

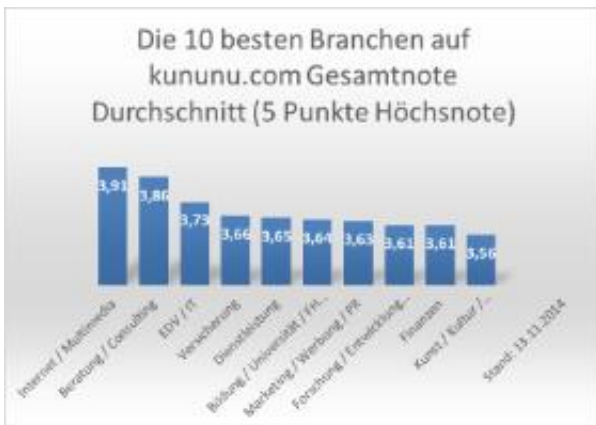
PR-Journal Newsletter

Nr. 449 / 47. KW 2014

Seite 1

Mitarbeiterzufriedenheit: Überdurchschnittliche Bewertung der Kommunikationsbranche – gilt aber nur für vier GPRA-Agenturen

Noch immer herrscht vielfach das Bild vor, dass in der PR- und Marketingbranche die Arbeitszufriedenheit besonders hoch ist und überdurchschnittlich attraktive Arbeitgeber zu finden sind. Doch wie es tatsächlich um die Mitarbeiterzufriedenheit in der – zumindest laut Fremdbild – teils schillernden Branche bestellt ist und wie einzelne Arbeitgeber tatsächlich abschneiden, diesen Fragen ist das „PR-Journal“ mit dem Arbeitgeber-Bewertungsportal Kununu nachgegangen. Die Kurzfassung der Ergebnisse: bei der Mitarbeiterzufriedenheit liegt die Branche Marketing / Werbung / PR mit einem Wert



von 3,63 (Höchstnote 5) auf Platz sieben (siehe Grafik). Von den GPRA-Mitgliedern erreichen diesen Wert allerdings nur vier Agenturen. Lesen Sie, wie sich die Arbeitgeberzufriedenheit in der Kommunikationsbranche darstellt. Das „PR-Journal“ hat dazu auch [GPRA-Präsident Uwe A. Kohrs befragt](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DAPR-Masterstudium startet mit 15 Teilnehmern

Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) hat am 17. November in Düsseldorf ihr neues berufsbegleitendes Masterstudium gestartet, das sie gemeinsam mit der Donau-Universität Krems (DUK) realisiert. Beim ersten Durchgang sind 15 Studierende dabei, darunter Kommunikationsschaffende aus Unternehmen, Agenturen und dem Non-Profit-Bereich sowie selbstständige Berater. „Wir freuen uns, dass sich Menschen aus ganz unterschiedlichen Organisationen und Funktionen für das Studium begeistern“, so DAPR-Programm-



Managerin Christina Horn (auf dem Foto ganz links mit den Teilnehmern und Dozenten). „Das Angebot setzt auf bestmögliche Vereinbarkeit mit dem Berufsalltag, hohe Praxisnähe und eine intensive Betreuung – diese Mischung scheint disziplin- und branchenübergreifend gut anzukommen. Für den Studienverlauf ist das optimal – so können die Studierenden von ihren ganz unterschiedlichen Erfahrungen gegenseitig profitieren.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STAMM
IMPRESSUM

Inhaltsverzeichnis

Der 449. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 29 Einzelmeldungen.

1. *Mitarbeiterzufriedenheit: Überdurchschnittliche Bewertung der Kommunikationsbranche – gilt aber nur für vier GPRA-Agenturen*
2. *DAPR-Masterstudium startet mit 15 Teilnehmern*
3. *Personalien compact - Agenturen (2) (47. KW-2014)*
4. *Personalien compact - Unternehmen (4) (47. KW-2014)*
5. *Personalien compact - Sonstige (4) (47. KW-2014)*
6. *Mercedes auf der Suche nach einer neuen Lead-Agentur*
7. *Etats compact (8) (47. KW-2014)*
8. *AIKA sondiert die Themen der Zukunft*
9. *CNC und Capital MSL schließen sich zusammen*
10. *Agenturen compact (2) (47. KW-2014)*
11. *Deutscher Rat für Public Relations: Bentele wieder zum Vorsitzenden gewählt*
12. *Ällensbach: Entscheider-Elite glaubt an die Zukunft der Zeitung*
13. *Medien compact (2) (47. KW-2014)*
14. *Fokus Wesentlichkeitsanalyse: KPMG Leitfadens Materialität*
15. *Neuer CSR-Leitfaden für KMU erschienen*
16. *Studie: Kunden bestrafen mangelnde CSR*
17. *Welcher Fachkräftemangel? Viele Chefs würden sich gerne von Mitarbeitern trennen*
18. *PR-Interview Nr. 123 – Alexander Dressel: Küchenparty mit Obama und Putin wäre reizvoll*
19. *Gericht - unser Weihnachtsmenü: Marinierte Sardinen mit Anchoviskuchen*
20. *Neuaufgabe der European Communications Convention im Mai 2015*
21. *Termine compact (3) (47. KW-2014)*
22. *Online-Videomacher als neue Studienrichtung*
23. *GPRA-Präsident zur Mitarbeiterzufriedenheit: „Kununu ist nicht der einzige Gradmesser“*
24. *Studien compact (1) (47. KW-2014)*
25. *Kostenloser Marketingratgeber zum 20. Geburtstag von PRofilBerater*
26. *Lesehinweise compact (1) (47. KW-2014)*
27. *Kommunikationspreis Kompass: Vier Stiftungen ausgezeichnet*
28. *Conchita Wurst wird in Österreich zur Kommunikatorin des Jahres gewählt*
29. *Preise und Awards compact (1) (47. KW-2014)*
30. *Tipps compact (1) (47. KW-2014)*
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

