis 2018 fortsetzen: Die Branchenexperten der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC), Frankfurt am Main, rechnen mit einer jährlichen Steigerungsrate von durchschnittlich 1,8 Prozent. Das Marktvolumen wird im Jahr 2018 bei rund 71,1 Milliarden Euro liegen. Zu diesen Ergebnissen kommt der „German Entertainment and Media Outlook: 2014-2018“ von PwC.



Doch das positive Gesamtbild täuscht. Bei näherer Betrachtung wird deutlich, dass nur die Teilbranchen Onlinewerbung, Internetzugang, Hörfunk, Außenwerbung und Fernsehen ein deutliches Plus verzeichnen konnten und somit andere Segmente deutlich abhingen. Keine Überraschung dabei: Die



Bereiche Zeitungen, Zeitschriften und Videospiele litten unter Verlusten. *Grafik: Anzeigenerlöse Print gesamt, Quelle: PcW*

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Medien compact (1) (43. KW-2014)

1. Nach Informationen von „newsroom.de“ wird **Helge Matthiesen** zum 1. Januar 2015 **neuer Chefredakteur beim „General-Anzeiger“ (GA) in Bonn**. Matthiesen, der bis zum Ende des Jahres noch Chefredakteur beim Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag in Flensburg ist, soll die Nachfolge von Andreas Tyrock antreten, der im Sommer zur „Westdeutschen Allgemeinen Zeitung“ nach Essen wechselte. Weder Matthiesen noch „GA“-Geschäftsführer Thomas Regge oder Verleger und Herausgeber Hermann Neusser IV. waren bereit, sich zum Thema zu äußern.

STAMM
IMPRESSUM

Reputation Management

Studie: Alnatura löst Coca-Cola als beliebteste Lebensmittelmarke der Deutschen ab



Die beliebtesten Lebensmittel der Bundesbürger sind in diesem Jahr Bioprodukte. Das zeigt die Studie „Die Lieblingsmarke der Deutschen“ der Brandmeyer Markenberatung aus Hamburg. Die Lebensmittelmarke und Handelskette Alnatura ist 2014 zum

ersten Mal in den Top 50 vertreten und landet auf Anhieb auf Rang 12. Coca-Cola, 2013 noch das höchstplatzierte Lebensmittel, verliert dagegen elf Plätze. Für die repräsentative Studie befragte das Marktforschungsinstitut Forsa im Auftrag der Brandmeyer Markenberatung über 3.000 Deutsche, knapp 2.000 von ihnen nannten eine Lieblingsmarke. Foto: Ein Alnatura Super Natur Markt in Berlin-Prenzlauer Berg; Fotograf Marc Doradzillo.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR + Reputation

Neun Stiftungen nominiert für Kommunikationspreis „Kompass“



Nur noch knapp vier Wochen – dann stehen sie fest, die Sieger des Kommunikationspreises „Kompass 2014“. Ausgeschrieben wird er vom Bundesverband Deutscher Stiftungen, der am 24. Oktober die Platzierten für die Shortlist in den drei Kategorien bekannt gab. Die Finalisten kommen aus München, Köln, Bonn, Gütersloh, Frankfurt am Main, Halle, Berlin und Stralsund. Die feierliche Preisverleihung findet am

20. November 2014 im Jüdischen Museum in Berlin statt. Der „Kompass“ ist bundesweit die einzige Auszeichnung für vorbildliche Stiftungskommunikation und wird 2014 zum neunten Mal verliehen. Neben den Preisen in drei Kategorien „Gesamtauftritt“, „Projektkommunikation“ und „Einzelne Kommunikationsmaßnahme“ gibt es in diesem Jahr einen Sonderpreis für den besten Jahresbericht. Welche Stiftungen nominiert wurden, erfahren Sie unter „weiterlesen“.



(Foto: Das Objekt der Begierde, der „Kompass“ für vorbildliche Stiftungskommunikation.)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Science Investments in den USA: Risikokapital kehrt zurück



Spät – aber nicht zu spät trommelt die deutsche Innovations-PR massiv. Das schallt auch über den Atlantik. Hinter dem Stichwort Industrie 4.0 verbergen sich aus Sicht der deutschen Wirtschaft Chancen und Schrecken zugleich: Der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) fordert eine massive Unterstützung, die digitale Vernetzung der Produktionsprozesse voranzutreiben, um Anschluss an die Vereinigten Staaten zu bekommen.

