

PR-Journal Newsletter

Nr. 446 / 44. KW 2014

Seite 1

Grayling auch in Deutschland mit neuer Führung



Frank Schönrock (Foto, 45), zuletzt Vice President Corporate Communications beim Pharmaunternehmen Grünenthal in Aachen, wurde zum 1. November zum neuen CEO von Grayling Deutschland ernannt. Er tritt die Nachfolge von Wolfgang Lang an, der von 2012 bis Ende Oktober 2014 CEO war und das Unternehmen bereits verlassen hat. Offiziell scheidet Lang zum Jahresende aus. Schönrock ist in seiner neuen Rolle verantwortlich für die Beraterteams mit insgesamt mehr als 40 Mitarbeitern an den drei deutschen Standorten der internationalen Agenturgruppe in Frankfurt, Düsseldorf und Hamburg. Seine Hauptaufgabe dürfte es sein, die Umsatzrückgänge von mehr als 20 Prozent im Jahr 2013 wieder aufzufangen. In [Pfeffers PR-Ranking 2013](#) belegte Grayling in Deutschland Platz 19 mit einem Honorarumsatz von 7,92 Millionen Euro.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

fischerAppelt startet neue Unit für Sportmarketing



fischerAppelt bündelt seine Sportkompetenzen und geht am Standort Köln mit einer neuen Unit für Sportmarketing an den Start. Unter Mitwirkung aller Disziplinen stellt sich die Agenturgruppe als Anbieter von contentorientierter Markenkommunikation nun auch im Sport auf. (Foto: Als Head of Sports Marketing führt Jan

Milkereit (m.) die Sportmarketing-Unit aus Köln und berichtet direkt an Dino Büscher, Managing Partner fischerAppelt, live marketing (rechts) und Frank Behrendt, der die neue Unit auf Vorstandsebene verantwortet)

"Sport produziert wie kaum eine andere Sparte emotionale und bedeutsame Momente", sagt Frank Behrendt, PR-Vorstand der fischerAppelt-Gruppe. "Als Agentur mit großem Sport-Know-how bieten wir Beratung und Umsetzung auf höchstem Niveau für Unternehmen, Vereine, Sportlerinnen und Sportler - angetrieben vom Gedanken, dass der Sport Gesprächsstoff - und damit Inhalte - liefert, der die Menschen auf der ganzen Welt bewegt."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Liebe Leserinnen und Leser,

knapp vier Wochen vor dem 10. Geburtstag Anfang Dezember 2014 präsentiert sich das „PR-Journal“ mit redaktionellen Neuerungen auf der Website und im Newsletter. Die auffälligste Veränderung ist dabei sicherlich die veränderte Startseite im Web.

Unter der Überschrift „Heute NEU im PR-Journal“ haben wir am Kopf der Seite einen Kasten eingefügt, der die fünf zuletzt eingestellten Meldungen zeigt. Ein Besuch auf der „PR-Journal“-Startseite bietet also direkten Zugang zu unseren News – unabhängig davon, welcher Rubrik sie zugeordnet sind. Ein Klick genügt und Sie erfahren sofort, was sich aktuell tut.

Darüber hinaus haben wir auch die Struktur unserer Rubriken verändert. Trennschärfer als bisher bieten wir Ihnen im Menü auf der Startseite unsere Nachrichten, Meinungen und Service-Informationen.

Im Einzelnen haben wir neue Unterrubriken ergänzt oder bereits bestehende zusammengeführt. Auch haben wir in der Kopfnavigation den Punkt Newsletter aufgenommen. So gelangen Sie schneller zur aktuellen Ausgabe oder finden den Link zur Bestellung (Fortsetzung auf der nächsten Seite nach „Inhalt“.)

Inhaltsverzeichnis

Und hier das Inhaltsverzeichnis des 446. Newsletters des PR-Journals. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 41 Einzelmeldungen:

1. *Grayling auch in Deutschland mit neuer Führung*
2. *fischerAppelt startet neue Unit für Sportmarketing*
3. *Personalien compact - Agenturen (2) (44. KW-2014)*
4. *Personalien compact - Sonstige (3) (44. KW-2014)*
5. *Personalien compact - Unternehmen (9) (44. KW-2014)*
6. *mpm mit vier neuen Etats auf Wachstumskurs*
7. *Etats compact (13) (44. KW-2014)*
8. *Ausschreibung: PR-Agentur für „Initiative Textile-Räume“ gesucht*
9. *Düstere Prognosen für die Folgen des Mindestlohns*
10. *Agenturen compact (7) (44. KW-2014)*
11. *Zehn Jahre Charta der Vielfalt in Frankreich*
12. *Regionale Kommunikationssteuerung - Abstimmung als Daueraufgabe*
13. *DPRG-Arbeitskreis "Kommunikation im Mittelstand" mit neuer Leitung*
14. *RTL springt beim Gesamtpublikum auf Platz zwei*
15. *Fachjury erhebt deutsche Marken zu „Superbrands“*
16. *Social Customer Support 2014: SoMe hat für Sony hohe Bedeutung beim Kundensupport*
17. *Studie: Enge Verzahnung zwischen Medien und Social Web*
18. *Im Überblick: Interne Unternehmenskommunikation*
19. *DPRG-NRW lädt ein zur Papierverarbeitung*
20. *Termine compact (3) (44. KW-2014)*
21. *Wissenschaftsrat bestätigt Hochschulstatus der Quadriga Hochschule*
22. *Karrierewege in der Kommunikationsbranche: Empfehlungen für das HR-Management*
23. *Lesehinweise compact (1) (44. KW-2014)*
24. *BoB: Kommunikationsverband startet Ausschreibung*
25. *Tipps compact (2) (44. KW-2014)*
26. *Stamm Medien-Newsletter November 2014*
27. *PR-Journal: 34.082 Besucher im Oktober, 43 neue Jobangebote, 16,5 Prozent nutzen Mobilversion*
28. *Jobbörse*
29. *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



DAS ENTSCHEIDENDE WISSEN

lung, den Sie gerne an Ihre Kolleginnen und Kollegen weiter senden können. Klicken Sie einfach mal rein und machen sich selbst ein Bild!