Personalien

Personalien compact - Agenturen (2) (47. KW-2014)

1. **Judith Knabe steigt bei Brandzeichen zum Business Director Food auf: Judith Knabe** (33) wurde bei der Brandzeichen – Markenberatung und Kommunikation GmbH befördert und verantwortet in ihrer neuen Funktion ab sofort alle Food-Marken am Hamburger Standort. Knabe hatte als Trainee bei Brandzeichen angefangen. Seit 2009 arbeitet sie für die Agentur und konnte sich dank gezielter Mitarbeiterförderung kontinuierlich weiterentwickeln.
2. **Berliner pioneer communications GmbH wächst weiter: Claudia Czorniczek** (30) ergänzt als erfahrene Beraterin für Marken- und Produktkommunikation das Team der Berliner Agentur. Gemeinsam mit den Kollegen in Leipzig und Berlin betreut sie künftig den weltweiten Online-Marktplatz eBay im Bereich B-to-B- und Händlerkommunikation. Ihren beruflichen Einstieg in die PR-Branche machte die gebürtige Chemnitzerin bei der Fink & Fuchs Public Relations AG in Wiesbaden. Dort betreute sie renommierte Marken aus dem B-to-B und B-to-C-Umfeld, wie Adobe, Bluetooth, Computacenter und Samsung.

Personalien compact - Unternehmen (4) (47. KW-2014)

1. **Roegner scheidet bei Linde AG als Kommunikationschef aus:** Harry Roegner wird zum Ende des Jahres als Kommunikationschef der Linde AG ausscheiden. Wer sein Nachfolger wird, ist noch nicht bekannt. CEO **Wolfgang Büchele** hat die Mitarbeiter über den bevorstehenden Abschied informiert. Roegner war seit dem Jahr 2002 für den Gasehersteller, Anlagenbauer und Logistikdienstleister mit Hauptsitz in München tätig. Nun wird spekuliert, dass der frühere Chef Roegners und langjährige Wegbegleiter **Wolfgang Reitzle** seinen früheren Chefkommunikator in eine neue Aufgabe locken wird. Reitzle war bis Frühjahr 2014 Linde-CEO.
2. **Mager leitet Kommunikation bei RWE Dea in Hamburg:** Olaf Mager (55) leitet bereits seit dem 15. September die externe Kommunikation beim Öl- und Gasförderunternehmen RWE Dea in Hamburg. Er wurde Nachfolger von **Carolin Flemming**, die sich im Mutterschutz befindet. Mager berichtet an den Leiter Unternehmenskommunikation **Uwe-Stephan Lagies**. Zuletzt war Mager Kommunikationsdirektor bei Beratungsgesellschaft für die maritime Industrie DNV GL in Hamburg.
3. **Richard Speich** (39) wechselt zum 1. Dezember von der Agentur Communications & Network Consulting zum Möbel-Shoppingclub Westwing Home & Living in München. Dort wird er die Aufgabe als Global Head of Corporate Communications übernehmen. In der neu geschaffenen Position verantwortet er die internationale Unternehmenskommunikation und berichtet an CEO **Stefan Smalla**.
4. **Bettina Blees kommuniziert für payleven:** Bettina Blees verantwortet ab sofort den Bereich Unternehmenskommunikation bei payleven, einem Anbieter für mobile Kartenzahlung mit Sitz in London und Berlin. In ihrer Funktion als Head of PR & Communications ist sie weltweit für die strategische und operative interne und externe Kommunikationsarbeit des Rocket Internet Portfoliounternehmens zuständig. Blees berichtet direkt an die Geschäftsführung. Zuletzt war sie Presse- und PR-Verantwortliche beim renommierten deutschen Klavierbauer C. Bechstein.

KOMM-PASSION

Personalien compact - Sonstige (4) (47. KW-2014)

1. **Neue Pressechefin der Kreispolizei Recklinghausen:** Inge Such (49) ist neue Chefin der Pressestelle der Kreispolizeibehörde Recklinghausen. Zuvor arbeitete die Kommunikationsexpertin seit 2012 als Gleichstellungsbeauftragte des Präsidiums. Seit 1984 steht sie in Diensten der Polizei. Heute verantwortet sie die Öffentlichkeitsarbeit eines für die zehn Kreisstädte und Bottrop zuständigen Großpräsidiums. Zu ihrer neuen Aufgabe sagt sie: „Wir sind in unserer Demokratie so weit, dass wir über alles reden dürfen und können. Und wenn es aus Polizeisicht nicht möglich ist, muss man deutlich machen, warum es nicht geht.“ (Quelle: [„Stimberg-Zeitung.de“](http://www.stimberg-zeitung.de))
2. **Liebe scheidet zum Jahreswechsel bei Christoffel-Blindenmission aus:** Peter Liebe (51) beendet zum 31. Dezember seine Tätigkeit als Leiter der Abteilung Presse und Information bei der Christoffel-Blindenmission (CBM) in Bensheim. Liebe wird künftig als selbständiger PR-Berater tätig sein. Wie seine Nachfolge geregelt wird, steht noch nicht fest. Bevor er im Jahr 2013 zur Blindenmission kam war zwei Jahre lang Leiter des Fachbereichs Presse und Kommunikation der Stadt Mannheim.
3. **Faust von der „Abendzeitung“ zum Deutschen Museum in München:** Gerrit Faust (48) leitet seit dem 1. November die Abteilungen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie

