

PR-Journal Newsletter

Nr. 458 / 06. KW 2014

Seite 1

Versicherung gegen Reputationsschäden



Die Versicherungswirtschaft hat Reputationsrisiken als Geschäftsfeld erkannt und erste Produkte auf den Markt gebracht. In zahlreichen Fällen sind Unternehmen gegen Vermögensschäden, die aus einer Reputationsbeschädigung herrühren, durch eine D&O-Police (Directors-and-Officers-Versicherung, auch Organ- oder Manager-Haftpflichtversicherung genannt) abgesichert. Da die Reputation zum immateriellen Vermögen der versicherten Person zählt, werden notwendige Kosten zur Beseitigung oder Eindämmung der Reputationsschäden, wie z. B. ein Public-Relations-Berater, meist von der D&O-Versicherung übernommen. Die Beauftragung ist mit der Versicherung abzustimmen. Bei der Übernahme von Reputationsschäden ist aber gelegentlich ein Sublimit oder eine Höchstgrenze der jeweiligen D&O-Police zu beachten. Einzelne Versicherer (z. B. KuV24) haben im Rahmen der Managerhaftpflicht Reputationsschäden ohne Sublimit mitversichert. *(Foto: Autor Manfred Pivinger)*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Cornelia Kunze wird Europageschäft von Edelman ausbauen



Nach zweieinhalb Jahren im indischen Mumbai wird Cornelia Kunze ab dem 1. März als Vice Chair Europe & CIS, head of regional business development, die Geschäftsentwicklung von Edelman in Europa weiter vorantreiben.

Berichten wird Kunze an Michael Stewart, CEO von Edelman Europe & CIS. Von den Standorten München und London aus soll sie das Geschäft und die Partnerschaften mit globalen Marken und Organisationen ausbauen. In dieser Position wird sie die europäische Geschäftsentwicklung leiten und mit dem Führungsteams in den einzelnen Ländern zusammenarbeiten. Zudem soll sie ausgewählte regionale und globale Kunden beraten, neue Dienstleistungen entwickeln und wichtige Initiativen des Unternehmens umsetzen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DPRG-NRW zu Gast bei der Deutschen Post DHL: Ehrhart empfiehlt Aufbau einer „Corporate Empathy“



Ein Neujahrsempfang am 4. Februar? Geschenk! Denn wer bei der Veranstaltung der Landesgruppe Nordrhein-Westfalen der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) im Bonner Posttower nicht dabei war, der hat einen wegweisenden Vortrag versäumt. Vor knapp 60 Gästen – darunter auch DPRG-Präsident Norbert Minwegen und sein Stellvertreter Philipp Schindera, Kommunikationschef bei der Telekom, – zeigte Gastgeber Christof E. Ehrhart *(Foto, (c) Cornelia Danetzki-DPRG)*, Head of Corporate Communications and Responsibility bei der Deutschen Post DHL, auf, wie sehr die Unternehmenskommunikation im Umbruch ist und wie die Entwicklungsperspektiven aussehen. Ehrhart, im Nebenberuf noch Honorarprofessor für Internationale Unternehmenskommunikation am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig, reflektierte in gut 25 Minuten überaus pointiert, wie sich das Berufsfeld aus Zeiten der Öffentlichkeitsarbeit zum Kommunikationsmanagement in der Postmoderne gewandelt hat. Eine der wichtigsten Herausforderungen für Kommunikationsmanager sei es dabei heute, eine „Corporate Empathy“ für ihr Unternehmen entwickeln.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Inhaltsverzeichnis

Der 458. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 29 Einzelmeldungen.

1. *Versicherung gegen Reputationsschäden*
2. *Cornelia Kunze wird Europageschäft von Edelman ausbauen*
3. *DPRG-NRW zu Gast bei der Deutschen Post DHL: Ehrhart empfiehlt Aufbau einer „Corporate Empathy“*
4. *WERkstatt: Waggner Edstrom startet Co-Working Nachwuchsprogramm*
5. *Klaus Treichel leitet ABB-Kommunikation in Europa*
6. *Drei Neuzugänge erweitern Kompetenzspektrum von Weber Shandwick*
7. *Ströbel Mitglied der Dreierspitze bei achtung!*
8. *Britta Lange wechselt mit Team von pr people zu H+K*
9. *Lichtenberg übernimmt Leitung der Unternehmenskommunikation bei der BSH*
10. *Personalien compact - Agenturen (2) (06. KW-2015)*
11. *Personalien compact - Unternehmen (8) (06. KW-2015)*
12. *Personalien compact - Sonstige (2) (06. KW-2015)*
13. *Hasbro beauftragt Fink & Fuchs PR mit Kommunikationsaufgaben*
14. *Etats compact (14) (06. KW-2015)*
15. *Interview mit Skadi Hartemink: Passende Talente sitzen oft direkt vor unserer Nase*
16. *komm.passion-Dossier 01/2015: Weapons of Mass Production*
17. *Agenturen compact (2) (06. KW-2015)*
18. *DPRG-Leitlinie für Praktika veröffentlicht*
19. *Lasst die Listen - eine Polemik gegen den Aufzählungsjournalismus*
20. *Corporate Publishing: Geheim-PR zwischen Buchdeckeln?*
21. *#30u30-Initiative geht in die 3. Runde*
22. *CSR-Bücher: Mit Nachhaltigkeit und Verantwortung besser verkaufen*
23. *Gut gefragt ist halb gewonnen*
24. *Kommentar zu Leitlinien und Mindeststandards für Praktika: Ein gemeinsamer Kanon fehlt!*
25. *Bewerbungsstart für Master-/MBA-Programm der DAPR*
26. *Auszeichnung für herausragende PR-Abschlussarbeiten: Günter-Thiele-Preis zum 10. Mal in Leipzig verliehen*
27. *Studie: Nachrichten-Empfehlungen im Web wuchsen von 2013 zu 2014 um das Doppelte*
28. *Was ist deutschen Millennials bei einem Arbeitgeber wichtig?*
29. *Lesehinweis: Was Topmarken ausmacht - Von Ernst Primosch*