Und der Newsletter? Auch er ist von der Startseite an jeden Dienstagmorgen aktueller denn je. Das Inhaltsverzeichnis ist jetzt auf Seite 2 platziert, so dass Sie die wichtigsten News der letzten sieben Tage direkt auf „Seite 1“ sehen. Und an die grafischen Neuerungen mit der weinroten Linie an den Rubriknamen und der optimierten Formatierung konnten Sie sich ja schon im Laufe des Sommers gewöhnen.

Aktueller, übersichtlicher und direkter – so lassen sich die Neuerungen in drei Begriffen zusammenfassen. Haben Sie eine Meinung dazu? Dann würden wir uns über Ihr Feedback freuen. Das „PR-Journal“ als erstes reines Online-Medium der PR- und Kommunikationsbranche freut sich auf den Schritt in seine zweite Dekade. Bleiben Sie uns gewogen – wir halten Sie tagesaktuell auf dem Laufenden über unsere Branche!

*Freundliche Grüße
Ihre*

*Thomas Dillmann, Chefredakteur,
Gerhard A. Pfeffer, Gründer und Herausgeber*

Personalien

Personalien compact - Agenturen (2) (44. KW-2014)

1. **Bieger leitet MSL-München: Ines Bieger** (43) leitet ab sofort das Münchner Team von MSL Germany. In dieser Position verantwortet sie als Director die Weiterentwicklung des Agenturstandorts mit dem Fokus auf Corporate Communications und den Beratungsschwerpunkten Reputation Management, Influencer Relations, Employer Branding sowie Internal Communications. Vor ihrem Wechsel zu MSL Germany leitete sie das Münchner Büro der internationalen Agentur Text 100. Die Leitung des Münchner Teams übernimmt Bieger von **Julia Christoph**, die im Oktober 2014 als Account Director zur MSLGROUP London wechselte.
2. **Bonnmann neue Junior-Beraterin bei markenzeichen: Janine Bonnmann** (26) ist seit Anfang Oktober neue Mitarbeiterin im Team der markenzeichen GmbH in Frankfurt am Main. Als Junior Beraterin ist sie für die Kunden Pepsi und Fotolia tätig. Bonnmann kommt aus der Kommunikationsabteilung der Europäischen Zentralbank, wo sie einjähriges Traineeship absolvierte. Weitere Praxiserfahrungen sammelte sie bereits bei Praktika in der Pressestelle von CNN International in London und bei Ketchum Pleon in Frankfurt.

Personalien compact - Sonstige (3) (44. KW-2014)

1. **Deutz übernimmt als Externe für "Lindenstraße": Gitta Deutz**, Inhaberin der gleichnamigen Lölner PR-Agentur, hat als Externe die Pressearbeit für die Fernsehsendung „Lindenstraße“ übernommen, die von der Geißendörfer Film- und Fernsehproduktion in Köln realisiert wird. Bereits im September hatte das „PR-Journal“ [berichtet](#), dass **Wolfram Lotze** (55), der seit 1993 Sprecher ARD-Serie war, das Unternehmen verlassen und sich als Kommunikationsberater selbstständig gemacht hat.
2. **Patricia Vernhold** wird als Nachfolgerin von **Bastian Fermer** ab dem 1. November neue

KOMM-PASSION

3. **Pressereferentin im Leitungsstab beim Sächsischen Staatsministerium des Innern.** Sie berichtet an den Leiter des Leitungsstabs, **Martin Strunden**, der verantwortlich für die Pressearbeit des Hauses ist. Bereits seit 2004 gehört Vernhold dem Innenministerium in Dresden als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an. Zuvor war sie beim MDR-Fernsehen tätig.
3. **Markus Kringel** (45) ist seit dem 1. Oktober neuer Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Berliner Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen. Er berichtet direkt an Senatorin **Dilek Kolat** (SPD). Zuvor war Kringel von 2006 an als Kommunikations- und PR-Berater sowie als freier Journalist und Dozent für Rhetorik und Strategieplanung tätig. Er lehrt weiterhin unter anderem an der Universität Kassel und an der Deutschen Presseakademie.

Personalien compact - Unternehmen (9) (44. KW-2014)

1. **Drögemöller von SPD zur TUI AG: Marc Drögemöller** (39) verstärkt ab sofort als Senior Manager den Politik-Bereich der TUI AG. Gemeinsam mit **Frank Püttmann**, Leiter Politik, wird er das Konzernbüro der TUI Group in der Hauptstadt aufbauen und Ansprechpartner für Parlament, Regierung und Verbände in Berlin sein. Drögemöller kommt aus der SPD-Bundestagsfraktion. Dort war er seit 2011 Geschäftsführer des „Netzwerks Berlin“, einer Gruppe reformorientierter Abgeordneter in der SPD-Bundestagsfraktion. Püttmann und Drö-

