

PR-Journal Newsletter

Nr. 472 / 21. KW 2014

Seite 1

Honorar- und Trendbarometer 2015 – Studie der DPRG zu Trends in der PR-Branche



Das Umfeld für professionelle Kommunikation hat sich in den letzten Jahren rasant verändert. Was bedeutet das für das Berufsbild des Kommunikationsmanagers und PR-Beraters? Dieser Frage geht die Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) in Zusammenarbeit mit der SCM – School for Communication and Management, beide Berlin, nach. Mit dem Honorar- und Trendbarometer sollen sowohl ein aktueller Honorar- und Gehaltsspiegel als auch die Zukunftstrends der Kommunikationsbranche erfasst werden. Das Honorar- und Trendbarometer erschien zuletzt im Jahr 2010. Die Neuauflage dieser Studie soll die alten Parameter überprüfen und aktuelle Fragestellungen aufgreifen. Dabei liegt der Fokus auf der Verortung und den Aufgabenfeldern von PR sowie den aktuellen Entwicklungen in der professionellen Kommunikation. Der Stellenwert von Social Media soll in dieser Befragung ebenfalls untersucht werden.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Sabre-Awards EMEA 2015: Beste Kampagne aus Norwegen – Schwartz PR unter den Top-5-Agenturen

Der Gewinner des Abends war die norwegische PR-Agentur Trigger. Für den Kunden Plan Norway, eine Kinderhilfsorganisation, gewann sie den Platin



Sabre Award für die beste PR Kampagne des Jahres 2015: eine virale Kampagne zum Schutz von Mädchen vor Zwangsverheiratung mit dem **Titel: "Stop the Wedding"**. Die Verleihung des Preises für die beste Kampagne war der Höhepunkt der diesjährigen Verleihung der europäischen Sabre-Awards – Veranstalter ist das internationale Branchenmedium „Holmes Report“ – am 19 Mai in London. Die Agenturnetzwerke Ogilvy PR und Weber Shandwick gewannen mit verschiedenen Einreichungen je fünf Gold Sabre-Awards. Ketchum kam auf vier Gold-Awards, Burson-Marsteller, Edelman und Trigger und eine weitere norwegische Agentur namens Geelmuyden Kiese auf drei Gold-Awards.



Schon am 12. Mai hatten wir darüber berichtet, dass **Edelman Europe & CIS zur Pan-EMEA Consultancy of the Year ernannt wurde**. Deutsche Agenturen konnten sich bis auf Schwartz PR unter den 650 Gästen und insgesamt 2.400 Einreichungen kaum hervor tun. Die Münchner Agentur landete zweimal unter den Top-5-Agenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Neues GPRA-Mitglied: Heinrich GmbH – Agentur für Kommunikation aus Ingolstadt

Kaum ist der FC Ingolstadt in die Fußball-Bundesliga aufgestiegen, da schickt sich aus der selben Stadt auch die Heinrich GmbH – Agentur für Kommunikation an, in der ersten Liga der Kommunikationsbranche „zu spielen“ und im Verbund der – nach

Inhaltsverzeichnis

Der 472. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 23 Einzelmeldungen.

1. *Honorar- und Trendbarometer 2015 – Studie der DPRG zu Trends in der PR-Branche*
2. *Sabre-Awards EMEA 2015: Beste Kampagne aus Norwegen – Schwartz PR unter den Top-5-Agenturen*
3. *Neues GPRA-Mitglied: Heinrich GmbH – Agentur für Kommunikation aus Ingolstadt*
4. *Personalien compact - Sonstige (3) (21. KW-2015)*
5. *Personalien compact - Agenturen (3) (21. KW-2015)*
6. *Personalien compact - Unternehmen (3) (21. KW-2015)*
7. *Prominentenaktion gegen Kinderarmut: Woche des Aufrundens vom 1. bis 6. Juni*
8. *„Mein Erbe tut Gutes“ geht in die Verlängerung*
9. *Etats compact (7) (21. KW-2015)*
10. *Agenturen compact (1) (21. KW-2015)*
11. *Unternehmen compact (1) (21. KW-2015)*
12. *Werbewirtschaft: Stabilität in 2014 und positive Prognose für 2015*
13. *DPRG NRW informierte sich bei Haniel über Medienresonanzanalyse*
14. *Organisationen compact (1) (21. KW-2015)*
15. *18,5 Millionen lesen mindestens einmal pro Woche online Zeitung*
16. *„WirtschaftsWoche“ sorgt sich um Europa und startet Imagekampagne*
17. *Deutsche Fachpresse kürt Journalisten und Medien des Jahres*
18. *Hochschule Macromedia und Agentur webguerillas mit Influencer-Studie*
19. *Social Media compact (1) (21. KW-2015)*
20. *DPRG-PR-Talk mit „WAZ“-Chefredakteur Andreas Tyrock*
21. *Gastvortragsreihe an der Hochschule Macromedia Köln: Piwinger kommt am 10. Juni*
22. *Seminare compact (1) (21. KW-2015)*
23. *Lesehinweis: Debatte über mangelhafte Beteiligung von PR-Agenturen am ADC-Festival*
24. *ADC Wettbewerb: Berliner „Lichtgrenze“ gewinnt den Grand Prix*
25. *GWA Effie 2015 startet mit neuen Kategorien*
26. *Preise und Awards compact (2) (21. KW-2015)*
27. *Ohne Block geht es nicht: Promotion Aktion mit Viaprinto für kostenfreien Probedruck*
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