31. *Jahrbuch für Journalisten 2015: Social Media ist überbewertet!*
32. *Lesehinweise compact (1) (06. KW-2015)*
33. *Bewerbungsphase für „Employer Branding Innovation des Jahres“ ist gestartet*
34. *Was Infografiken sexy macht*
35. *Stamm Medien-Newsletter Februar 2015*
36. *Jobbörse*
37. *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

WERkstatt: Waggner Edstrom startet Co-Working Nachwuchsprogramm



Reine Anwerbeaktion oder echtes Talent-Scouting? Die Agenturgruppe Waggner Edstrom Communications mit Deutschlandsitz in München ruft unter dem Namen „WERkstatt“ ein innovatives Co-Working Programm ins Leben. In der WERkstatt soll kreativen Freelancern aus den Bereichen Graphikdesign, Programmierung, Social Media und Digitalkommunikation der Start in die Selbstständigkeit erleichtert werden. Waggner Edstrom bietet für die Teilnehmer des Programms kostenfrei voll ausgestattete Büroplätze, gemeinsame Kundenpro-

jekte sowie Mentoring. Die Bewerbungsphase startet am 4. Februar und läuft bis zum 16. März 2015. Interessierte Teilnehmer können sich bei [Bianca Eichner, Head of Healthcare, der Agentur per E-Mail](#) vorstellen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Klaus Treichel leitet ABB-Kommunikation in Europa



Klaus Treichel (*Foto*, 50) ist seit dem 1. Januar 2015 Leiter Corporate Communications für ABB in Europa. Die Region Europa wurde im Zuge der Next Level-Strategie im ABB-Konzern durch die Zusammenlegung dreier europäischer Regionen neu geschaffen und umfasst 60 Länder. In dieser Rolle berichtet er an den neuen ABB Europa-Chef Veli-Matti Reinikkala.

Zusätzlich zu seiner neuen Aufgabe ist Treichel weiterhin für die Unternehmenskommunikation bei der deutschen ABB-Landesgesellschaft verantwortlich und sitzt in Mannheim. Funktional berichtet Treichel an Christoph Sieder, den Leiter Corporate Communications für den Gesamtkonzern in Zürich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Drei Neuzugänge erweitern Kompetenzspektrum von Weber Shandwick



Weber Shandwick erweitert mit drei Neuzugängen sein Kompetenzspektrum um Digital-, Werbe- und Verlags-Know-how. Nachdem seit November 2014 Melanie Katschinsk (*Foto I.*) als Associate Director die Münchener Consumer Practice verstärkt, starten nun Martina Riedel (*M.*) und Martin Malewski (*r.*) als Senior Digital Consultants

im Kölner Standort. Katschinski war bis vergangenen Sommer Head of Consumer Marketing bei Ogilvy, wo sie unter anderem für Kunden wie Motorola arbeitete. Riedel verantwortete als Digital Marketing Manager beim Taschen Verlag das globale Online Marketing. Malewski, ehemals Senior Projektmanager bei Grey Worldwide, betreute unter anderem Kunden wie Seat und HSBC.



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ströbel Mitglied der Dreierspitze bei achtung!



Max Ströbel (*Foto*, 42) ist von achtung! zum neuen Chief Strategy Officer berufen worden. Die Hamburger Agentur achtung! wird damit jetzt von der Dreierspitze Max Ströbel (CSO) Thorsten Beckmann (COO und CFO) sowie Mirko Kaminski (CEO) geführt. Ströbel ist seit gut zwei Jahren als Brand Engagement Director bei achtung! tätig. Unter seiner Leitung ist es gelungen, neue Kunden wie Swiss und Salesforce zu gewinnen sowie zahlreiche prämierte Kommunikationsprojekte und -kampagnen zu konzipieren. Bevor er zu achtung! kam, war Ströbel Unit-Leiter bei Rapp Germany und davor Creative Director bei Economia/BBDO. Zu seinen vorherigen Stationen gehörten Scholz & Friends und Leagas Delaney.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Britta Lange wechselt mit Team von pr people zu H+K



Die Kommunikationsagentur Hill + Knowlton Strategies baut sein Führungsteam am Standort Düsseldorf weiter aus: Britta Lange (*Foto*, 44) leitet seit dem 1. Februar den Bereich „Industrial Services“ und berichtet direkt an CEO Ernst Primosch. Nach dem Umzug in größere Räumlichkeiten im August letzten Jahres setzt sich damit das Wachstum der H+K Niederlassung in NRW fort. Zuletzt war Lange als Co-Gesellschafterin von pr people in Köln tätig. Von dort hat sich gleich zwei weitere Neuzugänge zu H+K mitgebracht: Isabell Auer (33) und Nathalie Spanier (28) wechseln ebenfalls in die Landeshauptstadt. Weitere Neuigkeit von H+K: im Sommer soll neben Düsseldorf, Berlin und Frankfurt am Main ein weiterer Agenturstandort in München eröffnet werden.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Lichtenberg übernimmt Leitung der Unternehmenskommunikation bei BSH



Bettina Lichtenberg (*Foto*, 49) ist neue Unternehmenssprecherin für die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH in München. Am 1. Januar hat sie die Leitung der Unternehmenskommunikation des Hausgeräteherstellers übernommen. Lichtenberg kommt von der Heraeus Holding GmbH mit Sitz in Hanau, wo sie seit 2012 die Konzernkommunikation geleitet hatte. Von 2007 bis 2012 war Lichtenberg Kommunikationschefin der Körber AG in Hamburg. In ihrer neuen Funktion ist Lichtenberg als Leiterin der Unternehmenskommunikation auch für Public Affairs und Corporate Responsibility verantwortlich.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

KOMM-PASSION

Personalien compact - Agenturen (2) (06. KW-2015)