- gemöller berichten an **Thomas Ellerbeck**, Mitglied des TUI AG Management Boards und Leiter der Konzernkommunikation.
2. **Cordes zu Reemtsma: Christian Cordes** (45) übernimmt als Nachfolger von **Daniele Nati** (37) zum 1. November bei der Reemtsma Cigarettenfabriken GmbH die Leitung des Bereichs Corporate Affairs Deutschland und der Schweiz. Vorgänger Nati verlässt das Unternehmen. Cordes hat in den vergangenen drei Jahren das Beratungsunternehmen CordesConcept mit Schwerpunkt Ernährungswirtschaft in Hamburg aufgebaut. Er gilt als Kommunikationsexperte insbesondere für die Themen Reputation- und Issues Management sowie Corporate Social Responsibility (CSR).
 3. **Clarissa Hackbarth** (31) verantwortet seit September den Bereich Corporate Communications bei der Software-Firma freiheit.com Technologies in Hamburg. Ihre Hauptaufgabe: Ausbau der internen und externen Unternehmenskommunikation. Hackbarth, die zuvor Junior PR-Managerin bei den Goodgame Studios war, berichtet bei freiheit.com an die Geschäftsführer und Gründer **Claudia Dietze** und **Stefan Richter**.
 4. **Marc Andrey** (41) wird ab dem 1. Dezember neuer Leiter des Bereichs Media Relations bei der Schweizer Bank Valiant in Bern. In Personalunion wird er stellvertretender Leiter Marketing und Unternehmenskommunikation und wird damit Nachfolger von **Valérie Bodenmüller**. Andrey kommt von der PostFinance, wo er zuvor seit 2005 Pressesprecher war.
 5. **Michael Göntgens** (33) wird am 1. November als Nachfolger von **Matthias Eberle** neuer Kommunikationschef bei Lufthansa Cargo, der Frachtochter der Airline in Frankfurt am Main. Göntgens verbrachte nahezu seine bisherige komplette Karriere bei dem Luftfahrtunternehmen, zuletzt verantwortlich für die Pressearbeit und die interne Kommunikation.
 6. **Nicola Maier** (24) unterstützt bis Ende 2015 als Elternzeitvertretung für **Natalia Pilz** das Presseteam von MairDumont, Ostfildern bei Stuttgart, Marktführer für touristische Informationen. Sie arbeitete zuvor in der Pressestelle des Klett Cotta Verlages.
 7. **Nikos Späth** (37) ist neuer Senior Manager Public Relations bei der Schiffs- und Offshore-Klassifikationsgesellschaft DNV GL in Hamburg. Zuletzt war er bei der Fachzeitschrift „Hansa International Maritime Journal“, die er dreieinhalb Jahre als Chefredakteur steuerte.



- Späth ist gelernter Wirtschaftsredakteur und war zuvor bei der „Financial Times“, „Capital“, dem „Hamburger Abendblatt“ und der „Welt am Sonntag“ tätig. Er berichtet an **Andreas Bodmann** (45), der seit März dieses Jahres Leiter der globalen Kommunikationsabteilung für die maritime Sparte von DNV GL ist.
8. **Peter Felsbach** (37), bisher Pressesprecher des voestalpine-Konzerns im österreichischen Linz, übernimmt dort ab dem 1. Januar 2015 die Bereichsleitung Corporate Communications. Er folgt in dieser Funktion auf **Gerhard Kürner** (44), der das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlässt. Felsbach ist bereits seit 2011 für die externe PR-Arbeit des Konzerns zuständig. Ab Januar übernimmt er den gesamten Bereich Corporate Communications mit derzeit 18 Mitarbeitern. Er rückt damit in die erste Managementebene der Holding auf und berichtet direkt an CEO **Wolfgang Eder**.
 9. **Patrick Kügle** (36) ist seit 1. August Pressesprecher der audibene GmbH mit Sitz in Berlin. In dieser Position verantwortet er den Bereich PR und Media Relations des internationalen Akustik-Unternehmens mit 150 Mitarbeitern. Die Stelle wurde neu geschaffen. Kügle berichtet direkt an die drei Geschäftsführer des Unternehmens **Marco Vietor**, **Paul Crusius** und **Marco Wiesmann**. Zuletzt arbeitete Kügle als Leiter der Bundesgeschäftsstelle der Vereinigung Liberaler Ärzte sowie als Pressesprecher und Büroleiter des FDP-Gesundheitsexperten **Erwin Lotter**.

Etats

mpm mit vier neuen Etats auf Wachstumskurs



Die Mainzer Kommunikationsagentur mpm setzt ihren Wachstumskurs im Jahr 2014 fort. Die Inhaber Frank Bockius (l.) und Philipp

Mann freuen sich über vier neue Aufträge für die Erstellung und Produktion von Geschäftsberichten. Mit dem Koblenzer Hersteller von Gasdruckfedern, der Stabilus S.A., der Sparkassenversicherung, Stuttgart, der Volksbank Mittelhessen, Gießen, und der Kölner Unternehmensberatung Seven Principles AG konnte die Agentur neue Kunden im Bereich Financial Communications überzeugen. Auch alle bestehenden Projekte aus dem Vorjahr werden von mpm weitergeführt. Der Publishing-Spezialist mit aktuell rund 60 Mitarbeitern verstärkt daher weiter sein Team.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (13) (44. KW-2014)