eigenen Angaben – führenden Agenturen Mitglied zu werden. Die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) gab am 20. Mai bekannt, dass die inhabergeführte Agentur um den geschäftsführenden Gesellschafter Peter Heinrich einstimmig als 36. Mitglied aufgenommen wurde. 1999 in Ingolstadt gegründet, bietet das zehnköpfige Team zum einen klassische PR-Beratung. Zum anderen hat sich die Heinrich GmbH auf CSR-Strategieberatung und CSR-Kommunikation spezialisiert. Agenturchef Heinrich erklärt zum Beitritt zur GPRA: „Der Austausch innerhalb des Verbands ist uns sehr wichtig. Wir sehen die Mitgliedschaft in der GPRA als sehr gute Möglichkeit, unseren hohen Qualitätsstandard weiter zu festigen und unsere Kunden mit aktuellem Know-how zu beraten. Wir sind uns auch sicher, dass wir die Arbeit der GPRA aus Sicht der mittelständischen Agenturen bereichern können.“



Foto: Das Agenturteam um Inhaber Peter Heinrich, 4. von rechts. ©Heinrich GmbH – Agentur für Kommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Personalien compact - Sonstige (3) (21. KW-2015)

1. **Stang für Knauer beim HSKF in Frankfurt am Main: Aline Stang** (30) hat zum 1. Mai die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und des Fundraising beim Leibniz-Institut Hessische Stiftung Friedens- und Konfliktforschung (HSFK) in Frankfurt am Main übernommen. Sie wurde Nachfolgerin von **Babette Knauer**, die zur University of Groningen gewechselt ist. Zuletzt war Stang wissenschaftliche Mitarbeiterin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an der Universität Trier. Beim HSKF berichtet sie an den Vorstand **Harald Müller**.
2. **Gesundheitsdepartement Basel mit neuer PR-Chefin: Anne Tschudin** (46) wird vom 1. August an die Kommunikation im Gesundheitsdepartement Basel-Stadt leiten. Sie folgt auf **Jürg Diezig**, der Ende Juli pensioniert wird. Tschudin ist derzeit noch als Klinikmanagerin Chirurgie im Kantonsspital Baselland tätig. Im Gesundheitsdepartement wird sie an den Regierungsrat **Lukas Engelberger** berichten.
3. **Luftverkehrswirtschaft-Verband hat neuen Pressesprecher: Sebastian Scholze** (37) spricht seit dem 1. März für den Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL) in Berlin. In der neu geschaffenen Position des Pressesprechers ist er unter anderem für die Themen Infrastruktur, Luftfracht, Fluglärm und Online-Kommunikation zuständig. Zuletzt war er in gleicher Funktion bei der Immobilienholding ProPotsdam. Beim BDL berichtet er an den Präsidenten **Klaus-Peter Siegloch**.

Personalien compact - Agenturen (3) (21. KW-2015)

1. **Birgit Hackl übernimmt Gesundheits-Unit bei PP:Agenda: Birgit Hackl** (46) koordiniert als Senior Consultant und Projektmanagerin ab sofort die Unit Gesundheit der Agentur PP:Agenda in Frankfurt am Main und Berlin. Darüber hinaus betreut sie weitere Kunden und Projekte der Agentur. Zuletzt war Hackl als freie Beraterin tätig. Seit knapp zehn Jahren



berät sie die AOK Baden-Württemberg in verschiedenen Präventionsprojekten, darunter „ScienceKids: Kinder entdecken Gesundheit“ – ein Projekt zur Gesundheitsbildung in der Schule. Dieses Projekt führt sie bei PP:Agenda weiter.

2. **Runte wird Head of Content Unit International bei C3: Regine Runte** (42) wechselt von ProSiebenSat.1 zu C3 Creative Code and Content. Sie beginnt als Head of Content des International Teams am Münchner Standort von C3. In dieser Funktion leitet sie die Betreuung der Kunden Amway, Allianz Asset Management und Fujitsu. Darüber hinaus unterstützt sie bei internationalen C3-Projekten im Bereich Operations und Prozesse. Runte war während der vergangenen zehn Jahre in verschiedenen Positionen bei der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH tätig, zuletzt als Channel Manager Sat.1 Fiction & Sat.1 Gold, Kabel1 und Sixx.
3. **komm.passion stockt Redaktionsteam auf: Diana Haß** (53) und **Katharina Pavlustyk** (30) unterstützen als neue Redakteurinnen die Düsseldorfer Kommunikations- und Unternehmensberatung. Seit dem 1. Mai sind sie im Bereich „Corporate Publishing“ tätig. Haß war zuletzt freiberuflich tätig. Zuvor arbeitete sie unter anderem als Redakteurin für Spiegel TV, als Hörfunkjournalistin sowie für Tageszeitungen und Magazine. Pavlustyk absolvierte vor ihrem Wechsel erfolgreich ihren Magister in Literatur- und Sprachwissenschaft sowie Pädagogik an der Universität Paderborn und volontierte bei der „Lippischen Landes-Zeitung“, bei der sie zuletzt als Redakteurin angestellt war.