1. **Lämmer soll bei Ketchum Pleon digitales Wachstum vorantreiben: Susanne Lämmer**, bis vor kurzem Strategiegeschäftsführerin der Berliner Digitalagentur Torben, Lucie und die gelbe Gefahr (TLGG), unterstützt ab sofort als Digital Strategy Advisor das Digital Team von Ketchum Pleon. Von Berlin aus wird sie Aufgaben an allen deutschen Standorten der Agentur wahrnehmen. Erst vor wenigen Wochen gab Ketchum Pleon die Neuverpflichtung des Digital-Experten **Patrick Lithander** bekannt. Lämmer und Lithander sollen die digitale Expansion von Ketchum Pleon vorantreiben. Lämmer hat sich bisher vor allem mit der Entwicklung umfassender digitaler Kommunikationsstrategien einen Namen gemacht.
2. **Eschen neue Senior PR-Managerin bei Berliner Agentur schoesslers: Stephanie Eschen** (40) ist neue Senior PR-Managerin der Berliner PR- und Marketing-Agentur schoesslers. Zuletzt leitete sie die Public Relations des Berliner Landesverbands des Deutschen Tierschutzbunds und betreute dort auch die Public Affairs sowie das Fundraising. Zuvor war sie für verschiedene Unternehmen im Bereich Kommunikation tätig, unter anderem für Spiegel TV, ARD Digital und den digitalen TV-Sender Tier.TV.

**Personalien compact - Unternehmen (8)
(06. KW-2015)**

1. **Habereeder zurück beim Arzneimittelhersteller MSD:** Christoph Habereeder leitet ab sofort die Abteilung Health Policy & Communications bei dem forschenden Arzneimittelhersteller MSD in Haar bei München, den er bereits aus früheren Zeiten kennt. Nach verschiedenen Stationen bei Siemens begann der Politikwissenschaftler 2007 als Manager Public Relations bei MSD. 2011 wechselte er als PR & Communications Leader zu dem internationalen Medizintechnikunternehmen GE Healthcare, wo er 2013 zum Communications Director Europe aufstieg. In seiner neuen Position bei MSD verantwortet er die Bereiche Health Policy und Kommunikation. Er folgt auf **Kurt Leidner**, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen hat.
2. **Carina Landmann bei Piening Personal.** **Carina Landmann** (34) übernimmt beim Personaldienstleister Piening Personal in Bielefeld von **Frank Schrader** die Marketingleitung. Schrader widmet sich als Mitglied der Geschäftsleitung verstärkt anderen Aufgabenfeldern. Landmann kommt von der Rostocker "Ostsee-Zeitung".
3. **Verena Plettenberg-Görlitzer** als neue Leiterin Marketing & PR sowie **Michael Styla** als Marketingreferent sind seit dem 5. Februar neue Ansprechpartner für die Presse bei der Hudora GmbH in Radevormwald. Das Unternehmen wurde im Jahr 1919 von Hugo Dornseif in Radevormwald gegründet und ist heute ein familiengeführtes Unternehmen mit Fokus auf Produkten im Bereich Sport, Spiel, Freizeit und Fitness. Über 60 Mitarbeiter sind aktuell am Standort Remscheid beschäftigt.
4. **Thomas Schauf** ist seit dem 1. Februar als Senior Experte Public und Regulatory Affairs in der Abteilung Public Affairs Germany bei der Deutschen Telekom in Bonn beschäftigt. Er war zuvor beim Bundesverband Digitale Wirtschaft in Düsseldorf als Mitglied der Geschäftsleitung tätig.
5. **Sebastian Feuß** (35) wird am 1. April neuer Bereichsleiter Presse- und Kommunikation sowie Unternehmenssprecher der Bavaria Film GmbH, München. Er war zuletzt Redakteur beim Branchenmagazin "w&v werben & verkaufen".
6. **Lorenz bei HSE24 von der Volontärin zur Kommunikationschefin:** **Fiona Lorenz** (39)



ist neue Abteilungsleiterin der Unternehmenskommunikation des Homeshopping-Anbieters HSE24 in München. Zu ihren Schwerpunktaufgaben gehört die Steuerung von Corporate-, Fach- sowie Produkt-PR und interner Kommunikation. Darüber hinaus zeichnet sie für den Bereich Veranstaltungen und Events verantwortlich. Sie hatte die Leitung der Abteilung bereits im April 2014 kommissarisch übernommen und berichtet direkt an HSE24-Geschäftsführer **Richard Reitzner**. Lorenz ist bereits seit 1996 für HSE24 tätig, damals startete sie als Volontärin in der Presseabteilung.

7. **Raiffeisen Schweiz mit neuem Kommunikationschef:** **Thomas Gerlach** ist seit dem 1. Februar neuer Leiter der Gruppenkommunikation bei der Raiffeisen Schweiz Genossenschaft in St. Gallen. Gerlach arbeitete zuletzt als Leiter Corporate Communications bei Sulzer Winterthur. Davor war er in verschiedenen Kommunikationsfunktionen bei Sandoz und Ciba tätig.
8. **Thumann bei Abellio in Essen neuer Leiter Politik und Kommunikation:** **Rainer Thumann** (57) leitet seit dem 1. Februar die Abteilung Politik und Kommunikation beim privaten Personennahverkehrs-Unternehmen Abellio GmbH in Essen. Er wurde Nachfolger von **Peter Werz** und berichtet an den Vorsitzenden der Geschäftsführung, **Stephan Krenz**. Thumann ist Journalist und war von 2010 bis 2012 stellvertretender Regierungssprecher in Schleswig-Holstein. Zuletzt war er als Pressesprecher des Baugewerbeverbands Schleswig-Holstein tätig.