1. **Markenkampagne der Techniker Krankenkasse von fischerAppelt**
Techniker Krankenkasse (TK), Hamburg
was: 360-Grad-Markenkampagne „Mein Weg“
an: **fischerAppelt AG**, Hamburg
2. **Kruger Media für Feinschmecker-Label SissiS**
Feinschmecker-Label SissiS, Possenhofen
was: Kommunikation, Online-Marketing-Kooperationen und Probierversammlungen
an: **Kruger Media GmbH – Public Relations & Brand Communication**, Berlin
3. **Online-News Service anythinx beauftragt Dr. Haffa**
Online-News-Service für Dinge anythinx GmbH i.G., Ludwigsburg
was: PR-Startup-Konzept
an: **Dr. Haffa & Partner GmbH**, München
4. **battery für Mini:**
Mini / BMW AG, München
5. **Internationale Print-Materialien und Online-Adaptionen**
an: **battery.communication GmbH**, Hamburg
5. **Dresden Marketing GmbH (DMG)**
was: Produktion des "Dresden Magazins" als Beilage der "Zeit"
an: **Tempus Corporate GmbH** (CP-Tochter des Zeit-Verlags), Hamburg
6. **Anbieter von Digitalplattformen für Messen, Balluun AG, Foster City (USA) und Zürich**
was: Pressearbeit
an: **Convensis Group**, Stuttgart
7. **Softwarehaus und der IT-Dienstleister Datev eG, Nürnberg**
was: Print- und Online-Kampagne
an: **Serviceplan Campaign**, München
8. **Hamburger Messe und Congress GmbH**
was: Jubiläumsbuch zum 650. Geburtstag der Hamburger Messe in 2015
an: **Medienagentur Bissinger plus**, Hamburg
9. **Sony Mobile, Düsseldorf**
was: Event zum Launch der neuen Sony Xperia Z3-Serie
an: **Lieblingsagentur GmbH**, Krefeld
10. **Digital-Marketing Unternehmen intelliAd Media GmbH, München**
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **cocodibu GmbH**, München
11. **DIN Deutsches Institut für Normung e. V., Berlin**
was: Markenpositionierung und Überarbeitung des Corporate Design
an: **kleiner und bold GmbH**, Berlin
12. **Lookout, Inc., Anbieter für mobile Sicherheitslösungen, San Francisco (USA)**
was: Beratung bei Neuausrichtung, Social Media
an: **Schwartz Public Relations**, München



13. Allianz Real Estate Germany GmbH, München
 was: Konzept und Umsetzung für einheitliche
 Vermietungskommunikation
 an: Kommunikationsagentur **Vanderlicht
 GmbH & Co. KG**, Wiesbaden

Agenturen

Ausschreibung: PR-Agentur für „Initiative TextileRäume“ gesucht

Die in Brancheninitiative „Initiative TextileRäume“ wird mit einer verbraucherorientierten Kommunikationsoffensive im 1. Quartal 2015 ihre Aktivitäten beginnen. Sie ist in den vergangenen Monaten mit dem Ziel auf den Weg gebracht worden, der seit Jahren stagnierenden Heimtextil-Branche neue Impulse zu geben. Aktuell wird der Kommunikationsetat ausgeschrieben und eine PR-Agentur gesucht. Die geplanten Maßnahmen umfassen klassische PR-Arbeit, Kooperationen, Messeauftritte sowie Online-Kommunikation und Social-Media-Maßnahmen. Die im Sommer gegründete Initiative hat ihren Sitz beim VDT Verband der Deutschen Tapetenindustrie e.V. in Düsseldorf.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Düstere Prognosen für die Folgen des Mindestlohns

Der Mindestlohn kommt und die Vorhersagen für die daraus entstehenden Konsequenzen für künftige Praktikanten und Agenturen werden düsterer. Uwe A. Kohrs, Präsident der Gesellschaft PR-Agenturen, sieht vor allem Nachteile für Quereinsteiger. Der Gesamtverband Werbeagenturen GWA hatte erst am 23. Oktober in seinem Herbstmonitor darauf hingewiesen, dass knapp zwei Drittel der Mitgliedsagenturen (65 Prozent) prognostizierten, dass der gesetzliche Mindestlohn zu einem Abbau von Praktikantenstellen führen werde. (**Wir berichten.**) In der Wirtschaft allgemein wird gar eine Reduzierung der Praktikantenstellen um bis zu 80 Prozent erwartet. Unter der Überschrift **„Agenturen**

Die nächste
 Budgetrunde
 kommt
 bestimmt.

Mehr Effizienz
 mit Lautenbach Sass.

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

streichen Praktikantenstellen - auf Kosten von Quereinsteigern“ beschreibt Eva-Maria Schmidt in „horizont.net“ die Stimmung in der Kommunikationsbranche zwei Monate bevor der Mindestlohn in Höhe von 8,50 Euro pro Stunde kommt. Weiterlesen auf **„horizont.net“**.

Agenturen compact (7) (44. KW-2014)

1. **Zehnjähriges Brandzeichen-Jubiläum:** Die **Düsseldorfer Agentur für Markenberatung und Kommunikation, Brandzeichen**, feiert ihr zehnjähriges **Bestehen**. Seit der Gründung am 3. November 2004 hat Victoria Wagner ihre Agentur zu einer der führenden für Markenkommunikation in Deutschland gemacht. Aus anfänglich drei Mitarbeitern ist ein Team aus mehr als 80 kreativen und strategischen Köpfen gewachsen, das Büros in Düsseldorf, Hamburg und München unterhält.
2. **Signum communication gewinnt „Goldene Feder“:** Die Mannheimer Agentur Signum communication GmbH gewinnt mit dem neuen **Mitarbeitermagazin des schweizerischen Konzerns Georg Fischer (GF)** die „Goldene Feder“. Der Schweizerische Verband für interne Kommunikation (SVIK) zeichnet mit dem Preis seit mehr als 50 Jahren die besten internen Kommunikationsmittel aus. Seit 2013 ist

Signum sowohl für die redaktionelle als auch die grafische Gestaltung des Magazins verantwortlich. Die **Mannheimer CP-Spezialisten** haben die einstige Mitarbeiterzeitung im Zuge eines Relaunchs kräftig modernisiert und aus ihr ein Fan-Magazin für Mitarbeitende gemacht.