Werbung beim Deutschen Museum in München. Er übernimmt darüber hinaus die Aufgabe als Pressesprecher. In dieser Funktion wurde er Nachfolger von **Bernhard Weidemann**, der als Pressesprecher Autonomes Fahren zu Daimler gewechselt ist. Faust berichtet beim Deutschen Museum an den Leiter des Bereichs Kommunikation, Strategie und Steuerung, **Carsten Klein**. Zuvor war Faust seit 1996 als Redakteur für die „Münchner Abendzeitung“ tätig, zuletzt als Chef vom Dienst.

4. **Burmeister neuer Sprecher der CDU-Landtagsfraktion in Brandenburg: Martin Burmeister** (36) ist seit dem 10. November neuer Pressesprecher der CDU-Fraktion im brandenburgischen Landtag in Potsdam. Seit dem 7. März war er ehrenamtlicher Pressesprecher des Landesverbandes der CDU und davor bereits drei Jahre als Büroleiter von Dieter Dombrowski in der Landtagsfraktion tätig. Burmeister folgt in der Position auf **Philip Gursch**.

Etats

Mercedes auf der Suche nach einer neuen Lead-Agentur

Mercedes ordnet die Zusammenarbeit mit seinen Agenturen neu. Wie die „W&V“ berichtet, wird Jung von Matt im Sommer des nächsten Jahres seinen Status als Lead-Agentur des Stuttgarter Autobauers verlieren. Wer die Nachfolge antritt, ist noch nicht bekannt. Laut „W&V“ wissen die Entscheider bei Mercedes das auch noch nicht. Zitiert wird Mercedes-Kommunikator Tobias Müller: „In einem nächsten Schritt werden wir uns Gedanken machen, wie eine für uns optimale Agenturkonstellation aussehen könnte.“ Jung von Matt hatte seit 2006 für Mercedes gearbeitet.

Etats compact (8) (47. KW-2014)

1. **Serviceplan trommelt für Kindertag 2015**
Deutscher Verband der Spielwaren Industrie e.V. (DVSI), Stuttgart

A&B One

- was: PR, Pressearbeit und Social Media für den Kindertag 2015 am 1. Juni
an: **Serviceplan Public Relations**, München
2. **Öffentlichkeitsarbeit für die Werbeagentur FCB**
Werbeagentur FCB, Hamburg
was: Reputations- und Image-PR für den Standort Hamburg der Agentur
an: **Ehrenberg Kommunikation**, Hamburg
3. **Metadesign für Dortmunder Energie- und Wasserversorgung**
Dortmunder Energie- und Wasserversorgung GmbH
was: Überarbeitung und Weiterentwicklung des Markenauftritts von DEW21
an: **MetaDesign AG**, Büro Düsseldorf
4. **Inspiring Network fährt mit Sixt**
Mobilitätsdienstleister Sixt SE, Pullach bei München
was: Redaktion, Produktion und Vermarktung für Kunden- und Mitarbeitermagazine
an: **Verlag Inspiring Network GmbH & Co. KG**, Hamburg
5. **antwerpes kommuniziert für HRA Pharma**
HRA Pharma Deutschland, GmbH, Bochum
was: On- und Offline-Kommunikation zur Pille danach „ellaOne“
an: **antwerpes ag**, Köln
6. **BNP Paribas und PP:Agenda setzen Zusammenarbeit fort**
Französische Großbank BNP Paribas, Paris
was: Pressearbeit zur Fotoausstellung Woman Changing India
an: **PP:Agenda GmbH**, Frankfurt am Main
7. **TEMA Berlin arbeitet für Berliner IT-Dienstleistungszentrum**
IT-Dienstleistungszentrum Berlin (ITDZ Berlin)

was: PR, Messe-PR, Geschäftsbericht und externe Pressestelle

an: **TEMA Technologie Marketing AG**, Berlin

8. **Oseon launcht Listen für RealNetworks**

RealNetworks Ltd, London

was: Begleitkommunikation zum Launch der Smartphone-App „Listen“ in Deutschland

an: **Oseon GmbH & Co. KG**, Frankfurt am Main

Agenturen

AIKA sondiert die Themen der Zukunft



Die Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA) schaut nach vorne. Welche Themen sind

bis zum Jahr 2020 für inhabergeführte Kommunikationsagenturen relevant? Welche Entwicklungen gefährdet die Existenz der Kommunikationsdienstleister? Welche Chancen bietet der Markt? Diese Fragen hat der Agenturverband den Zukunftsforschern der aventiture GmbH gestellt. Beim Agenturtag am 28. November in Frankfurt am Main hoffen die AIKA-Mitgliedsagenturen auf fundierte Antworten. Dann präsentiert der Gründer von aventiture, K. Christoph Keller, mit seinen „Foresight-Praktikern“ die Ergebnisse der „AIKA-Zukunftsstudie“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CNC und Capital MSL schließen sich zusammen