Personalien compact - Sonstige (2) (06. KW-2015)

1. **Pentsi neu im PR-Team von Bitkom: Angelika Pentsi** (33) ist seit Anfang Januar neue Mitarbeiterin im PR-Team des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) in Berlin. Als Pressereferentin ist sie für die Themen Intelligente Netze und Infrastrukturen zuständig und beschäftigt sich darüber hinaus mit Telekommunikationspolitik und Breitbandausbau, Industrie 4.0 sowie Smart Grids, intelligente Mobilität, E-Government und E-Health. Vor ihrem Wechsel arbeitete Pentsi als Wirtschaftsredakteurin bei der „Märkischen Allgemeinen Zeitung“ in Potsdam. Ihr Vorgänger bei Bitkom, **Marc Thylmann**, wechselte als Pressesprecher zur Bundesdruckerei. Pentsi berichtet an den Hauptgeschäftsführer **Bernhard Rohlede**.
2. **Claudia Metzke** (34) ist neue Presse- und Medienreferentin des Bauherren-Schutzbunds in Berlin. In der neu geschaffenen Position ist sie seit Anfang des Jahres für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der gemeinnützigen Verbraucherschutzorganisation verantwortlich. Sie berichtet an die beiden Geschäftsführer **Rainer Huhle** und **Florian Becker**. Zuvor war Metzke Pressereferentin beim Zentralverband Gartenbau.

Etats

Hasbro beauftragt Fink & Fuchs PR mit Kommunikationsaufgaben

Zum Jahresbeginn hat Fink & Fuchs PR, Wiesbaden den Etat der Hasbro Deutschland GmbH, Dreieich übernommen. Das Mandat umfasst alle Kommunikationsaufgaben rund um das gesamte Produktportfolio, unter anderem weltbekannte Marken wie das Brettspiel Monopoly, die Kinderknete Play-Doh oder auch die bei Jung und Alt beliebten Dart-Blaster der Nerf-Serie.

Zu den ersten Projekten für die Wiesbadener Kommunikationsagentur gehörten die Transformation des Pressebereiches der Hasbro-Website in einen

Was tun, wenn der Ruf völlig ruiniert ist?

In einem lesenswerten Artikel für den Guardian beschreibt Chris Calland, Account Director bei der Londoner Kommunikationsberatung Hanover Communications, gleich fünf Vorgehensweisen für eine der schwierigsten Herausforderungen des Reputationsmanagements:

Was tun, wenn der Ruf einer Person schon geradezu komplett zerstört ist? Die eigene, persönliche „Marke“ keinen Marktwert mehr hat? **Lesen Sie hier seine fünf Strategien.**

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

multimedialen Newsroom (www.hasbro-newsroom.de) und die Betreuung der PR-Arbeit rund um die weltweit größte Spielwarenmesse in Nürnberg. Gleichzeitig wurde die gesamte Medienarbeit an die neue Agentur übergeben.

Etats compact (14) (06. KW-2015)

1. **Scurrile OTC-Kampagne von Edelman für freie Nasen**
Novartis Consumer Health GmbH, München was: Kampagne für Otriven, inkl. Out-of-Home-Promotion, regionale Medienarbeit und Social Media
an: **Edelman GmbH**, Frankfurt am Main
2. **Diakonie startet mit fischerAppelt Kampagne über das wahre Leben**
Diakonie Deutschland, Berlin was: Kampagne zum Engagement von Diakonie-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
an: **fischerAppelt-Gruppe**, Hamburg
3. **Sputnik erweitert Aufgabenspektrum für technotrans**
technotrans AG, Sassenberg im Münsterland was: Finanzkommunikation zusätzlich zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
an: **Sputnik GmbH Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, Münster

4. **KPRN macht PR fürs Ameron Mountain Hotel Davos.**
Ameron Hotel Collection / Ameron Mountain Hotel Davos, Köln
was: Kommunikationsarbeit, Eröffnungs-Pressearbeit und PR
an: **KPRN network GmbH**, Frankfurt am Main
5. **markenzeichen verteidigt E wie Einfach-Etat**
Strom- und Gasanbieter E wie einfach, Köln
was: Produkt- und Marken-PR / strategische Beratung und kreative Inneentwicklung on- und offline
an: **markenzeichen Agentur für Marketing-Kommunikation**, Düsseldorf
6. Bayer CropScience, Leverkusen
was: Leadagentur für integrierte Kampagne YouFarm (Landwirte-PR)
wer: **Palmer Hargeaves GmbH**, Köln
7. Verycook, französischer Gasgrill-Hersteller, Frankfurt am Main
was: Pressearbeit im deutschsprachigen Raum für Grillen à la Plancha
an: **hesse und hallermann PR**, Hamburg
8. **PREventas begleitet Wiedereröffnung des Reichshof Hamburg**
Hotel Reichshof Hamburg
was: PR-Strategie, B-to-B- und B-to-C-Kommunikation
an: **PREventas** Hamburg
9. **Wunderknaben betreuen Haarpflegemarke Redken**
L'oreal-Tochter Redken, Düsseldorf
was: Social Media-Etat
an: **Wunderknaben Kommunikation GmbH**, Erkrath
10. **fischerAppelt liefert 1.000 Gründe für Blumengeschenke**
Erzeugergenossenschaft für Blumen und Pflanzen Landgard, Straelen
was: Crossmediale Promotion- und Social Media-Kampagne „1000 gute Gründe“
an: **fischerAppelt AG**, Köln
11. **FleishmanHillard gewinnt PR-Etat der Zenium Germany GmbH**
Anbieter von IT-Lösungen für Rechenzentren Zenium Data Centers, London
was: Pressearbeit, Unternehmens-PR, Social Media
an: **FleishmanHillard**, Frankfurt am Main
12. **Styleheads übernimmt Pressearbeit für Thomas Henry**
Bitterlimonaden-Hersteller Thomas Henry GmbH & Co. KG, Berlin

Zu schnell für Ziele?

Kommunikationsplanung mit Lautenbach Sass.