3. **„The Skills Group“ feiert 30-jähriges Bestehen:** Vor 30 Jahren gründeten Renate Sköff und Paul M. Sills die **Wiener PR-Agentur**, die sich auf die strategische Beratung bei erklärungsbedürftigen Themen spezialisiert hat. Das Konzept trägt auch heute noch, die aktuellen Geschäftsführer und Partner Jürgen H. Gangoly, Stefan A. Sengl, Edward Strasser und Jörg Wollmann setzen es mit ihrem Team weiterhin erfolgreich um. Zum runden Agenturgeburtstag gratulierten rund 300 Kunden und Partner aus Wirtschaft, Kultur und Politik sowie zahlreiche Freunde und Weggefährten aus der Kommunikationsbranche und den Medien.
4. **CLY Communication eröffnet Büro in München:** Seit Oktober ist die Berliner Event- und PR-Agentur **CLY Communication mit einem eigenen Büro und Team auch in München** vertreten. "Durch die zusätzliche Münchener Dependance können wir die ohnehin schon guten Beziehungen zu den wichtigen Münchener Medien ausbauen", freut sich CLY Geschäftsführer Raffaele Castelli. "Darüber hinaus können wir uns so noch schneller und effizienter mit unseren Münchener Kunden abstimmen und ihnen auch im Bereich Event und Celebrity Relations noch mehr Nähe bieten."
5. Im Februar 2014 hatten wir vermeldet, dass der damalige Pressesprecher von Scholz & Friends, **Markus Mayr**, sein Unternehmen mit unbekanntem Ziel verlässt. ([Wir berichteten](#).) Jetzt ist klar, wohin sein Weg führt: in die Selbstständigkeit. Mayr hat **in Hamburg eine Kommunikationsagentur Mayr PR gegründet** und bietet für Unternehmen und Agenturen Medienarbeit, Content Marketing, Social Media und Employer Branding an. Seine ersten Kunden sind die Designberatung WAGA, Düsseldorf, und die Crossmarketing-Agentur Mainline Marketing, Frankfurt.
6. Best Practice Award im eigenen Netzwerk: Die **Hamburger Industrie-Contact AG (IC AG)** hat bei der diesjährigen Preisverleihung der **Best Practice Awards des Public Relations Global Network (PRGN)** drei Preise gewonnen. **Silber** in den beiden Kategorien „Corpo-

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**

rate Communications“ und „Digital Communications“ sowie **Bronze** in der Kategorie „Green PR“. Insgesamt wurden rund 100 Beiträge eingereicht. Die Preisverleihung fand Ende Oktober in London während der PRGN-Herbstkonferenz statt. Der CEO der Hamburger PR-Agentur Industrie-Contact AG, Uwe Schmidt (54) ist aktuell der PRGN-Präsident.

7. Die auf Pressearbeit und Marketing für Hotels spezialisierte **Agentur TN Hotel Media Consulting** wird **ab Januar 2015 in New York** vertreten sein. Geleitet wird das Büro von der Journalistin und Beraterin **Claudia E. Steinberg**. Hauptsitz von TN Hotel Media Consulting ist Hamburg. Tomas Niederberghaus gründete die Agentur im Herbst 2012. Er war zuvor über zehn Jahre als Autor und Hotelkritiker der Wochenzeitung „Die Zeit“ tätig. Zu seinen Kunden gehören unter anderem die schweizerische Giardino Hotel Group und das Hotel Waldhaus Sils.

Organisationen

Zehn Jahre Charta der Vielfalt in Frankreich

Die internationale Diversity Charta (deutsch: Charta der Vielfalt) ist eine Initiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen und Institutionen. Ihr Ziel ist es, Anerkennung und Wertschätzung in der Unternehmenskultur voranzubringen. Das gilt für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter - unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität. Organisationen sollen angeregt werden, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen ist.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Regionale Kommunikationssteuerung - Abstimmung als Daueraufgabe

Wie gelingt eine Balance zwischen regionaler und zentraler Kommunikationssteuerung? Was sind die Erfolgsfaktoren, und wie wird die Zielerreichung im Unternehmen gemessen? Diese und weitere Fragen diskutierten rund 20 Kommunikationsfachleute beim Treffen des DPRG-Arbeitskreises Kommunikationssteuerung und Wertschöpfung im Oktober. Jürgen Kornmann, Leiter Kommunikation Personalverkehr bei DB Mobility Logistics, erläuterte zu Beginn, wie in seinem Team die regionale Kommunikation mit der übergreifenden Kommunikationsplanung zusammenläuft und welche Steuerungsmechanismen dazu eingeführt wurden.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

DPRG-Arbeitskreis "Kommunikation im Mittelstand" mit neuer Leitung

Kommunikation entscheidet auch im Mittelstand immer mehr über die Zukunftsfähigkeit der Unterneh-



men. Um diesem Fakt gerecht zu werden, intensiviert die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) die Aktivitäten des Arbeitskreises "Kommunikation im Mittelstand". "Wir wollen mit den Ergebnissen des Arbeitskreises konkrete Antworten auf die aktuellen und zukünftigen Fragen zur Kommunikation von mittelständischen Unternehmen geben", betont Monika Prött. Sie leitet gemeinsam mit Jens Voshage den Arbeitskreis. Voshage ergänzt: "Mit dem Arbeitskreis richten wir uns an Kommunikationsverantwortliche in mittelständischen Unternehmen - egal ob sie Werbung, Marketing oder Öffentlichkeitsarbeit auf der Visitenkarte stehen haben." Ziel sei es, die Professionalisierung der PR auf die Kommunikation im Mittelstand zu übertragen und angemessene Lösungen zu entwickeln.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Medien