PR-Journal Newsletter - Nr. 445 / 43. KW 2014 – Seite 10

Denn die Sorge ist groß, dass die technisch exzellenten deutschen Produkte ihre Hoheit über die eigenen Daten verlieren. (Foto: Autor Markus Lemmens)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„Ich finde mich so schrecklich geil!“



Marketingverantwortliche kritisieren am Neukundengeschäft von Agenturen, dass diese am liebsten über sich selber reden. Das kann man gut verstehen, weil dies auch der einfachste Weg ist.

Der eigene Spaßfaktor kommt so auch nicht zu kurz und selbstverliebt ist der ein oder andere auch. Entscheidend ist aber wohl sehr oft, dass man so die zeitliche Vorbereitung minimieren kann.

Doch Marketingentscheider haben nicht mehr die Ressourcen, sich eine Agenturpräsentation nach der nächsten anzuhören. Und wirklich spannend ist es auch nicht, gleich wieder vom nächsten Tausendsassa zu hören zu bekommen, wie toll dieser Laden jetzt schon wieder ist.

Will man heute als Agentur bei Marketingverantwortlichen einen qualitativ guten Termin generieren, so muss man einen immateriellen Gegennutzen für die eine Stunde Zeit mit dem potenziellen Neukunden mitbringen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



einer Einrichtung der Vereinten Nationen, als nationales Kulturgut Österreichs registriert. Zuvor hatten sich die Eigentümer des „Hotels Sacher“ und der „K.u.K. Hofzuckerbäckerei Demel“ einen jahrzehntelangen Rechtsstreit um die Urheberschaft der „Original-Sacher-Torte“ geliefert.

Dabei geht es um viel Geld: Der Sieger im Rechtsstreit, die „Hotel Sacher GmbH“, produziert jährlich 360 000 Torten. Über 40 Menschen verarbeiten täglich über 7000 Eier, im Jahr rund 1,2 Millionen Stück. Ein Drittel der Produktion geht im Wiener Stammhaus an die Kunden, ein weiteres Drittel wird in den Dependancen in Salzburg, Innsbruck, Graz und Bozen serviert. Das restliche Drittel bekommen Kunden in aller Welt über den Direktversand.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Viel Streit, viel Ehr – die Sacher-Torte



Es dürfte nicht viele Speisen geben, die sich so wichtig nehmen dürfen. Die Sacher-Torte (Foto: chefkoch.de / Christine_R) ist bei der

„Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO)“,

Lesehinweise

Lesehinweise compact (1) (43. KW-2014)

1. **Was erwarten Unternehmen von ihren Kommunikationsagenturen?** Andrea Fischer, Leiterin Marketing und Kommunikation bei der Zeppelin-Reederei Zeppelin NT, hat für den „Pressesprecher“ die wichtigsten Anforderungen zusammengefasst. Lesen Sie selbst wie wichtig ihr der „kulturelle Fit“, die Termin- und Budgettreue sowie Ressourcen für spontane Anfragen sind. Außerdem beschreibt sie, wie

„Mehraufwand“ nicht zum Stolperstein für die Zusammenarbeit werden muss. -> presse-sprecher.com.

Bildung

Bildung compact (4) (43. KW-2014)