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

- was: Pressearbeit, Branded Entertainment- und PR-Konzeption
an: **Kommunikationsagentur Styleheads GmbH**, Berlin
13. **adel & link betreut neues Jobportal aus dem Silicon Valley**
Internationale Job- und Karrierecommunity Glassdoor, Sausalito (Kalifornien, USA)
was: Pressearbeit und Social-Media-Aktivitäten im deutschen Markt
an: **adel & link Public Relations**, Frankfurt am Main
 14. **Hans-Böckler-Stiftung will mit A&B One "Mehr Profil zeigen"**
Hans-Böckler-Stiftung, Düsseldorf
was: Neuausrichtung mit neuer Kommunikationsstrategie und Markenarchitektur
an: **A&B One Kommunikationsagentur GmbH**, Berlin



Agenturen

Interview mit Skadi Hartemink: Passende Talente sitzen oft direkt vor unserer Nase



Die fischerAppelt Gruppe wird ihr Personalmanagement ausbauen. Eine Schlüsselrolle kommt dabei Skadi Hartemink (Foto) zu. Sie leitet seit Oktober

2014 das Ressort HR des Unternehmens. Die Handelsfachwirtin startete ihre Laufbahn 1989 bei REWE, wechselte später zu Kabel New Media und leitete in den vergangenen zwölf Jahren das Personalressort der Digitalagentur Interone. Das „PR-Journal“ hat sie zu ihrer Arbeit befragt.

PR-Journal: Ziel von fischerAppelt ist es, sich künftig noch stärker als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Wie erreichen Sie das?

Skadi Hartemink: Eine steile Karriere ist heute nicht mehr bei allen wichtig. Im Vordergrund stehen oftmals auch die Vereinbarkeit des Jobs mit privatem Glück und eine angenehme Arbeitsatmosphäre. Wo Arbeit Spaß macht, inspiriert, man Menschen wertschätzt und würdigt, arbeiten Menschen gerne.

Zusätzlich müssen Perspektiven und Qualifikationsentwicklung stimmen und Erfolge möglich sein. Dabei ist es viel wichtiger geworden, neben den Berufseinsteigern auch den erfahrenen Top-Kräften Perspektiven anzubieten. Gerade hier war fischerAppelt in den letzten Jahren besonders erfolgreich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

komm.passion-Dossier 01/2015: Weapons of Mass Production

Immer mehr Marken schaffen Angebote, ihre Produkte zu personalisieren. Neben Cola, Nike und Nivea macht zur Zeit vor allem Nutella in diesem Gebiet Schlagzeilen mit der Möglichkeit, Etiketten mit dem eigenen Namen zu bedrucken. Ist das wirklich



die Zukunft oder nur ein Marketing-Gag? [komm.passion](#) hat sich den Trend der Mass Customization ("individualisierte Massenfertigung") genauer angeschaut und untersucht, wie sich die Beziehung zwischen Kunden und Unternehmen durch individualisiert Produkte verändert und wie Kommunikation dabei helfen kann, neue Zielgruppen zu entdecken und dauerhafte Kundenbeziehungen zu gestalten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (2) (06. KW-2015)

1. **Public Relations von Hoyningen-Huene seit 40 Jahren GPRA-Mitglied:** Ihre 40-jährige Mitgliedschaft in der Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) begeht in diesem Jahr die Agentur Public Relations von Hoyningen-Huene und Partner GbR, Hamburg und Dresden. Sie zählt heute zu den **ältesten Inhaber-geführten PR-Agenturen in Deutschland**. Gegründet wurde sie 1972 in Hamburg von dem PR-Berater und Journalisten Frank Freiherr von Hoyningen-Huene. Drei Jahre später erfolgte dann der Beitritt zur GPRA.
2. **Eurocom-Agenturen optimistisch für das Jahr 2015:** Die **14. Jahreskonferenz des globalen PR-Netzwerks Eurocom Worldwide** am Ende Januar in Lissabon, Portugal, war geprägt von Optimismus und Wachstum. So erwartet die Mehrheit der Mitglieder für 2015, dass sich die positive Entwicklung des letzten Jahres fortsetzen wird. Eurocom Worldwide ist ein internationales PR-Netzwerk bestehend aus 31 unabhängigen, inhabergeführten Agen-

turen mit Fokus auf Public Relations, Marketing-Kommunikation und Reputationsmanagement für Schlüsseltechnologien in Industrie und Wirtschaft. Deutsches Mitglied im Eurocom-Netzwerk ist die Münchner Agentur **Schwartz PR**.

Organisationen

DPRG-Leitlinie für Praktika veröffentlicht

Nachdem die [Gesellschaft PR-Agenturen \(GPRA\)](#) am 2. Februar ihre Mindeststandards für Praktikanten veröffentlicht und somit vor allem Lernziele definiert hat, meldet sich am 6. Februar auch die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) e.V. zum gleichen Thema zu Wort. Allerdings belässt es die DPRG mit ihrer neuen Leitlinie für studentische Arbeit bei einer Orientierungshilfe. Sie soll die unterschiedlichen Beschäftigungsmöglichkeiten studentischer Mitarbeiter in Kommunikationsberufen strukturieren und helfen, die Erwartungshaltungen abzugleichen und so Enttäuschungen im Rahmen eines Beschäftigungsverhältnisses zu vermeiden. Inhaltliche Vorgaben, wie Praktika aus DPRG-Sicht ausgestaltet sein und welche Inhalte vermittelt werden sollten, macht der Berufsverband der PR-Branche nicht. Er will mit seiner Leitlinie für studentische Arbeit auf die neuen Fragen und Erwartungshaltungen von Arbeitgebern und Studierenden antworten, die mit der Einführung des Mindestlohns aufgekommen sind. Eine Arbeitsgruppe entwickelte die Leitlinie im Nachgang des 2014 von der DPRG gestarteten Nachwuchs-Dialogs.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Medien