RTL springt beim Gesamtpublikum auf Platz zwei

Der Kölner Sender RTL verbesserte sich im Monat Oktober in der Gunst des Gesamtpublikums auf Platz zwei hinter dem ZDF, Mainz. RTL legte um 1,5 auf 11,5 Prozent zu und verdrängte Das Erste damit auf Platz drei. Zwar verlor Das Erste nur 0,2 Prozentpunkte doch reichte das, um auf 11,1 Prozent

und damit auf einen historischen Tiefstwert abzurutschen. Der Grund für das Erstarken von RTL sind die Übertragungen der Qualifikationsspiele zur Europameisterschaft der deutschen Fußball-Nationalmannschaft gegen Polen und Irland. Die guten Quoten katapultierten RTL auf Platz zwei bei den TV-Marktanteilen im Oktober. Quasi unverändert belegen Sat.1 und ProSieben die Plätze vier und fünf.

Die TV-Marktanteile für Oktober 2014 beim Gesamtpublikum - ab drei Jahren. 1. ZDF: 12,3 % (-0,2), 2. RTL: 11,5 % (+ 1,5), 3. Das Erste: 11,1 % (-0,2) 4. Sat.1: 8,5 % (- 0,1), 5. ProSieben: 5,9 (+/-0,0). (Quelle: „meedia.de“, „Kress.de“, „dwdl.de“)



CSR + Reputation

Fachjury erhebt deutsche Marken zu „Superbrands“



Was haben die folgenden Unternehmen und Marken gemeinsam? Alpina Farben, Alno, Aral, Bondulle, Bose, C&A, Carglass, Deutsche Bank, Deutscher Fußball-Bund, FC Bayern München, Jura, Kärcher, König Pilsener, Köstritzer, Leifheit, Miele, Nutella, Playmobil, Poggenpohl, Postbank, Steigenberger Hotel Group, Stibel Eltron, TÜV Rheinland, Visa, Weber Grill, Wernesgrüner und Wüstenrot sind nach Meinung einer Fachjury „Superbrands“. Jedenfalls wurden die genannten Unternehmen zum wiederholten Mal in den Kreis der „Superbrands Germany 2014/2015“ gewählt. Neu dabei im Kreis der deutschen Topmarken sind im Auszeichnungszeitraum 2014/2015 Apollo-Optik, Eprimo, Ergo, Soehnle und Vorwerk. Bereits zum sechsten Mal zeichnet die internationale, unabhängige Organisation „Superbrands“ herausragende Marken in Deutschland aus. Eine 27-köpfige Expertenjury prüft hierfür mehr als 1.200 Marken.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media

Social Customer Support 2014: SoMe hat für Sony hohe Bedeutung beim Kundensupport



Um die künftige Bedeutung der Social Media-Kanäle geht es bei der [Fachkonferenz „Social Customer Support D-A-CH 2014“](#) (SCS 14) am 24. und 25. November in Frankfurt am Main. Der Austausch von Führungskräften und Experten steht im Mittelpunkt der zweitägigen Veranstaltung. Sie berichten in zahlreichen Foren über erfolgreiche und weniger erfolgreiche Ideen und Strategien. Im Vorfeld hatte das „PR-Journal“, das Medienpartner der Veranstaltung ist, Gelegenheit mit Referenten zu sprechen. Adnan Siddiqi (Foto), Digital Communications Manager bei Sony Europe, gibt Auskunft über den verbesserten Kundenservice durch Social Media in seinem Unternehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Enge Verzahnung zwischen Medien und Social Web



Eine aktuelle Studie von Brandwatch zeigt es: Über TV wird im Social Web vorrangig am Abend und am Sonntag gesprochen, Print erzeugt viel

Buzz in den Morgenstunden und an Werktagen, Radiomarken erzielen aufgrund ihrer regionalen Ausrichtung weniger Online-Gespräche als überregionale Medien. Als Hauptkanal für Gespräche zu Medienmarken wurde Twitter identifiziert. 54 Prozent des ‚Share of Buzz‘ ist dort zu finden. Facebook liegt auf Platz 2 mit 21 Prozent. Der Report „Medien im Social Web“ von Brandwatch wurde erstmals auf den Medientagen in München vorgestellt. Die Grafik zeigt den Share of Buzz nach Mediengattungen: TV liegt vorn; © Brandwatch

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Verständnis als Gestalter von Veränderungsprozessen oder gar Rückgrat der Unternehmenskommunikation – ist noch ein weiter. Neue Kommunikationskanäle und Formen der abteilungsübergreifenden Interaktionen müssen analysiert und sinnvoll in eine Kommunikationsstrategie integriert werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Im Überblick: Interne Unternehmenskommunikation



Titel: Interne Unternehmenskommunikation – Strategien entwickeln, Strukturen schaffen, Prozesse steuern; Autor: Siegfried Schick; Verlag: Schäffer-Poeschel 2014; 242 Seiten; 39,95 Euro; ISBN-13: 978-3791033617

Interne Kommunikation war lange Zeit das „geduldete Kind“ der Unternehmenskommunikation. Natürlich müssen die Mitarbeiter informiert und in Entscheidungsprozesse eingebunden werden, aber nicht sofort. Nicht unbedingt sofort ...