1. Vom Sommersemester 2015 an bietet die **Rheinische Fachhochschule Köln (RFH)** den nach eigenen Angaben ersten deutschen berufsbegleitenden **Weiterbildungsmasterstudiengang in Digital Business Management** an. Der Studiengang richtet sich an Hochschulabsolventen mit Berufserfahrung in der digitalen Wirtschaft von mindestens einem Jahr, die sich für eine Führungsposition in der Digitalwirtschaft qualifizieren möchten. Am 7. November lädt RFH-**Studiengangsleiter Ralf Wagner** um 18 Uhr zu einem **Informationsabend** ein und beantwortet Fragen. Die Veranstaltung findet statt im RFH-Hauptgebäude, Schaevenstraße 1 a/b, 50676 Köln, Raum 016.
2. Die **Quadriga Hochschule Berlin** hat ihr Portfolio in Lehre und Forschung in den vergangenen Monaten erweitert. Die im Frühjahr 2015 startenden berufsbegleitenden **Studienprogramme MBA Public Affairs & Leadership sowie MBA und M.A. Communication & Leadership** stellen für Interessenten eine attraktive Weiterbildungsmöglichkeit dar. Detaillierte Informationen dazu sowie zur Hochschule und angebotenen Stipendienprogrammen sind in einer Broschüre zusammengefasst. Sie steht auf der [Quadriga-Website zum Download](#) bereit.
3. **Bernhard Schweizer** (49) übernimmt ab Januar 2015 an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich die Leitung des Bachelor-Studiengangs Kommunikation mit über 500 Studierenden. Dessen bisheriger Leiter, **Cyril Meier** (61), bleibt verantwortlich für das übergeordnete Center for Communications sowie Mitglied der Schulleitung. Der Verwaltungsrat beauftragt ihn zudem mit der Weiterentwicklung des Angebots der HWZ. Schweizer ist seit 2007 Dozent für Investor Relations und Betriebswirtschaftslehre an der HWZ. Hauptberuflich leitete er von 2002 bis 2014 die Group Communications / Investor Relations bei der börsennotierten Gurit Holding AG.

4. **Mediakraft Networks** und die **Hochschule Macromedia**, University of Applied Sciences, **kooperieren künftig**. Ziel ist es, Ausbildungs- und Studienprogramme zu entwickeln, die **Videomachern Know-how für die Produktion von Internet-Videos** vermitteln. Im Gespräch sind eine Spezialisierungsoption im Rahmen des Bachelor-Studiengangs Film und Fernsehen an der Hochschule Macromedia sowie zwei kombinierte Weiterbildungsmodule an der Macromedia Akademie. Starttermin sollen Herbst respektive Frühjahr 2015 sein, Durchführungsstandort wird Köln sein.

Termine

Kölner PR Lounge lädt ein: Podiumsdiskussion, Media Lecture und Glühweintreff

Die Kölner PR Lounge lädt ein zu drei Veranstaltungen im Oktober, November und Dezember. „Zukunft der Unternehmenskommunikation - Social Media ohne Grenzen?“ – lautet am 29. Oktober ab 18:30 Uhr das Thema der 122. PR-Lounge. Veranstaltungsort ist der Campus Köln der MHMK - Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation. Eine Media Lecture – ebenfalls in Kooperation mit der MHMK – findet am 19. November um 18.30 Uhr statt. Gast ist dann Sebastian Ackermann, Leiter Unternehmenskommunikation der RWE Deutschland AG. Er spricht zum Thema „Gesellschaftlichen Wandel kommunikativ begleiten – Überlegungen am Beispiel der Energiewende“. 014, 18.30 Uhr ein. Am 3. Dezember um 19 Uhr folgt dann ein weiterer PR Lounge-Termin: der Glühweintreff auf dem Weihnachtsmarkt Rudolfplatz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (1) (43. KW-2014)

1. **Transparenz in der Interessenvertretung** – so lautet das Thema einer **Podiumsdiskussion am 7. November von 10 bis 12 Uhr** im Verlagsgebäude des Berliner „Tagesspiegels“,

am Askanischen Platz 3 in Berlin. Gemeinsame Veranstalter sind die **Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG)** und der „**TageSSpiegel**“. Es dürfte spannend sein zu erfahren, was Veranstalter und Gäste unter Transparenz verstehen. Moderieren wird „TageSSpiegel“-Redakteurin Antje Sirleschtov. Ihre Gäste kommen aus Politik, Verbänden, Wissenschaft und Agenturen. Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeit finden sich auf [dieser Website](#).

Tipps

Tipps compact (2) (43. KW-2014)

1. **Leitfaden Krisenkommunikation** – unter diesem Titel gibt das **Bundesinnenministerium eine neue Auflage der Broschüre zum Thema Krisenmanagement** heraus. Auf 56 Seiten wird darin beschrieben, wie wichtig Krisenkommunikation ist. Sie verlange genauso wie das Krisenmanagement klare Strukturen und vorbereitete Strategien, heißt es im Begleittext. In Krisen sei es erforderlich, bei allen Verantwortlichen den gleichen Informations- und Wissensstand sicherzustellen sowie Medien und Bevölkerung möglichst umfassend, aktuell, widerspruchsfrei und wahrheitsgemäß zu informieren. Die Broschüre steht zum [kostenlosen Download auf der Website des BMI](#) bereit.
2. Das **Kölner Produktionsbüro Medienrausch** bietet seinen Kunden und anderen Interessenten einen **Online-Kalkulator für zahlreiche Printprodukte zur freien Nutzung**. Um die Planung standardisierter Produkte zu erleichtern, können mit dem Online-Kalkulator Broschüren, Flaschenträger, Verpackungen, Puzzlespiele, Verpackungen sowie Point-of-Sale-Produkte bis hin zu Büchern und Geschenkpapieren einfach durchgerechnet werden. Steht die Planung bietet Medienrausch zudem die schnelle Abwicklung an. Hier geht es [direkt zum Online-Kalkulator](#).