Lasst die Listen - eine Polemik gegen den Aufzählungsjournalismus



Ein fulminanter Start: Eine der ersten uns heute noch bekannten Listen der Menschheit wurde gleich in Stein gemeißelt. Das war auch deswegen gut möglich, weil sie nur zehn Punkte umfasste, die auch noch recht prägnant formuliert waren, zum Beispiel: „Ich bin der Herr, Dein Gott. Du sollst keine anderen Götter haben neben mir.“ Klare Ansage, solide Kernbotschaft, fertig. Seitdem hat sich die Listen-Qualität leider deutlich verschlechtert. Überall lauern Listen, die man nicht wirklich ernst nehmen kann. Vor einigen Wochen die 12 wichtigsten Tipps für das richtige Verhalten auf der Weihnachtsfeier, danach die 5 Regeln, wie man seine Neujahrsvorsätze durchhält. Und bald: 10 Regeln, wie man sich fit für das Frühjahr macht. Interessant: Immer sind es runde, magische Zahlen. 3, 5, 10, 12, 25 – die meisten Listen umfassen genau so viele Punkte. Eher seltener sind Listen mit 8, 14 oder 23 Punkten. Danke, Welt, dass Deine Komplexität sich am Ende immer in schöne Zahlen schmiegt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Corporate Publishing: Geheim-PR zwischen Buchdeckeln?

Das Fernsehmagazin [ARD-Monitor berichtete am 5. Februar über Corporate Publishing](#). Aufhänger war ein Kinderbuch mit Schleichwerbung, im Buchhandel zu kaufen für 12,95 Euro. Auszug aus dem Text: „Papas neuer LKW macht fast keine Schadstoffe mehr. Das finde ich gut. Papas neuer LKW hat einen Stern, es ist ein Mercedes“. „Das Buch vermittelt eine andere Glaubwürdigkeit. Wenn Sie eine Unternehmensbroschüre machen, steht da immer das Branding oder als Absender das Unternehmen im Vordergrund“, erklärte Maria Akhavan, Verlagsleitung Corporate Publishing beim Verlag Springer Gabler, in einem Interview.

Günter Bentele, Vorsitzender des Deutschen Rats für Public Relations, kam ausführlich zu Wort. Seine Meinung: „Kinder können sich deutlich schlechter wehren. Und sie haben nicht den Blick auf die Welt, den Erwachsene haben. Den können sie noch gar nicht haben. Also ist das besonders verwerflich, wenn diese Zielgruppe so manipuliert wird.“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

#30u30-Initiative geht in die 3. Runde



Die #30u30-Initiative des Fachmagazins „PR Report“ geht in die dritte Runde: Die neue Crew für die Nachwuchsinitiative #30u30 steht

in den Startlöchern. Bereits am 13. Februar treffen die jungen Talente in München aufeinander. Gastgeber ist in diesem Jahr die Sky Deutschland AG. Mehr als 150 Nominierungen haben die Redaktion erreicht - und die Auswahl entsprechend schwer gemacht. „Unser Antrieb bleibt, eine bunte Mannschaft zu finden, die die Vielfalt dieser Branche aufzeigen kann“, sagt Nico Kunkel, Chefredakteur des „PR Report“. „Wir wollen zum gemeinsamen Denken anspornen und eine junge Perspektive gewinnen auf aktuelle Herausforderungen unserer Branche“, erläutert er seine Motive für die Aktion. Lesen Sie



mehr dazu direkt im [„PR Report“](#). Zur ausführlichen Vorstellung der Initiative und der Teilnehmer geht es [hier](#).

CSR + Reputation

CSR-Bücher: Mit Nachhaltigkeit und Verantwortung besser verkaufen

Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit sind kein Selbstzweck, wird immer wieder in der Managementliteratur postuliert. Schlussendlich müsse das Engagement eines Unternehmens auch zum Geschäftserfolg beitragen. Wie das gehen kann, beleuchten nun zwei Neuerscheinungen, die hier kurz vorgestellt werden.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Autoren-Beiträge

Gut gefragt ist halb gewonnen



Und jährlich grüßt das Murmeltier... Ziele festlegen, Kommunikationskonzept erarbeiten oder anpassen, Maßnahmen planen und umsetzen. Wer kennt das nicht? Und doch gibt es große Unterschiede im praktischen Vorgehen. Für

manche ist die Kommunikationsplanung nicht mehr als ein lästiges Ritual, das jährlich fortgeschrieben wird – hier und da angepasst, von der Unternehmensleitung abgenickt, aber nicht grundsätzlich hinterfragt. Andere prüfen dagegen sehr genau, wie sich die Ausgangslage für die künftige Kommunikation verändert hat, auf welcher Basis geplant werden kann und was die Kommunikation nach gründlicher Abwägung leisten kann und muss. Business as usual oder mit frischem Geist die eigene Arbeit in Frage stellen?

„PR-Journal“-Autor Wolfgang Griepentrog (*Foto*) empfiehlt Weiteres. In seinem Blog „Glaubwürdig kommunizieren“ plädiert er dafür, den Kurs der Kommunikation kritisch zu hinterfragen. Dazu bietet er sechs Fragen an, deren Beantwortung dabei helfen sollen, das Verständnis für das Notwendige und Machbare im Kommunikationsauftritt zu schärfen. Lesen Sie seinen Beitrag [„Impulse für die Kommunikationsplanung: Sechs Fragen, über die Sie Klarheit gewinnen sollten“](#) auf seinem Blog „Glaubwürdig kommunizieren“.

Kommentare

Kommentar zu Leitlinien und Mindeststandards für Praktika: Ein gemeinsamer Kanon fehlt!