**Personalien compact - Unternehmen (3)
(21. KW-2015)**

1. **Rabinovici PR-Chefin und Pressesprecherin beim Häfft-Verlag: Yael Rabinovici** (38) leitet seit Mitte April die PR-Arbeit des Häfft-Verlags in Berlin. In dieser Position ist sie verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, in Personalunion ist sie auch Pressesprecherin. Rabinovici wurde Nachfolgerin von **Barbara Jennerwein**, die in Elternzeit ist. Zuvor arbeitete Rabinovici als Referentin Marketing und Kommunikation bei Vitanas. Beim Häfft-Verlag berichtet sie an den Geschäftsführer und Verlagsgründer **Stefan Klingberg**.
2. **Margit Wehning neue PR-Chefin bei Colt: Margit Wehning**, seit 2013 für PR und Social Media bei Colt Technology Services verantwortlich, ist dort befördert worden. Sie leitet jetzt bei dem in Frankfurt am Main ansässigen Unternehmen das regionale Marketing und die Unternehmenskommunikation für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Vor ihrem Wechsel zu Colt hatte sie verschiedene PR-Positionen in Agenturen mit dem Schwerpunkt Technologie/IT sowie in Unternehmen in Deutschland und der Schweiz inne.
3. **Böing wechselt von Edelman zu Accor: Liv Böing** unterstützt ab sofort die Unternehmenskommunikation der Hotelkette Accor in München. Als Managerin Media Relations & Media Relations und stellvertretende Sprecherin ist sie für die externe Kommunikation der elf Hotelmarken und rund 400 Accorhotels in Deutschland und Österreich verantwortlich. Sie berichtet an **Eike Alexander Kraft**, Vice President Corporate Communications Accor Central Europe. Vor ihrem Wechsel zu Accor war Liv Böing vier Jahre bei Edelman Deutschland für internationale Kunden aus der Tourismusindustrie verantwortlich.

Etats

Aktion gegen Kinderarmut: Woche des Aufrundens vom 1. bis 6. Juni

Vom 1.-6. Juni findet sie wieder statt, die ‚Woche des Aufrundens‘, Deutschlands größte Prominentenaktion gegen Kinderarmut. Bundesweit sitzen



zahlreiche Prominente an Kassen, besuchen Kinderprojekte oder appellieren mit einer Videobotschaft an ihre Fans. Und das alles mit einem Ziel:



Menschen zum Aufrunden von Cents zu mobilisieren und damit Kinderarmut in Deutschland zu beenden. Initiator ist die unabhängige, gemeinnützige Spendenbewegung ‚Deutschland rundet auf‘, die zu Beginn des Jahres den Deutschen PR-Preis für die beste Kommunikationskampagne in der Kategorie Nachhaltigkeitskommunikation und CSR erhielt.

zahlreiche Prominente an Kassen, besuchen Kinderprojekte oder appellieren mit einer Videobotschaft an ihre Fans. Und das alles mit einem Ziel: Menschen zum Aufrunden von Cents zu mobilisieren und damit Kinderarmut in Deutschland zu beenden. Initiator ist die unabhängige, gemeinnützige Spendenbewegung ‚Deutschland rundet auf‘, die zu Beginn des Jahres den Deutschen PR-Preis für die beste Kommunikationskampagne in der Kategorie Nachhaltigkeitskommunikation und CSR erhielt.

„Mein Erbe tut Gutes“ geht in die Verlängerung



Nach dem erfolgreichen Auftakt im Jahr 2013 geht die Initiative „Mein Erbe tut Gutes. Das Prinzip Apfelbaum“ in

die zweite Runde. Interessierte Hilfsorganisationen haben jetzt die Möglichkeit, sich dem Bündnis anzuschließen und ihre Erbschaftsaktivitäten in einer

dreijährigen Kampagne zu bündeln. Vor zwei Jahren riefen die Organisationen Ärzte ohne Grenzen, DAHW Deutsche Lepra- und Tuberkulosehilfe, Greenpeace, SOS-Kinderdörfer weltweit und Johanniter-Unfall-Hilfe die Initiative ins Leben. Seither ist es der Initiative gelungen, die gesellschaftliche Relevanz des gemeinnützigen Vererbens zum Thema zu machen, potenzielle Erblasser zu interessieren und nicht zuletzt auch dem Thema Legat-Marketing bei Hilfsorganisationen zu einer neuen Bedeutung innerhalb des Fundraising-Mix zu verhelfen. Mittlerweile ist die Initiative auf 19 Organisationen angewachsen. Betreut wird „Mein Erbe tut Gutes. Das Prinzip Apfelbaum“ von der DFC Deutsche Fundraising Company GmbH, Berlin, die als Kommunikationsagentur einen Schwerpunkt im Non-Profit-Bereich hat.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Etats compact (7) (21. KW-2015)

1. **Rod gewinnt Pitch um den Lead bei der SBB AG**
Schweizerischen Bundesbahnen SBB AG, Bern
was: Weiterentwicklung SBB Dachkommunikation
an: **Rod Kommunikation**, Zürich
2. **K1 promotet polnische Biermakre Tyskie**
SABMiller Brands Europe a.s. Niederlassung Deutschland, Köln
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Handelspromotion
an: **K1 Gesellschaft für Kommunikation mbH**, Köln
3. **PR für Luxusresort La Manga Club in Spanien**
Anbieter von Feriendomizilen ArumGroup, Barcelona
was: PR-Etat
an: **Industrie-Contact AG (IC AG)**, Hamburg
4. **public:news betreut Holi Festivalreihe**
Eventagentur Holi Concept GmbH, Berlin
was: Medienarbeit für Cultural Music Festival mit 14 Veranstaltungen
an: **public:news**, Hamburg
5. **Reisemagazin „Sehnsucht Deutschland“ beauftragt Havas PR**
Sehnsucht Deutschland GmbH & Co. KG,



Hamburg
was: PR, Kooperationsanbahnung und Cross-Selling

an: **Havas PR Hamburg**

6. **Scholz & Friends Reputation für Bombardier**

Bombardier Transportation, Berlin
was: Corporate Responsibility Report 2014
an: **Scholz & Friends Reputation**, Berlin