Die CNC Communications & Network Consulting AG und Capital MSL, zwei führende internationale strategische Kommunikationsberatungen der MSLGroup, wollen sich zu einem Unternehmen zusammenschließen. Das gemeinsame Unternehmen wird unter dem Namen CNC firmieren und bietet seinen Kunden ein wesentlich breiteres und internationaleres Beratungsangebot. Der Zusammen-



schluss verstärkt vor allem die Marktstellung in London und erweitert das bisherige CNC Netzwerk um Büros in den Märkten des Mittleren Ostens (Abu Dhabi und Dubai). Darüber hinaus wird das Serviceportfolio deutlich erweitert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (2) (47. KW-2014)

1. **Neuer Markenauftritt der Düsseldorfer PR-Agentur Dülberg & Brendel: Ein Redesign hat sich die PR-Agentur Düllberg & Brendel verpasst.** Es zielt darauf, die medienübergreifende Strategie der Agentur und deren redaktionelle Kompetenz hervorzuheben. D&B-Geschäftsführerin Dorothee Schumann: „Unter der Kernbotschaft ‚Premium-PR für Marktführer‘ machen wir Marken und Unternehmen erlebbar.“ Entwickelt wurde der Markenrelaunch von der Düsseldorfer Designagentur stay golden. Weitere Informationen auf der [Agentur-Website](#).
2. **Worldcom-Gruppe mit vier neuen Mitgliedern:** Die [Worldcom Public Relations Group](#), ein internationales Netzwerk unabhängiger PR-Beratungsfirmen, gab am 17. November die Aufnahme von vier weiteren Agenturen bekannt. Die vier neuen Partner sollen Worldcom in den USA, Europa, Afrika und Asien verstärken. Deutsches Mitglied der Worldcom-Gruppe ist die **Agentur HBI Helga Bailey GmbH** mit Sitz in München.

Organisationen

Deutscher Rat für Public Relations: Bentele wieder zum Vorsitzenden gewählt



Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat am 14. November in Berlin getagt und seine Arbeit wieder aufgenommen. Der bisherige Vorsitzende Günter Bentele (Foto), emeritierter Professor für Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig, wurde ebenso wie sein Stellvertreter Matthias Rosenthal, Geschäftsführer und Hauptgesellschafter von KOOB® Agentur für Public Relations GmbH in Mülheim an der Ruhr, für drei Jahre wiedergewählt. Darüber hinaus wurden einige Beschlüsse zu Ratsfällen abgestimmt. Nachdem der Trägerverein die Ratsmitglieder auf seiner Sitzung am 12. September neu gewählt hatte, aber auch der Vorsitzende, Günter Bentele, und der stellvertretende Vorsitzende, Matthias Rosenthal, von ihm nominiert worden waren, konnten diese auf der Sitzung in Berlin vom Ratsplenum gewählt werden. Damit ist der DRPR nach längerer, erzwungener Arbeitspause, die auf einen Konflikt im Trägerverein zurückging, wieder arbeitsfähig und hat seine inhaltliche Arbeit neu aufgenommen. Günter Bentele und Matthias Rosenthal wurden jeweils einstimmig gewählt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Medien

Ällensbach: Entscheider-Elite glaubt an die Zukunft der Zeitung

Gedruckte Zeitungen sind für Deutschlands Top-Entscheider nach wie vor die wichtigste Informationsquelle zum aktuellen Geschehen. Wie das Insti-

**Die nächste
Budgetrunde
kommt
bestimmt.**

**Mehr Effizienz
mit Lautenbach Sass.**

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

tut für Demoskopie Allensbach im Auftrag des Wirtschaftsmagazins „Capital“ (Ausgabe 12/2014) bei 496 Top-Entscheidern aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung ermittelte, bevorzugen gut zwei Drittel der Befragten dieses klassische Medium. Dabei nutzen 43 Prozent der Spitzenkräfte aus dem „Capital“-Elite-Panel die Printausgabe, weitere fast 25 Prozent auch die Online-Version. Gut jeder Sechste setzt auf andere Online-Angebote.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Medien compact (2) (47. KW-2014)

1. „**Handelsblatt**“ ab Januar 2015 mit zwei **Chefredakteuren: Sven Afhüppe** (43), bisher stellvertretender Chefredakteur beim „Handelsblatt“, wird ab dem 1. Januar 2015 zum neuen Chefredakteur berufen und steht gemeinsam mit **Hans-Jürgen Jakobs** an der Spitze von Deutschlands größter Wirtschafts- und Finanzzeitung in Düsseldorf. Das Führungs-Duo wird die geplante Redaktionsreform des „Handelsblatts“ umsetzen, bei der die zwei Digitalredaktionen Handelsblatt Online und

Handelsblatt Live sowie die Printredaktion miteinander verschmolzen werden. Die Doppelspitze soll vor allem der arbeitsintensiven Umbauphase der knapp 200-köpfigen Redaktion, die an 25 Standorten in 18 Ländern arbeitet, Rechnung tragen.