Literatur

Exzellenz als Haltung



Warum manche Pressesprecher in Unternehmen erfolgreicher sind als andere und was professionelle, aber nur durchschnittliche PR-Arbeit von der wirklich exzellenten unterscheidet, darüber hat

das „**PR-Journal**“ in den vergangenen Monaten [mehrfach berichtet](#). Quelle war jeweils ein neues Teilergebnis der Studie „Exzellenz in der Unternehmenskommunikation“, die von Lothar Rolke, Professor an der Hochschule Mainz, und Jörg Forthmann, Geschäftsführer der Kommunikationsberatung Faktenkontor, erstellt wurde. 288 Fach- und Führungskräfte aus Pressestellen und Kommunikationsabteilungen nahmen an der Befragung teil. Jetzt haben die Autoren die Ergebnisse der Studie in einem Buch zusammengefasst.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„Kommunikationsmanagement“ präsentiert 100. Ergänzungslieferung

300 Autoren, 480 Fachbeiträge - nirgendwo sonst im deutschsprachigen Raum gibt es einen vergleichbaren Fundus an Branchen- und Expertenwissen wie in dem Klassiker der Kommunikationsliteratur, dem Nachschlagewerk „Kommunikationsmanagement“, das als Loseblattwerk mit einer



[Online-Version](#) verfügbar ist. Im Oktober 2014 erscheint die 100. Ergänzungslieferung zum Handbuch. Es zählt zu den etabliertesten und bekanntesten Publikationen im Bereich Unternehmenskommunikation. Die Startausgabe erschien in den frühen 1960-er Jahren noch unter dem Titel „Handbuch Öffentlichkeitsarbeit“ (Hrsg. Werner Mühlbrandt), wurde dann als „Handbuch PR“ (Hrsg.

Günther Schulze-Fürstenow und Bernd-Jürgen Martini) zu einem Standardwerk der Branche, aus dem dann 2001 ein neues Herausgeberteam das Handbuch „Kommunikationsmanagement“ gestaltete.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wie kommuniziert man eigentlich erfolgreich?



Titel: Erfolgreich kommunizieren – Interviews mit Journalisten; Autor: Fabian Gerstenberg; Verlag: Mount Barley Publishing 2014; 85 Seiten; 19,99 Euro; ISBN: 978-3-00-046851-3

Der Teufel steckt im Kommunikationsdetail. Während die Einen das Eine sagen und das Andere meinen, sagen die Anderen das Andere und meinen das Eine. Und wenn es dann noch um Unternehmenskommunikation geht, nun ja ... wird es ganz verrückt. Fabian Gerstenberg (Foto), dessen Projekte ich seit zirka einem Jahr via Xing verfolge, stellt nun die Frage aller Fragen: Wie kommuniziert man erfolgreich? Und er stellt sie nicht einfach in den Raum, er stellt sie Journalisten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 13 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (49)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- Junior PR-Berater Food (m/w) ab sofort in Vollzeit, Hamburg
- PR-Praktikum ab 1. Februar 2015 in Berlin
- (Senior) Presse- und PR-Berater (m/w), München
- Junior-Berater/in für Agentur-Neugründung in Köln
- PR-Junior-Berater (m/w), München
- PR-Berater(in) in München
- Berater/Seniorberater (m/w), Düsseldorf
- (Junior) Communications Consultant / Projektleitung PR @ Schlösser PR, Berlin
- Mitarbeiter/in Projektmanagement, Köln
- Senior-PR-Berater (m/w), Hamburg
- Project-Manager Health-Care-Kommunikation (m/w) ab sofort, Stuttgart
- Volontariat / Traineeship @ Schlösser PR, Berlin
- Junior/PR BeraterIn Bereich Film & Entertainment, Frankfurt a.M.
- Medizinischer Redakteur / Medical Writer (m/w), Frankfurt a.M.
- Wir suchen einen PR-Senior-Berater (m/w) zum nächstmöglichen Zeitpunkt, Hamburg
- Wir suchen einen PR-Junior-Berater (m/w) zum nächstmöglichen Zeitpunkt, Hamburg
- PR-Redakteur (m/w) Energie und Technologie in Hamburg
- Account Manager (w/m), Hamburg oder München
- PR-Trainee (m/w) für Kölner Healthcare-Agentur
- PR-Berater/in für Kölner Healthcare-Agentur
- In Search of Talent – Junior PR-Berater (m/w) IT / E-Commerce, Kronberg
- PR-Redakteur (m/w) Schwerpunkt Lifestyle/Wohnen, Hamburg
- Volontariat Schwerpunkt Lifestyle/Wohnen in Hamburg
- Praktikant (m/w) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, München
- Junior-Redakteur (m/w) für Marketing- und PR-Maßnahmen, Deutsch oder Englisch, Mannheim