7. **Profil Marketing unterstützt die Kommunikation der Axsos AG**

IT-Dienstleister Axsos AG, Stuttgart
was: Fachpressearbeit Print und Online, Öffentlichkeitsarbeit
an: **Profil Marketing OHG Public Relations**, Braunschweig

Agenturen

Agenturen compact (1) (21. KW-2015)

1. **Ecker & Partner ab sofort mit neuem Auftritt: Neues Logo, neues Design, neue Website – die Wiener Agentur Ecker & Partner Öffentlichkeitsarbeit & Public Affairs GmbH verpasst sich einen frischen Anstrich. Seit 17 Jahren ist Ecker & Partner am österreichischen Markt tätig. Heute arbeiten rund 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Agentur, die auf internationaler Ebene Partner im Netzwerk der Agenturgruppen von Burson-Marsteller ist.**

Unternehmen

Unternehmen compact (1) (21. KW-2015)

1. **Software-Hersteller macht PR gegen Bürokratiebelastung:** Mit seiner aktuellen **Bürokratiemonster-Kampagne** will das Unternehmen **Sage Software GmbH**, Frankfurt am Main, auf die übermäßige Belastung des Mittelstands durch staatliche Auflagen aufmerksam machen. Dazu geht das Unternehmen auf Bürokratiemonsterjagd. Eine Vielzahl an Aktivitäten on- und offline sind geplant. Erstmals setzt Sage dabei mit dem Bürokratiemonster-Spiel auch auf **Social Gaming**. Konzipiert wurde die Kampagne inhouse vom dreiköpfigen PR & Social Media Team des Software-Hauses. Zum Spiel und weiteren Informationen gelangen Sie über die [Sage-Website](#).

Organisationen

Werbewirtschaft: Stabilität in 2014 und positive Prognose für 2015

Investitionen in Werbung in Deutschland 2010 bis 2014					
	2010	2011	2012	2013	2014
Gesamt	24,83	25,29	25,07	25,25	25,27
Honorare, Werbemittelproduktion, Medienkosten	3,5%	1,9%	-0,9%	0,7%	0,1%
davon	15,76	16,03	15,52	15,36	15,32
Nettowerbeinnahmen der Medien	3,1%	1,7%	-3,2%	-1,0%	-0,2%

Angaben nominal, gerundet, in Mrd. Euro.

Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW

Nach aktuellen Erhebungen des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft ZAW, Berlin, hat sich die Branche in Deutschland 2014 leicht positiv entwickelt. Die Gesamtinvestitionen in Werbung beliefen sich auf 25,27 Milliarden Euro, was einer Steigerung um 20 Millionen Euro bzw. von 0,1 Prozent zum Vorjahr entspricht. Die reinen Nettowerbeinnahmen der zwölf vom Dachverband erfassten Werbeträger beliefen sich in Deutschland im Jahr 2014 auf

Von Kommerzchuren und Einkaufsberatern

Wissen Sie, was eine Kommerzchure ist? Mit dem Begriff werden YouTuber gebrandmarkt, die allzu offenherzig gegen Bezahlung Produkte in ihren Videos einbauen. Das Wort legte eine steile Karriere hin: Vor einiger Zeit war es unter den "Deutschland Trends" bei Twitter, gehörte also zu den am häufigsten verwendeten Begriffen auf dem Kurznachrichtendienst.

Es wurde sogar extra ein Verein gegründet, um Kommerzchuren zu bekämpfen. Was das für Ihre Pressearbeit bedeutet, [lesen Sie hier](#).

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

15,32 Milliarden Euro. Im Jahresvergleich setzt sich der Stabilisierungstrend vergangener Jahre damit verstärkt fort: Von 2013 zu 2014 betrug die Entwicklung -0,2 Prozent – gegenüber -1,0 Prozent im Jahr davor. Die fünf stärksten Bereiche sind nach wie vor Fernsehen (knapp 4,3 Milliarden Euro), Tageszeitungen (2,83 Milliarden Euro), Anzeigenblätter (1,85 Milliarden Euro), Online und Mobile (1,35 Milliarden Euro) sowie Publikumszeitschriften (knapp 1,2 Milliarden Euro). Doch eine positive Entwicklung können nur das Fernsehen (+ 4,0 %) und der am stärksten wachsende Bereich Online und Mobile (+ 6,6 %) vorweisen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STAMM
IMPRESSUM

DPRG NRW informierte sich bei Haniel über Medienresonanzanalyse

Ganz im Zeichen der Medienresonanzanalyse stand die Abendveranstaltung des Landesverbands NRW der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) bei Haniel in Duisburg. Rund 50 Teilnehmer nutzten die Gelegenheit, sich von Unicepta-Teamleiter Ranen Ghosh-Dastidar in die Grundzüge und Einsatzmöglichkeiten der regelmäßigen analytischen Aufbereitung der Medienauswertung schildern zu lassen. Seine wichtigste Botschaft: „Die Medienresonanzanalyse validiert und spiegelt das Bauchgefühl eines Kommunikators. Sie zeigt objektiviert auf, wie sich das Image des Unternehmens und seines Vorstandsvorsitzenden entwickelt, wo kommunikative Stärken und Schwächen gerade auch im Vergleich mit seinen Wettbewerbern liegen.“



Foto: Die Verantwortlichen von Franz Haniel & Cie. GmbH, Unicepta und DPRG begrüßten rund 50 Gäste am Stammsitz des traditionsreichen Familienunternehmens in Duisburg.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Organisationen compact (1) (21. KW-2015)

1. **Händlerbund mit neuem Büro im Industrieland NRW:** Als nach eigenen Angaben größter Onlinehandelsverband Europas ist der **Händlerbund Sprachrohr und Partner der E-Commerce-Branche**. Nach Niederlassungen in Leipzig, Berlin und Hamburg hat der Händlerbund jetzt ein Büro in Köln eröffnet. Die Leitung des Büros übernimmt die **Leiterin Kommunikation des Bundesverbandes, Tijen Onaran**.