2. **Journalistenfachtitel „Message“ ab 2015 nur noch digital:** Die in Hamburg erscheinende Internationale Zeitschrift für Journalismus „Message“ erscheint ab 2015 nur noch in digitaler Form. Die gedruckte Ausgabe wird zum Ende des Jahres eingestellt, wie der **„Message“-Verlag, die Gesellschaft für Medienkultur und Qualitätsjournalismus**, am 18. November in Hamburg mitteilte. Statt ihrer soll den Abonnenten eine **„Message“-App oder ein ePaper** angeboten werden. Der Verlag ermittelt derzeit die Präferenzen der Kunden. Die Fachzeitschrift erscheint seit 15 Jahren. Gegründet wurde sie 1999 von Journalistik-Professor Michael Haller, Universität Leipzig.

CSR + Reputation

Fokus Wesentlichkeitsanalyse: KPMG Leitfaden Materialität

KPMG hat einen neuen Leitfaden zur Erstellung einer Wesentlichkeits-Analyse für die Nachhaltigkeits- und CSR-Berichterstattung veröffentlicht. Die Publikation unterstützt bei der verlässlichen und praktischen Identifikation der Sozial-, Umwelt- und Governance-Themen, die für ein Unternehmen und seine Stakeholder am bedeutendsten sind.

Darüber hinaus hilft der Leitfaden bei der Verknüpfung der Wesentlichkeits-Analyse mit umfassenden Risikomanagement-Prozessen im Unternehmen und kann so auch als Instrument für die Strategieentwicklung eingesetzt werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neuer CSR-Leitfaden für KMU erschienen

Eine Verantwortliche Unternehmensführung (Corporate Social Responsibility, CSR) dient sowohl der

Wie man Viralität erzeugt

In den sozialen Medien gilt: Aufmerksamkeit kann man nicht kaufen, sondern man muss sie sich verdienen. Doch das ist leichter gesagt als getan. Warum waren der Harlem Shake und die Ice Bucket Challenge so erfolgreich? Und warum hat „Dagi Bee“, eine 19-jährige YouTuberin aus Düsseldorf, auf dem Kurznachrichtendienst Twitter sechs Mal so viele Follower wie die Deutsche Bank?

Es gibt jedoch einige Grundregeln, die Unternehmen beachten sollten. Welche das sind, erklärt Kevin Allocca, Trendmanager bei YouTube (ja, solche Jobs gibt es wirklich), *[hier in einem sehenswerten Vortrag](#)*.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Gesellschaft als auch einer erfolgreichen Unternehmensentwicklung und schafft – gezielt eingesetzt – Wettbewerbsvorteile. Der von UPJ veröffentlichte Leitfaden zeigt anhand von zahlreichen Beispielen kurz, knapp und anregend, wie Verantwortliche Unternehmensführung systematisch angegangen werden kann.

Der Leitfaden richtet sich an mittelständische Unternehmen, die einen verständlichen Einstieg in die Thematik suchen oder erste bestehende Aktivitäten ausbauen wollen. Er verdeutlicht was CSR in den vier Handlungsfeldern Markt, Umwelt, Arbeitsplatz und Gemeinwesen konkret bedeutet und welche praktischen Ansatzpunkte und Handlungsmöglichkeiten es für Unternehmen gibt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Kunden bestrafen mangelnde CSR

Die Nürnberger Marketingagentur Icon Added Value hat in einer repräsentativen Eigenstudie den Zusammenhang von verantwortungsbewusstem Handeln und den Kaufentscheidungen der Konsumenten untersucht. Das Fazit: Gesellschaftliche Verantwortung wird erwartet, Nichtstun wird ebenso abgestraft wie „unechtes“ CSR. Unternehmen stehen bei Corporate Social Responsibility demnach nicht vor der Frage nach dem Ob, sondern nach dem Was und Wie.

Deutschland denkt sozial. Und nimmt die Unternehmen in der Pflicht. Der Konsument straft dabei die schwarzen Schafe ungleich härter ab als er die Guten belohnt. Negative Verhaltensweisen haben einen deutlich stärkeren Einfluss, um sich bewusst gegen ein Produkt oder eine Einkaufsstätte zu entscheiden, als positive Verhaltensweisen die Entscheidung dafür bewirken. Wann also wird soziales Verantwortungsbewusstsein belohnt?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Welcher Fachkräftemangel? Viele Chefs würden sich gerne von Mitarbeitern trennen



Wenn ein Unternehmen das eigene Führungskonzept nicht wohlwollend-kritisch auf den Prüfstand stellt, wenn es seine Mitarbeiter für untauglich hält – und die Führungskräfte im Umkehrschluss für sehr tauglich, dann kann Employer Branding für dieses Unternehmen nicht funktionieren.

Vorgesetzte sehen sich als Vorbild: Warum ich das schreibe? Weil sich laut einer [Pressemitteilung der Unternehmensberatung Baumann](#) rund 60 Prozent der Vorgesetzten in deutschen Unternehmen gerne von einem Teil ihrer Mitarbeiter trennen würden. Nicht einmal die Hälfte der Manager

Zertifikatslehrgang
„Krisenkommunikations-
manager/in“ (DGfKM)



7. Jahrgang
Letzte Plätze sichern
25. bis 27. Februar 2015 - Hamburg

glaubt, über die richtigen Mitarbeiter zu verfügen, um ihre Zielvorgaben zu erreichen. Ein Großteil der Führungskräfte neigt zu einem sehr positiven Selbstbild. Acht von zehn Vorgesetzten sehen sich als Vorbild für ihre Mitarbeiter. Soweit die Aussagen von Baumann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 123 – Alexander Dressel: Küchenparty mit Obama und Putin wäre reizvoll

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



Interview mit Alexander Dressel zur Bedeutung der Michelin-Sterne für die Kommunikation der Spitzengastronomie. Alexander Dressel ist Präsident der Jeunes Restaurateurs, einer Vereinigung von jungen deutschen Spitzenköchen, und zudem Gastgeber im Potsdamer Sterne-Restaurant „Friedrich Wilhelm“.