Jetzt ist sie raus, die [DPRG-Leitlinie für studentische Arbeit](#). Angekündigt werden „Erste Ergebnisse aus dem Nachwuchsdialo.“ Mal ehrlich: Was muss das für ein sterbenslangweiliger und zäher Dialog gewesen sein, wenn der Berufsverband der PR-Branche in Deutschland nach der Neuwahl des Vorstands im Sommer 2014 mehr als ein halbes Jahr dafür braucht, in einer Leitlinie zwischen einem Orientierungspraktikum, einem Vertiefungspraktikum und einer Tätigkeit als Werkstudent zu unterscheiden. Keine einzige Festlegung auf irgendwelche Inhalte ist erfolgt, lediglich eine Honorarempfehlung für ein Orientierungspraktikum auf den Ba-



föG-Höchstsatz und das Bekenntnis zum Mindestlohn bei Vertiefungspraktika sind an konkreten Ergebnissen herauszulesen. Gut, nun kann man sagen, dass diese Basisarbeit lediglich der erste Schritt war und schon ein Stückweit Orientierung darstellt, aber viel ist das nicht, oder?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Bewerbungsstart für Master-/MBA-Programm der DAPR

Interessenten können sich ab sofort um Studienplätze für den nächsten Durchgang des berufs begleitenden Master- und MBA-Programms an der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR), Düsseldorf, bewerben. Der startet am 19. Oktober 2015 in Düsseldorf. Die DAPR bietet das vollmodulare Studium in Kooperation mit der Donau-Universität Krems an, die als staatliche Hochschule die Abschlüsse vergibt.

Die DAPR hat bereits alle Termine für die Präsenzmodule im Rahmen des 4- bzw. 5-semesterigen Studiums veröffentlicht. „Uns ist es wichtig, dass unsere Teilnehmer die Präsenztage lange im Voraus mit ihren Arbeitgebern abstimmen können und ihnen ein hohes Maß an Flexibilität zu bieten“, so DAPR-Programm-Managerin Christina Horn.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Auszeichnung für herausragende PR-Abschlussarbeiten: Günter-Thiele-Preis zum 10. Mal in Leipzig verliehen



Der Günter-Thiele-Preis 2014 geht an Maïke Lehnhoff und Kevin Reißig. Die Absolventen des Bachelorstudiengangs Kommunikations- und Medienwissenschaft bzw. des Masterstudiengangs Communication Management an der Universität Leipzig wurden für ihre herausragenden studentischen Abschlussarbeiten geehrt. Die Preisträger nahmen die Auszeichnungen am 6. Februar im Rahmen der feierlichen Zeugnisverleihung des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft auf dem Mediacampus Villa Ida in Leipzig vom Juryvorsitzenden des Günter-Thiele-Preises, Professor Günter Bentele, entgegen.

Foto (v. l. n. r.): Die Preisträger Kevin Reißig und Maïke Lehnhoff mit dem Juryvorsitzenden Professor Günter Bentele.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Slammerin Julia Engelmann in ihrem Vortrag beim Bielefelder Hörsaal-Slam. Der „Stern.de“-Bericht über den technisch einfach produzierten, fünfminütigen Wortbeitrag wurde zur Lieblings-Geschichte, die die Internet-Nutzer 2014 weitererzählten: 288.092 „Likes“ bekam sie auf der Social-Media-Plattform Facebook – unangefochtene Spitze unter den insgesamt 476.000 Internet-Artikeln, die die Forscher im vergangenen Jahr auswerteten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Was ist deutschen Millennials bei einem Arbeitgeber wichtig?



Millennials, Generation Y, Digital Natives - das Thema ist nicht neu. Das gilt auch für die Erkenntnis, dass die Generation Y länderübergreifend bestimmte Grundwerte hat, es aber regionale Ausprägungen gibt. Millennials in China oder Indien haben andere Präferenzen als ihre deutschen Generationensgenossen. Jetzt hat Universum die [Millennial-Studie vom Sommer 2014](#) noch einmal ausgewertet und Unterschiede zwischen Deutschland und dem Rest der Welt herausgearbeitet. Für die Studie befragten Universum, das Insead Emerging Markets Institute und The Head Foundation von Juni bis Juli 2014 mehr als 16.000 Studierende und junge Berufstätige in 42 Ländern. Eins der Ergebnisse: „Work smarter, not harder“ ist eine Einstellung zum Berufsleben, die bei den 18- bis 35-Jährigen weit verbreitet ist (*siehe Schaubild*). Hier kommen die wichtigsten Aussagen der Auswertung:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien

Studie: Nachrichten-Empfehlungen im Web wuchsen von 2013 zu 2014 um das Doppelte



Worüber spricht das Web? Welche Themen werden am häufigsten geteilt? Und über welche Plattformen? Das untersuchen Forscher der TU Darmstadt und

der TU Dresden in einer Langzeitstudie. Die Zahl der Nachrichten-Empfehlungen wuchs gegenüber 2013 auf mehr als das Doppelte. Am häufigsten geteilt: Berichte über Gewalt und Verbrechen – und ein zum Nachdenken anregendes Zeitgeist-Video aus dem Bielefelder Hörsaal-Slam. „Eines Tages werde ich alt sein, Baby, und an all die Geschichten denken, die ich hätte erzählen können“, so Poetry-

Lesehinweise

Lesehinweis: Was Topmarken ausmacht - Von Ernst Primosch



Marken entstehen im Kopf und durch gute Geschichten. Davon ist Ernst Primosch (Foto) überzeugt. Doch was macht eine Topmarke wirklich aus? Der CEO und Chairman von Hill+Knowlton glaubt an Brand-Stories, also an den narrativen Ansatz, der ein Produkt zur Marke macht. Die Trennung von Markenführung, Marketing, Vertrieb und Kommunikation hält er hingegen für ein Konzept von gestern. Alle Bereiche, so Primosch, müssten sich an der visionären Ebene oder - wie Steve Jobs es nannte - dem „Why“ orientieren. Lesen Sie den Beitrag [„Was Topmarken ausmacht“ im Blog von H+K](#) in voller Länge.

Jahrbuch für Journalisten 2015: Social Media ist überbewertet!