**Zu schnell
für Ziele?**

**Kommunikations-
planung mit
Lautenbach Sass.**

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

Medien

18,5 Millionen lesen mindestens einmal pro Woche online Zeitung

Zeitungen finden ihre Leser – unabhängig davon über welchen Kanal das geschieht. Wöchentlich 18,5 Millionen Menschen erreichen die Zeitungen derzeit mit ihren Online-Angeboten. Zu diesem Ergebnis kommt die Sonderauswertung der Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG) der AGOF internet facts 2015-3. Das sind knapp eine Million mehr wöchentliche Leser als noch im 4. Quartal 2014. (17,6 Millionen – AGOF internet facts 2014-12). Überdurchschnittlich gut erreichen die Zeitungen hier die jüngeren Zielgruppen. 5,5 Millionen 14- bis 29-Jährige lesen jede Woche am Desktop oder Laptop Zeitung. Das entspricht einer Reichweite von 37,2 Prozent in dieser Altersgruppe. Bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 34,5 Prozent (7,8 Millionen). Auch mobile Endgeräte werden immer häufiger zum Zeitunglesen verwendet. Auf Smartphone und Tablet verzeichneten die Zeitungen zuletzt 8,3 Millionen Leser pro Woche. (AGOF mobile facts 2014 – IV)

„WirtschaftsWoche“ sorgt sich um Europa und startet Imagekampagne

Die „WirtschaftsWoche“ macht sich Sorgen um Europa. Chefredakteurin Miriam Meckel: „Der Sinn der europäischen Integration wird derzeit so stark infrage gestellt wie nie nach 1945. Nationale Interessen rücken wieder in den Vordergrund, und altgediente Vorurteile gegenüber Nachbarstaaten erwachen wieder zu voller Blüte. Das möchten wir nicht so stehen lassen.“ Daher bat das Magazin neun Werbeagenturen, für die Print- und Onlineausgabe



der „WirtschaftsWoche“ Imageanzeigen und -filme über den Wert der EU zu produzieren.

In der Abbildung ist das Motiv von Saatchi & Saatchi zu sehen.

Der Leitgedanke war, die Leserinnen und Leser jenseits der Eurokrise, der Debatte um einen britischen Austritt oder des Griechenland-Problems an die Vorteile der EU-Mitgliedschaft zu erinnern. Schließlich habe die EU neben allen ideellen Stärken vor allem handfeste ökonomische Vorteile für den Exportweltmeister Deutschland. Ein funktionierendes Europa sei im Sinn der deutschen Wirtschaft, heißt es in der Pressemitteilung zur Aktion. Und weiter: „Da ist ein klares Bekenntnis von Deutschlands führendem Wirtschaftsmagazin zur europäischen Einigung nur folgerichtig.“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Deutsche Fachpresse kürt Journalisten und Medien des Jahres

Die Deutsche Fachpresse kürt die Fachjournalisten und Fachmedien des Jahres. Im Rahmen des diesjährigen Kongresses in Frankfurt am Main wurden am 18. Mai bei einer feierlichen Abendveranstaltung mit rund 500 Gästen die Gewinner ausge-



zeichnet. Aus Sicht der Kommunikationsfachmedien besonders interessant: Mehrdad Amirkhizi



(Foto; © Fernando Baptista), Ressortleiter Agenturen und Kreation von „Horizont“, belegte mit seinem Artikel „Die Legende vom Bambi“ den dritten Platz beim „Karl Theodor Vogel Preis der Deutschen Fachpresse – Fachjournalist der Jahres“.

Der Beitrag Amirkhizis beleuchtet die überraschende Werbeetat-Vergabe von Mercedes-Benz an André Kemper und Tonio Kröger. (Das „PR-Journal“ hatte in seinem Beitrag dazu im November 2014 Amirkhizi zitiert und auf seine Beurichterstattung in „Horizont“ verlinkt.) Den ersten Preis mit einer Dotierung von 7.500 Euro erhielt Iestyn Hartbrich für seinen Beitrag „Krankenakte einer Brücke“, erschienen in den „VDI nachrichten“ (VDI Verlag). Der zweite Preis (5.000 Euro) ging an Christine Prußky für den Artikel „Sagen Sie jetzt nichts“ in der Zeitschrift „duz Deutsche Universitätszeitung“ (Dr. Josef Raabe Fachverlag für Wissenschaftsinformation). Amirkhizi (43) freute sich über 2.500 Euro.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Social Media

Hochschule Macromedia und Agentur webguerillas mit Influencer-Studie



Facebook und Co. bleiben für die deutsche Wirtschaft ein wesentlicher Seismograph der Konsumentenlaune: Das unterstreicht eine aktuelle