- *PR-Berater (m/w) für Gesundheitskommunikation in Köln*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*
- *Berater Consumer-PR (m/w) ab sofort in München*

Unternehmen

- *(Senior) PR Manager (m/w), Stolberg*
- *Referenten (m/w) Unternehmenskommunikation, Hamburg*
- *PR Manager (f/m), Düsseldorf*
- *Referent Interne Kommunikation (w/m), Ingolstadt*
- *Experte (m/w) für Mediendokumentation und -resonanzanalyse, Hamburg*
- *Novartis Oncology sucht einen Communications Manager (w/m), Nürnberg*
- *Redakteur/Texter (w/m), Freiburg*

Verbände (Non-Profit)

- *Referentin/Referenten für das Referat PR und Politik, Stuttgart*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 27. Oktober 2014 um 19:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.524 Empfänger** versandt.

Impressum

Gründer + Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg (seit 2004/1996), (pfeffer@pr-journal.de), Chefredakteur von 11/2004 bis 04/2014

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),

Postadresse: Linzer Strasse 72 b, 53604 Bad Honnef, Telefon: 02224 901616, Telefax: 02224 901615, Mobil: 0171 3326139. Nadja Amireh (na), Düsseldorf - Ressort: „SocialMedia“; Mathias Scheben, Andernach; Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen - Rubrik: „Norbert: Gerüchte + Gerichte“; Riccardo Wagner, Köln - Ressort: „CSR Unternehmensverantwortung“; Cornelia Wüst (cw), Salzburg - Ressort: „Reputation Management“.

Redaktionsrubrik „Das PR-Interview“: Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Karte, Rahel Camps und Gunter Ortlieb.

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;

München / Oberbayern: Frederic Sturm, München;

Düsseldorf / Rhein-Ruhr: Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept;

Köln / Bonn / Aachen: Riccardo Wagner, Köln, BetterRelations;

Berlin / Potsdam: Birgit Grigoriou, Berlin;

Hamburg / Norddeutschland: Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation;

Frankfurt a.M. / Rhein-Main: Marcus Eichhorn, Frankfurt am Main, BetterRelations.

Rezensionen: Annett Helbig, Hamburg (helbig@mastermedia.de); Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg; Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach; Manfred Piwinger, Wuppertal.

Die Gesichter zu den Namen der „Mitmacher“ in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben

wir auf unserer neuen Serviceseite dokumentiert:
<http://www.pr-journal.de/fotos.html>.

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (Anschrift + Telefon siehe nachfolgend), E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de.

- PR-Datenbank *Ausbilder*
- PR-Datenbank *PR-Ranking*
- PR-Datenbank *PR-WebsiteCheck*
- PR-Datenbank *PR-Termine*

Anschrift:

Lendersbergstraße 86, 53721 Siegburg
Telefon: 02241 2013060, Telefax: 02241 2013061,
Mobil: 0160 94635777
E-Mail: redaktion@pr-journal.de
URL: pr-journal.de; pr-journal.at; pr-journal.ch; pr-journal.com; pr-journal.info; pr-journal.net; agenturcafe.de; neues-prportal.de; pr-journal.de/newsletter/archiv.html.



Auflage 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.

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*