PR-Journal: Jedes Jahr Anfang November erwarten Spitzengastronomen gebannt die Bekanntgabe der Michelin-Sterne – eine der höchsten Auszeichnungen für gute bis hervorragende Küche. Welche Bedeutung hat diese Ehrung heute noch für einen Spitzenkoch?

Alexander Dressel: Ein Stern ist nach wie vor der Ritterschlag in unserem Beruf. Ebenso wie alle anderen Auszeichnungen ist er eine besondere Anerkennung nicht nur für den Koch, sondern für das ganze Team. Ich kenne keinen Kollegen, der nicht unendlich stolz ist, wenn er einen Stern zuerkannt bekommt. Die besondere Wertschätzung beschränkt sich aber nicht auf die Auszeichnung mit Sternen oder Hauben. Die Führer wie „Guide Michelin“ oder „Gault Millaut“ gehen deshalb neue Wege: Auch junge, unkonventionelle Küche wird vorgestellt und ausgezeichnet beispielsweise durch eine Erwähnung beim Bib Gourmant.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht - Unser Weihnachtsmenü: Marinierte Sardinen mit Anchoviskuchen



(nsb) In den Tiefkühlgeräten des Handels liegen sie jetzt wieder – die dicken, polnischen Hafermastgänse. Von den Geflügelhöfen dringt das laute Kollern der Puten, aus den Teichen wird das schlammige Wasser gepumpt, es wird abgefishet und die Karpfen kommen zum Klären in Becken mit sauberem Wasser. In einigen Wochen werden fette Vögel und Fische zentraler Bestandteil des traditionellen Weihnachtsessens sein – die Deutschen lieben es deftig an den Festtagen.

Die schöne Sitte, an den großen Festtagen im großen Familienkreis ein opulentes Essen zu genießen – sie lebe hoch! Aber fett und reich an Kalorien muss die Speisenfolge nicht sein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Neuaufgabe der European Communications Convention im Mai 2015

European
Communications
Convention '15



Die Euro-
pean Com-
munications

Convention (ECC) findet im kommenden Jahr eine Fortsetzung. Im kommenden Jahr tagt die Konferenz vom 7. bis 9. Mai 2015 am östlichen Bodensee in Lindau und im österreichischen Bregenz. Der Haupt-Kongresstag am 8. Mai ist im Würth-Haus im Schweizer Rorschach geplant. Zentrales Thema ist Innovation. Dabei geht es um PR für Innovationen, aber auch um innovative PR. Internationale Referenten werden Beispiele innovativer PR-Ansätze im Kunst- und Kulturbereich, im Gesundheitswesen sowie im Feld der CSR präsentieren. Medienpartner sind auch 2015 wieder das „PR Journal“ und die Online-Distributionsplattform „TheNewsMarket“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (3) (47. KW-2014)

1. **Anmeldebeginn für demexco-Aussteller 2015:** Die diesjährige demexco hat sie endgültig

eingeläutet: die „**Digiconomy**“, das Zeitalter der neuen digitalen Ökonomie. 807 Aussteller aus aller Welt, mehr als 470 Sprecher und 31.900 Fachbesucher waren 2014 auf der dmexco in Köln. Zukunftsweisende Strategien will auch die dmexco 2015 liefern, die am **16. und 17. September** in die siebte Runde geht. Die Anmeldeformulare für die zentrale Leistungsshow der globalen Digitalwirtschaft stehen interessierten Ausstellern ab sofort auf der [dmexco-Website](#) zur Verfügung. Vom Early Bird Tarif der dmexco können Frühbucher bis zum 31. Januar 2015 profitieren.

2. **Vortragsveranstaltung der Mainzer Studenteninitiative kommoguntia:** Sie lädt am **2. Dezember ab 18 Uhr** ein, sich mit dem Thema **Suchmaschinenoptimierung** zu beschäftigen. Zur Frage „Wie man im Ranking vorne landet“ referiert Heiko Depner, Geschäftsführer der La Mina GmbH. Er klärt darüber aus, welche Herausforderungen Verantwortliche in PR und Marketing hier bewältigen müssen. Veranstaltungsort ist Raum 02-507 im Georg-Förster-Gebäude der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenlos, eine [Anmeldung per Facebook](#) wird erbeten.
3. **PR-Lecture am 26. November in München:** Gemeinsam mit der **Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG)** lädt die **Hochschule Macromedia zur PR-Lecture „Bedeutet Social Media das Ende der PR?“**. Die Veranstaltung findet am 26. November, 18:30 Uhr, am Campus München (Gollierstraße 4) statt. Die Veranstaltung ist offen für Studierende, Fachgäste und interessierte Besucher. Der Eintritt ist frei. Moderator wird Michael Bürker sein, der Professor an der Marcomedia-Hochschule ist. Weiter Informationen und die Anmeldeöglichkeit finden sich auf der [MHMK-Website](#).