Heute wird interne Kommunikation oft schon als relativ wichtig deklariert. Der Weg jedoch – hin zum

Termine

DPRG-NRW lädt ein zur Papierverarbeitung

Back to the roots! Der Landesverband Nordrhein-Westfalen der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) lädt ein zu einem Besuch der Staudt Lithographie GmbH in Bochum. Am 12. November haben die Teilnehmer des Regionaltreffens die Möglichkeit, eine Printproduktion hautnah zu erleben und die hochwertige Veredelung selbst „in die Hand zu nehmen“. Speziell für die Young Professionals dürfte es von Interesse sein, ein Unternehmen kennenzulernen, das Arbeit und Schmutz eines industriellen Handwerksbetriebs längst hinter sich gelassen hat. Ein weiterer Reiz für die Teilnehmer: Sie haben die Gelegenheit, die Vorteile des haptischen Mediums Papier zu „erfühlen“ und zum Abschluss eine persönliche Erinnerung mit nach Hause zu nehmen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (3) (44. KW-2014)

1. **Rheinische Fachhochschule Köln lädt zum 10. Medienkongress:** Am **17. November von 10 bis 16 Uhr ist 3D-Technologie das Hauptthema**. Auf der Veranstaltung in der **Wolkenburg** (Mauritiussteinweg 59 in Köln) geht es um die zukunftsweisenden Möglichkeiten für die Wirtschaft, die Industrie und das Design. Anhand von praktischen Beispielen stellen namhafte Wissenschaftler und Unternehmer das Thema 3D-Technologie vor. Der Eintritt ist frei. Eine Anmeldung ist nicht nötig. Informationen zum Programm und zu den Referenten gibt es auf der Medienkongress-Homepage. www.medienkongress-koeln.de
2. **Diskussion über lokales Sponsoring in Köln:** Der **Eishockeyclub Kölner Haie** und die **Agentur SportTreff.Koeln** laden am **27. November um 19.00 Uhr** ein zu einer Podiumsdiskussion über „Sponsoring und Kommunikation im lokalen Umfeld“. Der Sky Sportmoderator Ulli Potofski wird mit Peter Schönberger, Geschäftsführer Kölner Haie, Gernot Tripcke, Geschäftsführer Deutsche Eishockey Liga, und Franz Reindl, Präsident Deutscher Eishockey Bund, diskutieren. Die Teilnahme ist kostenfrei. Der Veranstalter bittet um Anmeldung vorab über die [SportTreff-Website](#). Veranstaltungsort ist der Vereinssitz in der Gummersbacher Straße 4 in Köln.
3. **LPRS lädt zum PR-Salon:** Die **Leipziger PR Studenten (LPRS)** laden zum ersten **PR-Salon** im Wintersemester: **Martin Fensch**, Senior Director Communications & Country Operations sowie Geschäftsführer der Pfizer Deutschland GmbH und der Pfizer Pharma GmbH, referiert am **11. November** über „**Kommunikation, die beste Medizin?! – Welche PR-Rezepte Pfizer verschreibt**“. Die Veranstaltung beginnt um 19 Uhr in der Villa Ida, Menckestraße 27, in Leipzig. Weitere Informationen auf der [LPRS-Website](#). Anmeldungen werden bis zum 5. November [per E-Mail an Bianca Kaulich](#) erbeten.



Bildung

Wissenschaftsrat bestätigt Hochschulstatus der Quadriga Hochschule



Der Wissenschaftsrat hat die Quadriga Hochschule Berlin akkreditiert und damit den Hochschulstatus bestätigt. Dabei verpflichtete er die Hochschule zugleich, an ihrer personellen Aufbauplanung strikt festzuhalten und damit wie geplant die Zahl der Professoren weiter zu erhöhen und die Forschung weiter auszubauen. Der Präsident der Hochschule, Prof. Peter Voß, sprach von einem „großen Schritt nach vorn“. Das zentrale Gremium für Hochschulentwicklung, Wissenschaft und Forschung habe sowohl die bisherige Entwicklung als auch die Konzeption für den weiteren Ausbau der Hochschule bestätigt und anerkannt. Die bei Akkreditierungen üblichen Auflagen und Empfehlungen seien in wesentlichen Punkten in der Entwicklungsplanung der Hochschule bereits vorgesehen und würden zielstrebig verwirklicht. Um welche konkreten Auflagen es sich handelt, teilte die Hochschule nicht mit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien

Karrierpfade in der Kommunikationsbranche: Empfehlungen für das HR-Management

Im August hatte das PR Career Center, Düsseldorf wieder die Branchenvertreter nach ihrer Meinung gefragt. Nun wurden gemeinsam mit dem "PR-Journal" und Thomas Steinkamp, Professor am Institut für Kommunikationsmanagement der Hochschule Osnabrück, die Ergebnisse veröffentlicht. Die Studienauswertung gibt Handlungsempfehlungen für das HR-Management von Kommunikationsabteilungen und Agenturen.

Das Hauptthema des diesjährigen Karrierebarometers ist „Karrierpfade und Berufsbilder in der Kommunikationsbranche“. Es umfasst Fragen zu Job-Zufriedenheit, -anforderungen und Wechselambitionen.

Ein zentrales Ergebnis: unter den rund 240 Teilnehmern aus Unternehmen, Agenturen und Verbänden sind nur etwas mehr als die Hälfte zufrieden oder sehr zufrieden mit ihrer Tätigkeit; 41 Prozent planen einen Wechsel in den nächsten zwei Jahren. „Die hohe Bereitschaft zu wechseln ist durch den Wunsch nach einer hoch individualisierten Karriere zu erklären“, so Steinkamp, der die Studie wissenschaftlich begleitet. Wolle das HR-Management gut qualifizierte Mitarbeiter für sich begeistern und binden, müsse es bei den Anforderungsprofilen den Wunsch der Kandidaten nach Individualität berücksichtigen und flexible Entwicklungspfade aufzeigen. „Unsere Daten zeigen: Den einen typischen Pfad in der Branche gibt es nicht“, erklärt Steinkamp.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage



Lesehinweise

Lesehinweise compact (1) (44. KW-2014)

1. **GWA Effie Buch 2014 erschienen:** Der in Frankfurt am Main ansässige Gesamtverband Kommunikationsagenturen hat das **GWA Effie Buch 2014 veröffentlicht**. Das im Frankfurter Allgemeine Buch Verlag veröffentlichte Buch stellt die 48 effizientesten und effektivsten GWA Effie Sieger- und Finalistenkampagnen im Detail vor. Das 400 Seiten umfassende Buch steht im [„FAZ“-Shop](#) ab sofort zur Verfügung.