„Es war eine historische Fehlentscheidung, journalistische Inhalte online kostenfrei anzubieten“, sagt Volker Lillenthal. Der Inhaber der Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur in Hamburg warnt außerdem vor einer Überbewertung von Social Media. Im neuen Jahrbuch für Journalisten 2015 äußert er sich zu aktuellen Entwicklungen in der Medienlandschaft. Das Jahrbuch für Journalisten hat Beiträge gesammelt, die in den vergangenen Monaten zu dem Themen Journalismus, Gesellschaft, Politik und Medien erschienen sind, und die weit über den Tag hinaus Gültigkeit haben. In den zahlreichen Beiträgen geht es nicht nur um Digitales, sondern auch um Strategie, vor allem aber um Journalismus. Autoren sind renommierte Journalisten, Chefredakteure und Verleger. Das Jahrbuch richtet sich an Journalisten, Chefredakteure, Medienmanager und Politiker.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise compact (1) (06. KW-2015)

1. **Edelman und Marell sprechen über die Ergebnisse des Trust-Barometers: Richard Edelman** und seine Deutschland-Chefin **Susanne Marell** nehmen auf „meedia.de“ Stellung zum Edelman-Trustbarometer. Im Interview sprechen sie gemeinsam über die Ursachen für die sinkende Glaubwürdigkeit der klassischen Medien, die Angst der Menschen vor Innovationen und die Zukunft der Kommunikationsbranche. Edelman geht übrigens von einer guten Zukunft aus. Er ist davon überzeugt im Wettstreit mit Werbeagenturen am Ende siegreich zu sein. Lesen Sie das [vollständige Interview auf „meedia.de“](#). Die Fragen stellte „meedia.de“-Redaktionsleiter Alexander Becker.

Preise und Awards

Bewerbungsphase für „Employer Branding Innovation des Jahres“ ist gestartet

Wie in jedem Jahr zeichnet das trendence Institut auch in diesem Jahr wieder Spitzenleistungen des Personalmarketings mit den Employer Branding Awards aus. Die Verleihung findet am 7. Mai in Berlin statt. Keynote-Speaker wird Markus Kühne von der Universität St. Gallen sein. Eine Nominierung kann in den sieben Kategorien Karriere-Website, Karriere-Anzeige, Social Media Impact, Auftritt auf Karrieremessen, Hochschulmarketing, Schülermarketing und Employer Branding Law erfolgen. Als Grundlage der Nominierungen dienen die Ergebnisse von Bewerberumfragen mit rund 50.000 Teilnehmern. Darüber hinaus verleiht trendence den Sonderpreis für die Employer Branding Innovation des Jahres. Bis zum 11. März können sich Unternehmen sowie deren Dienstleister für den Award bewerben. Ausgewählte Projekte werden am Abend der Verleihung vorgestellt. Eingereicht werden können alle Projekte, die neue Wege beschreiten – von Kampagnen über Kampagnenmodule bis hin zu neu

geschaffenen Strukturen und Prozessen. [Zur Website von trendence mit allen Informationen und Formularen für eine Bewerbung geht es hier.](#)

Tipps

Was Infografiken sexy macht



Wer mit Infografiken Aufmerksamkeit und Relevanz

erzielen will, der muss zehn wichtige Regeln befolgen. news aktuell und Faktenkontor, beide Hamburg, haben deshalb eine Infografik erstellt, die erklärt, worauf es bei der Produktion der beliebten Schaubilder ankommt. „Was Infografiken sexy macht - Die 10 wichtigsten Erfolgsfaktoren“ finden Sie, wenn Sie auf "weiterlesen" klicken.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter Februar 2015

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 Januar 2015 wurden 6.611 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 20.423 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](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (44)

Volontariat/Trainee

Die 11 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- *PR-Berater (m/w), Berlin*
- *Juniorberater / Berater (m/w), Berlin*
- *PR-Berater (m/w), München*
- *Junior PR-Manager Unternehmenskommunikation mit Perspektive, Stuttgart*
- *Junior Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf*
- *Junior Berater/in PR in Frankfurt am Main*
- *PR-Berater (m/w), München*
- *PR-Assistent (m/w), Hamburg*
- *Volontariat/Trainee, Frankfurt*
- *Senior Account Manager PR (m/w), Hamburg*
- *Junior Account Manager PR – Schwerpunkt Lifestyle, Hamburg*
- *PR-Berater/in Marke und Lifestyle, Hamburg*
- *Dr. Haffa & Partner sucht PR-Juniorberater (m/w), München*
- *Junior und Senior Consultant für Klenk & Hoursch, München*
- *PR-Berater/Account Manager PR (m/w), Hamburg*
- *Freier PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Beauty/Lifestyle zur Projektunterstützung*
- *PR-Berater (m/w) Fashion, Düsseldorf*

- *Consultant/Projektmanager (m/w), Essen*
- *Digital Content Manager/-in, Düsseldorf*
- *Multimedia-Redakteur/-in, Düsseldorf*
- *PR-Volontariat in Hamburg*
- *Junior Account Manager PR (m/w), Hamburg*
- *Juniorberater/in in Kölner PR-Agentur*
- *Senior Berater/in PR- und Social Media (Vollzeit, unbefristet), Hamburg*
- *PR-Volontariat (Mode) bei Hansmann PR in München*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*

Unternehmen

- *Referent Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (m/w), Düsseldorf*
- *Referent (m/w) Unternehmenskommunikation - Digitales und Kampagnen, Düsseldorf*
- *Referent (m/w) Unternehmenskommunikation - Pressearbeit und Issue Management, Düsseldorf*
- *Junior PR-Mitarbeiter/in für Wirtschaftskanzlei, Berlin*
- *Novartis Oncology sucht einen Communications Manager (w/m), Nürnberg*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 9. Februar 2015 um 19:30 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. 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. (IVW), Berlin.

Für 2014 wurden von InfOnline, Bonn für die
Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen:
343.712 Visits und 828.038 PageImpressions. Das
ergibt einen Tagesdurchschnitt von 1.011
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 ande-
ren 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](#)