Wintersemester 2015/2016 erstmalig in Deutschland eine Studienrichtung auf, die explizit auf eine berufliche Zukunft als Online-Videomacher vorbereitet. Das siebensemestrige Bachelorstudium vermittelt Absolventen die nötigen Kenntnisse, um Online-Videos professionell konzipieren, realisieren und vermarkten zu können. Auch wenn die Produktion eigener Inhalte eine wichtige Rolle spielt, sind die Absolventen nicht auf eine Tätigkeit vor der Kamera festgelegt. Es eröffnen sich berufliche Perspektiven in Produktion, Programmentwicklung, Videoplattform-Management, Künstlerbetreuung, Marketing, PR und vielem mehr. Darüber hinaus wird es ab Frühjahr 2015 ein insgesamt sechsmo-natiges Weiterbildungsprogramm geben, das die Macromedia Akademie Köln anbietet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien

Bildung

Online-Videomacher als neue Studienrichtung

In Zusammenarbeit mit Mediakraft Networks legt die Hochschule Macromedia ab dem kommenden

GPRA-Präsident zur Mitarbeiterzufriedenheit: „Kununu ist nicht der einzige Gradmesser“



Eine Untersuchung der für die GPRA-Mitgliedsagenturen beim Mitarbeiterbewertungsportal Kununu ([siehe Bericht an anderer Stelle im „PR-Journal“](#)) vorliegenden Zufriedenheitswerte hat

für die GPRA als Verband kein zufriedenstellendes Bild erbracht. Zehn von 36 GPRA-Agenturen sind gar nicht aufgeführt, nur elf Mitglieder erfüllen die Kununu-Kriterien, um als „Top Company“ geführt zu werden und lediglich die vier Agenturen consense, Ketchum Pleon, Weber Shandwick und Convensis liegen mit ihren Bewertungen über dem Branchendurchschnitt von 3,63. Das „PR-Journal“ sprach mit GPRA-Präsident Uwe A. Kohrs (Foto) über die Ergebnisse.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TOP



Studien compact (1) (47. KW-2014)

1. **Umfrage: Nachholbedarf bei PR im Münsterland** - Das Wort „unprofessionell“ wurde vermieden, doch die Ergebnisse einer Umfrage unter 51 Unternehmen im Münsterland zeigen, dass die **PR-Arbeit in dieser Region optimierungsbedürftig** ist. Nur 37 Prozent verfügen über eine eigene PR-Abteilung, nur 25 Prozent haben einen Pressesprecher. Bei einem Großteil der PR-Treibenden sind diese Aufgaben anderweitig zugeordnet: In 37 Prozent der Fälle der Geschäftsführung beziehungsweise deren Assistenz, in 40 Prozent der Marketingabteilung oder dem Vertrieb (14 Prozent). Die Umfrage stammt von der Münsteraner Agentur Sputnik GmbH. Auf der [Website von Sputnik](#) finden sich weitere Einzelheiten.

fen“ publiziert. In dem fast 50-seitigen „Praxis-Ratgeber für Newcomer und ‚alte Hasen‘ im Beratungs-, Trainings- und Coachingmarkt“ beschreiben der Inhaber des Unternehmens Bernhard Kuntz sowie dessen Onlinemarketing- und SEO-Spezialist Andreas Lutz, welche Besonderheiten es beim Vermarkten von Beratungsleistungen, gleich welcher Couleur, zu beachten gilt – „gerade weil diese keine Konsumgüter wie Wurstsemmeln und keine Gebrauchsgüter wie Bratpfannen sind“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise compact (1) (47. KW-2014)

1. **Hunger schreibt über das Rollenverständnis von PR und Journalismus:** Unter dem Titel „**Die Wahrheit liegt auf dem Platz**“ veröffentlicht der Oberauer-Verlag, Salzburg, ein Buch von **Ex-Porsche-Kommunikator Anton Hunger**. Darin sind seine Kolumnen über das Rollenverständnis von PR und über die Beziehung zum Journalismus zusammengefasst, die er in den vergangenen Jahren für das „Medium Magazin“ geschrieben hat. Es ist ein reichhaltiger Fundus an Einsichten, die weit über die lustvoll gepflegte Gegnerschaft beider Professionen hinausreicht. Wer noch ein Weihnachtsgeschenk für Kollegen sucht, kann direkt beim [Oberauer-Verlag](#) bestellen: *Anton Hunger, Die Wahrheit liegt auf dem Platz*; Salzburg, 2014; 142 Seiten, 14,90 Euro, ISBN: 978-3-901227-46-2.

Lesehinweise

Kostenloser Marketingratgeber zum 20. Geburtstag von PRofilBerater



Anlässlich ihres 20-jährigen Bestehens hat die auf die (Online) Marketingberatung und -unterstützung von Beratern, Trainern und Coaches spezialisierte PRofilBerater GmbH, Darmstadt, ein kostenloses E-Book „Beratung, Training und Coaching verkauf-