Studie der Münchner Hochschule Macromedia gemeinsam mit der Agentur webguerillas. Demnach hat jeder dritte Deutsche in den vergangenen sechs Monaten mindestens einmal eine Markenempfehlung oder eine negative Markenäußerung im Social Web gemacht. Über die Hälfte (54 Prozent) davon gehen auch über das Netzwerk der Freunde hinaus, so die Untersuchung „Markenempfehlungen in sozialen Medien“. Sie basiert auf einer repräsentativen Online-Befragung unter 2.000 Probanden zwischen 18 und 65 Jahren in Deutschland und den USA und untersucht erstmals international vergleichend das Empfehlungsverhalten in den sozialen Medien und die Motive von Konsumenten dafür. Wissenschaftlicher Projektleiter war Castulus Kolo (*Foto*), Professor und Dekan der Hochschule Macromedia.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (1) (21. KW-2015)

1. **Social Media Conference – Social Media Meets Content Marketing:** Am 12. und 13. Oktober richtet sich die Konferenz in Hamburg branchenübergreifend an (Online-) Marketingverantwortliche, Social Media Manager, Business Development Verantwortliche und Führungskräfte aus Unternehmen, die zukünftig mit Ihren Produkten / Dienstleistungen verstärkt in Social Media Kanäle aktiv werden oder bereits eingeführte Maßnahmen verbessern möchten. Weitere Informationen auf der [Konferenz-Website](#).

CROSSMEDIALES MONITORING
PROFESSIONELLE ANALYSE
IN EINEM INNOVATIVEN PORTAL
KM+ VON KANTAR MEDIA

AB APRIL 2015

+

KANTAR MEDIA

Termine

DPRG-PR-Talk mit „WAZ“- Chefredakteur Andreas Tyrock



Der Landesverband NRW der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) lädt am 18. Juni um 19 Uhr im Essener Sheraton Hotel ein zum PR-Talk mit Andreas Tyrock (*Foto*), dem Chefredakteur der „Westdeutschen Allgemeinen Zeitung“. Vor dem Hintergrund einer Medien- und Kommunikationslandschaft, die sich im Umbruch befindet, scheint es ein interessanter Abend im Sheraton-Hotel Essen zu werden. Erst kürzlich gab die Funke-Mediengruppe bekannt, zu der neben dem Flaggschiff „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“ auch „Neue Rhein/Ruhr-Zeitung“, „Westfälische Rundschau“ und „Westfalenpost“ sowie das „Hamburger Abendblatt“, „Thüringer Allgemeine“ u. v. a. gehören, dass die Zentralredaktion nach Berlin verlegt wird und von dort mit 50 Redakteuren die

Regionalzeitungen mit Politik- und Wirtschaftsinhalten beliefern soll. Wie entwickeln sich dann die Regionalzeitungen? Schrumpfen die Redaktionen vor Ort über auf das Niveau von Lokalredaktionen?

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Gastvortragsreihe an der Hochschule Macromedia Köln: Piwinger kommt am 10. Juni



In der Theorie ist es ganz einfach, systematisch und strategisch zu kommunizieren. In der Praxis stellt sich die konkrete Umsetzung jedoch oft

schwierig da. Wie es trotzdem gelingen kann, ergründet aktuell eine Gastvorlesungsreihe am Kölner Campus der Hochschule Macromedia. Nach Auftritten von Ex-West-LB- und Greenpeace-Kommunikationschef Hans Obermeier, Andrea Catellani vom Brüsseler Kommunikations-Think Tank LASCO, Jörg Pfannenbergl und Oliver Chaudhuri von JP KOM sowie Angela Behler von der Düsseldorfer Agentur HeithausenBehler, wird die Reihe nun am 20. Mai mit Ralf Packeiser von Insignis fortgesetzt. Er spricht über strategische Kulturkommunikation. Am **27. Mai folgt Horst Pütz** von sichtweise.net zur strategischen Wissenskommunikation. Den Höhepunkt bildet am 10. Juni – nach Aussage des Veranstalters – einer der „profilertesten PR-Köpfe Deutschlands“, **Manfred Piwinger (Foto), der über strategisches Reputationsrisiko sprechen wird.**

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Seminare

Seminare compact (1) (21. KW-2015)

1. **Basistraining der AFK Akademie Führung und Kommunikation:** Ein übungintensives PR-Training für die Berufspraxis in Unternehmen und Agenturen findet vom **22. bis 26. Juni in Oberursel bei Frankfurt** statt. Ver-

PR CAREER CENTER

Das neue Karriereportal für Ein- und Aufsteiger in der Kommunikationsbranche ist da.

www.pr-career-center.com

anstalter des B1 Basistraining PR, 1. Teil: Einführung und Grundlagen ist die AFK. Auf dem Seminarprogramm stehen u.a.: Einführung in die Medienarbeit und das journalistische Schreiben und Denken, Konzeptionstechnik, Veranstaltungskommunikation, Interne Kommunikation und Corporate Communications. Das B1 richtet sich an PR-Fachleute am Anfang ihrer Karriere oder solche, die erste Berufspraxis gesammelt haben. Weitere Informationen auf der [AFK-Website](#).

Lesehinweise

Lesehinweis: Debatte über mangelhafte Beteiligung von PR-Agenturen am ADC-Festival



achtung!-Chef Mirko Kaminski (Foto) hatte zu Beginn der Woche eine Diskussion über die mangelhafte Beteiligung von PR-Agenturen

am [ADC-Festival in Hamburg](#) vom 21. bis zum 23. Mai angestoßen. In einer [Videobotschaft](#) an verschiedene Redaktionen der Branchenpresse zeigte er sich verwundert, dass nur 15 Prozent der Einreichungen in der Kategorie PR von eben solchen Agenturen kämen. Außerdem sei in der Jury kein einziger gestandener PR-Experte, kritisierte er. Die „W&V“ griff das Thema auf und befragte dazu Jan Dirk Kemming, Chief Creativer Officer Europe bei Weber Shandwick, Oliver Schrott, Geschäftsführer der Oliver Schrott Kommunikation GmbH, und Ernst Primosch, CEO von Hill + Knowlton Strategies. Sie pflichteten Kaminski nur zum Teil bei. Lesen Sie den [Beitrag von Anja Janotta direkt bei „W&V“](#).

