

PR-Journal Newsletter

Nr. 473 / 22. KW 2015

Seite 1

„PR-Journal“-Jobbörse: bessere Verbreitung durch neue Partnerschaften



Bessere Verbreitung, mehr Zugriffe, schnellere Auffindbarkeit und neue Partner: die führende deutsche Online-Job-

börse für die PR- und Kommunikationsbranche wartet mit einer Reihe von Neuerungen und Zusatzservices auf. Ab sofort kooperiert die „PR-Journal“-Jobbörse mit der lookas GmbH, Köln, und der Unternehmensberatung [PR Career-Center \(PRCC\)](#), Düsseldorf. Die Vorteile für Stellenausschreiber und Suchende: Jedes einzelne Jobangebot im „PR-Journal“ taucht über den „[PRJ-JobAgent](#)“ der [lookas GmbH](#) nun auch in Stellenbörsenübersichten von Tages- und Wochenzeitungen, Fachportalen und Unternehmenswebseiten auf. Kurzum: Die Auffindbarkeit wird gesteigert, die Verbreitung erhöht. Und Jobsucher vereinfachen ihre Suche erheblich. Sobald sie – kostenfrei – ihren persönlichen „JobAgent“ auf ihre Suchkriterien eingestellt haben, bekommen sie wöchentlich eine Liste mit passenden Jobangeboten per E-Mail zugesandt. Mit dabei können dann – je nach Suchprofil – auch Angebote aus der „Süddeutschen Zeitung“, dem „FAZjob.net“ und dem „Handelsblatt“ sein.

Was die Kooperation mit dem PRCC angeht, so werden ab sofort Doppelbuchungen zu günstigen Konditionen angeboten. Wer also ein Stellenangebot gleichzeitig im „PR-Journal“ und beim PRCC

bucht, erhöht nicht nur seine Präsenz, sondern kann auch Rabatte bis zu 20 Prozent erhalten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Honorar- und Trendbarometer der DPRG: Teilnahme noch bis 3.6. möglich

Noch bis zum 3. Juni können Interessierte am Honorar- und Trendbarometer der Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) teilnehmen. Mit dem Honorar- und Trendbarometer sollen sowohl ein aktueller Honorar- und Gehaltsspiegel als auch die Zukunftstrends der Kommunikationsbranche erfasst werden. Die Studie adressiert Kommunikationsverantwortliche aus Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Institutionen sowie PR-Berater, die in Agenturen oder selbstständig tätig sind. Der Fokus liegt auf der Verortung und den Aufgabenfeldern von PR sowie den aktuellen Entwicklungen in der professionellen Kommunikation. Der Stellenwert von Social Media soll in dieser Umfrage ebenfalls untersucht werden. Auf [dieser Umfrage-Website](#) können Interessierte noch bis zum 3. Juni an der Umfrage teilnehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie zur Kommunikation im Mittelstand: wenig Strategie – unzureichende Budgets

Die neue Studie „Mittelstandskommunikation 2015“ dokumentiert den fortschreitenden Professionalisierungsprozess der Kommunikationspraxis in mittelständischen Unternehmen in Deutschland. Die befragten Unternehmen erkennen zunehmend die Bedeutung von Kommunikation für den Unternehmenserfolg. Dennoch ist Unternehmenskommunikation bei mehr als der Hälfte der Mittelständler noch nicht institutionalisiert, nur unzureichend mit Budgets ausgestattet und erfolgt überwiegend ohne Strategie, obwohl die Stichprobe der Studie eher Best Practices als den Durchschnitt im Mittelstand abbildet. In dem Gemeinschaftsprojekt der Universität Leipzig und der Fink & Fuchs Public Relations

Inhaltsverzeichnis

Der 473. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 35 Einzelmeldungen.

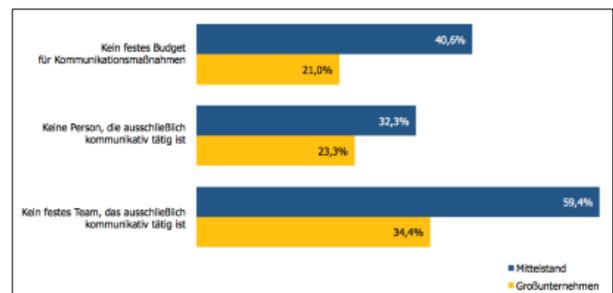
1. *Honorar- und Trendbarometer der DPRG: Teilnahme noch bis 3. Juni möglich*
2. *„PR-Journal“-Jobbörse: bessere Verbreitung durch neue Partnerschaften*
3. *Studie zur Kommunikation im Mittelstand: wenig Strategie – unzureichende Budgets*
4. *ACE ordnet Öffentlichkeitsarbeit neu*
5. *Personalien compact - Sonstige (2) (22. KW-2015)*
6. *Personalien compact - Agenturen (4) (22. KW-2015)*
7. *Personalien compact - Unternehmen (8) (22. KW-2015)*
8. *Uhlmann PR unterstützt Onlinebuchhändler buch7.de pro bono*
9. *Etats compact (16) (22. KW-2015)*
10. *JDB Media ordnet Führung neu*
11. *Agenturen compact (1) (22. KW-2015)*
12. *Leipziger PR-Studenten wählen neuen Vorstand*
13. *3. Österreichischer Kommunikationstag mit Besucherrekord*
14. *Neue Beschwerdeordnung: DRPR will schneller und transparenter arbeiten*
15. *PRSH-Exkursion nach Berlin: Zukunft „Agentur“ – inspirierende Möglichkeiten für den Berufseinstieg*
16. *TV-Quoten im Mai: Fußball-Champions-League verhilft ZDF zur alleinigen Führung*
17. *Christian Thunig wird neuer Chefredakteur der „absatzwirtschaft“*
18. *Neues Schulungskonzept erleichtert Einstieg in die Berichterstattung zur Nachhaltigkeit*
19. *Analyse der Social Media-Aktivitäten: Bayern München und Hamburger SV digital perfekt am Ball*
20. *Umfrage: IT-Unternehmen vermarkten ihre Blogs unter Wert*
21. *Befragung in Pressestellen und PR-Agenturen: YouTube gewinnt an Stellenwert – Facebook verliert*
22. *Rezension über „Des Googles Kern“: Es ist ein Mysterium. Großartig*
23. *Unser großes Sommermenu I: Apéro und Gruß aus der Küche*
24. *Kölner Forum für Journalismuskritik lädt ein zum ersten Treffen*
25. *Seminare compact (2) (22. KW-2015)*
26. *Bildung compact (1) (22. KW-2015)*
27. *AIKA-Zukunftsstudie (II): Dem Consumer-Shift begegnen*
28. *Lesehinweise compact (1) (22. KW-2015)*
29. *Roland Tichy neuer Juryvorsitzender für den Medienpreis Mittelstand*