Preise und Awards

Kommunikationspreis Kompass: Vier Stiftungen ausgezeichnet



Vier „Kompass“-Preisträger hat der Bundesverband Deutscher Stiftungen in der vergangenen Woche in Berlin gekürt. Sie setzten sich unter 74 Einsendungen in vier Kategorien durch. Für ihren Gesamtauftritt erhielt die Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG aus München den Preis. In der Kategorie „Projektkommunikation“ wurde die Albert Schweitzer Stiftung – Wohnen & Betreuen aus Berlin ausgezeichnet. Die Bürger.Stiftung.Halle überzeugte in der Kategorie „Einzelne Kommunikationsmaßnahme“. Der Sonderpreis ging an die Kommunalen Stiftungen Münster für ihren außergewöhnlich kreativen Jahresbericht. Der Kommunikationspreis „Kompass“ wird in diesem Jahr zum neunten Mal verliehen, er ist nicht mit einem Geldpreis dotiert. Die Festveranstaltung fand im Jüdischen Museum in Berlin statt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Conchita Wurst wird in Österreich zur Kommunikatorin des Jahres gewählt



Im Rahmen einer Galaveranstaltung am 20. November verlieh der Public Relations Verband Austria (PRVA) die Auszeichnung „Kommunikatorin des Jahres“ an die Künstlerin Conchita Wurst. Die Gäste der PR-Gala begrüßten die „Kommunikatorin des Jahres“ mit Standing Ovationen. Eine Situation, die sie seit ihrem Sieg beim Eurovisions Song Contest vielfach erlebt hat und der sie

auch an diesem Abend wie immer elegant und souverän begegnete.

Foto: PRVA Präsidentin Ingrid Vogl (links) und Juryvorsitzende Daniela Enzi (rechts) gratulieren der PRVA-Kommunikatorin des Jahres, Conchita Wurst zu ihrer Auszeichnung. ©PRVA/Anna Rauchenberger

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Preise und Awards compact (1) (47. KW-2014)

1. **Startschuss für Werbefilm-Wettbewerb „Die Klappe“:** Einer der wichtigsten Wettbewerbe für Werbefilme ist gestartet worden. Bis zum **9. März 2015** ist die **Einreichungsfrist** terminiert. Schon gut einen Monat später werden am 16. April in Hamburg die Preise vergeben. **„Die Klappe 2015“ wird mit Faktor 2 im Kreativranking bei „Horizont“ und „W&V“ bewertet.** Die Jury für den Wettbewerb setzt sich auch 2015 aus unabhängigen Experten der verschiedenen Disziplinen zusammen. Auftraggeber, Kreative, Regisseure, Produzenten und Onliner sitzen an einem Tisch und diskutieren über die eingereichten Arbeiten. Weitere Informationen zur Ausschreibung und den einzelnen Kategorien finden sich auf der Website. www.dieklappe.de

Tipps

Tipps compact (1) (47. KW-2014)

1. **Neue Empfehlung für Sprechergagen verabschiedet:** Sie wollten schon immer in Erfahrung bringen, wie hoch die aktuellen Gagen von Sprechern für Werbespots und Videos sind? Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA, Frankfurt am Main, gibt Antwort: Die neue **„Gagenliste Deutscher Sprecher“** ist beschlossen. Sie entstand auf **Initiative des Forums Creative Services im GWA und der Sektion Werbung in der Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen.** Die Liste wurde in enger Zusammenarbeit mit Vertretern von Sprechern, Filmproduktionen, Agenturen und Tonstudios als Empfehlung für die Branche erarbeitet. Die neue Vereinbarung tritt zum 1. Dezember 2014 in Kraft.

Jobangebote

Hier gibt es die Liste der aktuell in unserer Job-börse stehenden Gesuche und Angebote.

GESUCHE

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

ANGEBOTE (50)

Volontariat/Trainee

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

Agenturen

- *Neuer Sous Chef für storykitchen - ab Februar 2015, München*
- *Junior Berater (w/m) Unternehmenskommunikation, Hamburg*
- *PR Consultant (m/w), Wiesbaden*
- *PR-Berater/in mit Schwerpunkt Mobilität & Technik, Tübingen*
- *PR Trainee Text (m/w) mit Schwerpunkt Mobilität/Technik, Tübingen*
- *PR-Trainee (m/w) für Wellness-Hotellerie/Reise, zw. München & Augsburg*
- *Junior-PR-Berater (m/w) mit Leidenschaft für Food-Themen, Hamburg*
- *PR-Volontär/-in, Köln*
- *Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main*
- *Consultants (m/w) für Berlin und Leipzig*
- *Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Finanzthemen, Hamburg*
- *PR-Volontär (m/w) Schwerpunkt Finanzthemen, Hamburg*
- *PR-Berater (m/w), Köln*
- *Junior PR-Berater (m/w), Köln*
- *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) 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*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*

Behörden (Öffentl.Dienst)

- *Referent (m/w) für Industrie und Energiepolitik, Berlin*
- *Referent (m/w) für internationale Wirtschaftspolitik, Berlin*

Unternehmen

- *Trainee (m/w) Unternehmenskommunikation, Berlin*
- *Director Communications (m/w), München*
- *Leiter Presse und Öffentlichkeitsarbeit (w/m), Duisburg*
- *(Senior) PR Manager (m/w), Stolberg*
- *Referenten (m/w) Unternehmenskommunikation, 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, 24. November 2014 um 19:30 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.845 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. 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
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;

USA: Dr. Markus Lemmens, New York

Neuseeland: Linda Sasse, Wellington

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. (IWW), 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](#)
- PR-Datenbank [Ausbilder](#)
- PR-Datenbank [PR-Ranking](#)
- PR-Datenbank [PR-WebsiteCheck](#)
- PR-Datenbank [PR-Termine](#)