Preise und Awards

ADC Wettbewerb: Berliner „Lichtgrenze“ gewinnt den Grand Prix



Da sind sich die Kommunikationsexperten aller Disziplinen in diesem Jahr wohl einig: Das Projekt „Lichtgrenze – Jubiläumsprojekt

zu 25 Jahren Mauerfall 2014“ ist die Kampagne des vergangenen Jahres. Nach der Auszeichnung mit dem „Grand Slam“, einem von fünf Gold-Awards bei den „PR Report“-Awards im April ([wir berichteten](#)), gewann die „Lichtgrenze“ nun auch beim 51. ADC (Art Directors Club) Wettbewerb in Berlin den Grand Prix. Auftraggeber für die Agentur WHITEvoid waren die Kulturprojekte Berlin. Die spektakuläre Inszenierung lieferte selbst die besten Argumente für erneute Auszeichnung. „Zum ersten Mal in der Geschichte des ADC wurde ein Grand Prix im ersten Wahlgang und absolut einstimmig gewählt. Alle Ju-

dapr dual
Das Karriereprogramm
für Kommunikationstalente

**JOBEINSTIEG BEI TOP-ARBEITGEBER
INKL. DUALEM MASTERSTUDIUM**

Jetzt bis zum 15. September 2015
bewerben unter www.dapr.de/dual

ryvorsitzenden waren sich einig, dass die ‚Lichtgrenze‘ eine Arbeit von poetischer Größe, ikonischer Kraft und menschlicher Tiefe ist. Eine Arbeit, die Menschen zueinander und ins Gespräch gebracht hat. Ein großartiges Statement der Marke Deutschland, das international große Beachtung fand“, so Stephan Vogel, ADC Präsident.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

GWA Effie 2015 startet mit neuen Kategorien



Der Startschuss für den GWA Effie 2015 ist gefallen. Bis zum 1. Juli können Agenturen, Unternehmen und Organisationen Kampagnen und Markenarbeiten beim Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA) einreichen, die beispielhaft für effektive Markenkommunikation sind. Für Einreichungen bis zum 18. Juni gilt eine ermäßigte Teilnahmegebühr. Die Preisverleihung und der GWA Effie Kongress finden am 5. November 2015 in Frankfurt am Main statt. Erstmals wird der GWA Effie nach Kommunikationsanlässen und -themen statt wie bisher in Branchen Kategorien vergeben. Zu den zehn neuen Kategorien gehören unter anderem „Content Hero“, bei der Plattformen zum nachhaltigen Austausch mit Endkonsumenten gewürdigt werden, oder „Brand Experience“, die Services oder Räume bein-

halten, die die Markenwahrnehmung positiv verändern. Die weiteren Kategorien sind „New-New“, „Comeback“, „Evergreen“, „Activation“, „David vs. Goliath“, „Doing Good“, „Brand Partnerships“ und „Customer Value“. Der GWA Effie öffnet sich damit für Kommunikationslösungen jenseits klassischer Werbekampagnen.

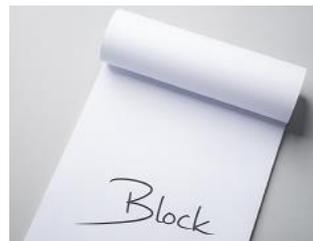
Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Preise und Awards compact (2) (21. KW-2015)

1. **5. Digital Communication Award:** Die Quadriga Hochschule Berlin hat den Startschuss für den **5. Digital Communication Award** gegeben. Noch bis zum **26. Juni** können Agenturen, Verbände und Unternehmen ihre Arbeiten für Europas ersten Wettbewerb einreichen, der sich **ausschließlich mit Digital- und Online-PR** befasst. Einreichungen werden über die [Website zum Award](#) entgegen genommen. Preise werden in insgesamt 34 Kategorien vergeben. Nach dem Einsendeschluss am 26. Juni gibt es noch eine letzte Einreichungsfrist bis zum 2. Juli. Die Preisvergabe erfolgt am 25. September bei einer Gala-Veranstaltung in Berlin.
2. **BEST PRactice Awards des PRVA vergeben:** Der erste Platz ging an die Telekom Austria AG mit ihrer „Breitbandoffensive“. Auf Platz zwei landete die Salzburg AG mit dem Projekt „Nah bei mir. Der Infokanal der Salzburg AG“, betreuende Agentur war die pixelart communications. Auf Platz drei rangierte das Projekt SHIKI von der Carrousel Restaurantbetrieb GmbH, die die Agentur currycom communications GmbH beauftragt hatte. Für den mittlerweile **25. BEST PRactice Award des Public Relations Verband Austria** wurden 20 Projekte eingereicht. Die Überreichung der Urkunden für die in Kooperation mit dem Manstein-Verlag verliehenen Auszeichnungen fand am 19. Mai in Wien statt.