Preise und Awards

BoB: Kommunikationsverband startet Ausschreibung



Der Kommunikationsverband hat den Startschuss für den B-to-B-Kommunikationsaward 2014 (BoB) gegeben. Bis zum 9. Januar 2015 können Werbe- und Kommunikationsmittel im Bereich der B-to-B-Kommunikation, die von Januar 2014 bis Dezember 2014 in Deutschland, Österreich oder der Schweiz, in deutscher oder englischer Sprache eingesetzt wurden, eingereicht werden. Preise werden in zehn Disziplinen vergeben. Einsendungen aus dem Bereich der Konsumgüter- und Endverbraucherwerbung sind von der Teilnahme ausgeschlossen. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

Tipps

Tipps compact (2) (44. KW-2014)

1. **Der neue Oeckl kommt:** Namen, Daten und Fakten zu allen relevanten Akteuren in Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur – das ist auch für 2015 das Nutzenversprechen des „Taschenbuchs des öffentlichen Lebens Deutschland 2015“. Im 64. Jahrgang erscheint das Kompendium Ende Dezember 2014 als Buch, 139 €, und CD-ROM 162 €. Wer beides kombinieren möchte, zahlt 239 €. Übrigens: Jeder Buchnutzer erhält zusätzlich für ein Jahr einen individuellen Zugangscode für die Online-Nutzung. Dort lassen sich dann aktuelle Personalveränderungen verfolgen. Weitere Informationen auf der [Oeckl-Website](#).
2. Jetzt ist eine der wichtigsten Fragen in deutschen Unternehmen und Agenturen endlich gelöst: **Führungskräfte bevorzugen handgeschriebene Weihnachtskarten.** Das ist das Ergebnis des aktuellen Dr. Haffa & Partner Expert Calls bei 75 deutschen Managern. Für sie hat die **Weihnachtskarte nach wie vor Hochkonjunktur.** Die Hälfte der Teilnehmer freut sich über die handgeschriebenen Grüße und ärgert sich über geschäftliche Weihnachts-E-Mails. Lediglich 14 Prozent der Befragten finden elektronische Weihnachtspost besser. Was lernen wir daraus: ... nur noch acht Wochen bis Weihnachten.

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter November 2014

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (ca. 24.000) in Deutschland (Print / Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk / Radio + Fernsehen, Online (seit 2003)). Im Oktober 2014 wurden 7.302 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 10.990 Medien. Der monatliche „Stamm

Medien-Newsletter“ informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

[TOP](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 34.082 Besucher im Oktober, 43 neue Jobangebote, 16,5 Prozent nutzen Mobilversion

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das "PR-Journal" im Oktober 2014 insgesamt 34.082 Besucher lt. Zählung der **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 1.099 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,5 Seiten an - daraus errechnen sich 84.984 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch GoogleAnalytics im Oktober festgestellt; 63,6 Prozent waren neue Besucher. 54,1 Prozent der Besucher sind männlich, 45,9 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. 16,4 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten über mobile Geräte (Smartphones und Tablets) auf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 12 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (56)

Volontariat/Trainee

Die 17 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden

Sie [hier](#)

Praktikum

Das eine aktuelle Angebot für diesen Bereich finden

Sie [hier](#)

Agenturen

- *Junior Consultant oder Consultant (w/m) mit Schwerpunkt Produkt- und Markenkommunikation, Hamburg*
- *PR-Assistentin, Hamburg*
- *Junior-PR-Berater (m/w) bei Düsseldorf ab sofort gesucht*
- *Engagierter PR-Berater (m/w) für Agentur in Berlin*
- *PR-Berater und Junior-PR-Berater für Kölner Agentur*
- *PR Volontär/in, Duisburg*
- *Junior Berater (w/m) Bereich Unternehmenskommunikation, Hamburg*
- *(Junior) PR-Berater (m/w) für Fashion/Lifestyle/Beauty in München*
- *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*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*
- *Berater Consumer-PR (m/w) ab sofort in München*

Unternehmen

- *Leiter Presse und Öffentlichkeitsarbeit (w/m), Duisburg*
- *(Senior) PR Manager (m/w), Stolberg*
- *Referenten (m/w) Unternehmenskommunikation, Hamburg*
- *PR Manager (f/m), Düsseldorf*
- *Referent Interne Kommunikation (w/m), Ingolstadt*
- *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, 3. November 2014 um 19:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.584 Empfänger** versandt.

Impressum

Gründer + Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer (-ff-), 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. Mathias

Scheben, Andernach; Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen - Rubrik: „Norbert: Gerüchte + Gerichte“; Riccardo Wagner, Köln - Ressort: „CSR + Reputation“.

Redaktionsrubrik „Das PR-Interview“: Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Kartte, 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) (karrriere@pr-journal.de).

Korrespondenten:

Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner;

USA: Dr. Markus Lemmens, New York

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](mailto:anzeigen[at]pr-journal.de).

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

Und schauen Sie doch auch mal auf unsere anderen Internetangebote:

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