Tipps

Ohne Block geht es nicht: Promotion Aktion mit Viaprinto für kostenfreien Probedruck



Trotz der totalen Digitalisierung unseres Alltags und der Online-Dauer-Vernetzung per Handy auf Facebook, Instagram oder Twitter – der gute alte Block o-

der auch Notizblock hat noch lange nicht ausgedient: Immer zur Stelle, immer an der Basis. Blöcke sind nicht nur für den Eigenbedarf attraktiv, sondern kommen auch bei den Kunden gut an, da sie Präsenz und Nähe schaffen. Im letzten Teil der #probiertichaus-Serie lädt viaprinto die ersten 100 Tester auf 50 Blöcke ein. Wie in den Vorwochen gilt auch jetzt: Wer zuerst kommt, druckt zuerst. Wer das Formular ausgefüllt hat, bekommt nach Prüfung innerhalb von 24 Stunden seinen persönlichen Testcode zum Probedruck zugesandt. Diesen können gewerbliche Neukunden und freie Gestalter aus Deutschland nutzen. Der Testcode ist 72 Stunden lang gültig.

Im nächsten Schritt [einfach hier klicken](#), um den Testcode einzulösen und die vorgeschlagene Konfiguration nutzen: 50 Blöcke, DIN A4 hoch, farbig (4/0), 90g /m² Offsetpapier.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 7 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (44)

Volontariat/Trainee

Die 13 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- *PR-Berater (m/w), Köln*
- *PR-Berater/-in, Berlin*
- *Senior PR-Berater/-in, Berlin*
- *Junior-PR-Redakteur (m/w) Industrie/Handel/Finanzen ab 1.6./1.7.2015, Starnberg*
- *Redakteur (m/w) mit ausgewiesener IT-/TK-Kompetenz, Köln*
- *PR-Berater / Junior-Berater (m/w) Schwerpunkte Energie und Technologie, Hamburg*
- *MuthKomm sucht PR-Berater (m/w), die mit unserer Agentur wachsen wollen, Hamburg*
- *Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Food & Beverage, Hamburg*
- *Junior-PR-Berater (m/w), Montabaur*
- *PR Consultant (m/w) für den Bereich Fashion & Lifestyle in Düsseldorf*
- *Havas PR Düsseldorf sucht PR-Berater / Junior-Berater (m/w), Düsseldorf*
- *Senior Berater (m/w) für strategische Kommunikation (Schwerpunkt Krisenkommunikation), Köln*
- *Münchner Agentur für Finanzkommunikation sucht PR-Berater(in), München*
- *PR-Seniorberater/-in mit Führungsanspruch und Gestaltungswillen, Hamburg*
- *(Junior) Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf*

- *Juniorberater (m/w) Schwerpunkt Technikthemen, JP KOM Düsseldorf und Frankfurt am Main*
- *PR-Berater Marketing Communications/Corporate Communications (m/w), Berlin*
- *PR-Junior-Berater (m/w) in Teilzeit oder Vollzeit, München*
- *PR-(Senior)-Berater / Junior-Berater (w/m), München*
- *PR-Berater(in) Schwerpunkt Gesundheit, Berlin*
- *PR-Berater (m/w), Düsseldorf*
- *Account Manager PR (m/w) für Hamburg*
- *PR-Berater (m/w) Healthcare, Berlin*
- *PR-Berater/Projektleiter und Juniorberater/Projektmanager (w/m), München*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*

Unternehmen

- *Marketing Koordinator Kommunikation (m/w) bei der LLOYD Shoes GmbH in Sulingen*
- *Mitarbeiter (m/w) PR/Kommunikation, Frankfurt oder Köln*
- *Programme Editor (m/w), Luxembourg*

Verbände (Non-Profit)

- *Projektmanager Public Relations (m/w), Düsseldorf*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Samstag, 23. Mai 2015 um 9:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.978 Empfänger** versandt.

Impressum

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Gründer und Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg (seit 2004/1996), (pfeffer[at]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, Chef-redakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (dillmann[at]pr-journal.de),

Postadresse: Linzer Straße 72 b, 53604 Bad Honnef, Telefon: 02224 901616, Mobil:

0171 3326139;

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

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[at]prsh.de) (Teamleiterin); Kristin Becke; Carina Bogus; Jan Jasper Dundurs; Janine Riedel; Lara Wöhrmann.

Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine":

Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

Korrespondenten:

Berlin/Potsdam: Birgit Grigoriou, Berlin

Düsseldorf/Rhein-Ruhr: Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, Agentur Fürstenberg

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

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

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

München/Oberbayern: Frederic Sturm, München, In-doc-Film

Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner

Neuseeland: Linda Sasse, Wellington

USA: Dr. Markus Lemmens, New York.

Rezensionen:

Annett Helbig, Hamburg (helbig[at]mastermedia.de); Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach; Manfred Piwinger, Wuppertal.

Autoren:

Dr. Wolfgang Griepentrog, Leichlingen; Manfred Piwinger, Wuppertal; Mathias Scheben, Andernach.

*Die **Gesichter zu den Namen der "Mitmacher" in der Redaktionsarbeit des PR-Journals** haben wir auf unserer neuen Serviceseite dokumentiert: 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, Mobilfon: 0160 94635777

E-Mail: [redaktion\[at\]pr-journal.de](mailto:redaktion[at]pr-journal.de)

URL: www.pr-journal.de; www.prjournal.de; www.pr-journal.ch; www.pr-journal.at; www.pr-journal.com.



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 942 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,4 Seiten aufgerufen.

SocialMedia-Seiten des PR-Journals:

Twitter: twitter.com/prjournal; twitter.com/prjobboerse;

Facebook: www.facebook.com/prjournal; www.facebook.com/prjobboerse;

Google+: plus.google.com/u/0/+prjournal/posts; plus.google.com/114272728529044425944/posts

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*