30. *PR-Journal: 29.120 Besucher im Mai 2015; 33 neue Jobangebote; 23,6 % nutzen Mobilversion*
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 PR-Journal

AG, Wiesbaden, mit Unterstützung des Magazins „pressesprecher“ aus dem Verlag Helios Media, Berlin, wurden Kommunikationsverantwortliche von 310 mittelständischen Unternehmen und eine Vergleichsgruppe aus 262 Großunternehmen befragt.



Das Schaubild zeigt signifikante Unterschiede zwischen Großunternehmen (gelb) und Mittelstand (blau). So haben 41 Prozent aller Mittelständler kein festes Budget für Kommunikation. Quelle: Studie „Mittelstandskommunikation 2015“, initiiert von Universität Leipzig und Fink & Fuchs Public Relations AG. Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Personalien

ACE ordnet Öffentlichkeitsarbeit neu



Michael Schaal (Foto, 57), seit elf Jahren Chefredakteur von „ACE Lenkrad“, der Clubzeitschrift des ACE Auto Club Europa, ist künftig auch für die gesamte Kommunika-

tions- und Marketingarbeit des ACE verantwortlich. Im Zuge der Neuordnung der Öffentlichkeitsarbeit des Stuttgarter Automobilclubs wird die bislang separate Pressestelle sowie die Clubzeitschrift, die Online-Redaktion und die Werbung in die neue Abteilung Kommunikation und Marketing eingegliedert. Dort sind dann rund 20 Fachleute am Werk. Sie sollen Synergien fördern und dem ACE durch ein geschärftes Profil mehr mediale Schlagkraft verleihen. Geleitet wird das Team von Schaal, der Chefredakteur von „ACE Lenkrad“ bleibt. Constantin Hack (29) wird ihn im Bereich Pressearbeit unterstützen. Hack wird auf Rainer Hillgärtner, der von Juni an mit 63 in Rente geht. Hillgärtner war als Pressesprecher mehr als 20 Jahre für den Club tätig ([wir berichteten](#)).

Personalien compact - Sonstige (2) (22. KW-2015)

1. **Sportbund Rheinhessen mit neuem Pressesprecher: Thorsten Richter** (42) spricht seit dem 1. April wieder für den Sportbund Rheinhessen, Mainz. Gleichzeitig ist er dort stellvertretender Geschäftsführer geworden. Richter ist damit ein Rückkehrer, denn vor seinem Wechsel im Jahr 2013 als Projektmanager zur Bundesliga-Stiftung, war er von 2005 bis 2009 schon einmal in gleicher Funktion beim Sportbund Rheinhessen tätig. Sein Vorgänger Dennis Rink wechselte als Ressortleiter Sport zur „Allgemeinen Zeitung“ nach Mainz. Richter berichtet an den Präsidenten **Magnus Schneider**.
2. **Universität Zürich erhält neuen Kommunikationschef: Jürg Dinner** (48) wird als Nachfolger von **Christina Hofmann** zum 1. Dezember

A&B One

neuer Leiter Kommunikation der Universität Zürich. Vorgängerin Hofmann, die das Amt dann zehn Jahre inne hatte, wird neue Aufgaben an der Universität übernehmen. Dinner ist derzeit noch Leiter Kommunikation bei der Swiss National Science Foundation. An der Universität Zürich wird er an den Rektor **Michael O. Hengartner** berichten.

Personalien compact - Agenturen (4) (22. KW-2015)

1. **Kommunikationsagentur Origo baut Service aus:** Mit **Steffen Krägelin** (29) und **Ulrike Pilz** erweitert die Leipziger Kommunikationsagentur Origo ihr Portfolio. Verstärkt werden die Bereiche Webdesign, Onlinemarketing und Public Relations. Krägelin übernimmt ab dem 1. Juni den Bereich Webdesign und -entwicklung. Er war zuvor als selbstständiger Grafiker in den Bereichen Corporate Design und Webdesign tätig. Pilz ist bei Origo künftig für Public Relations, Konzeption und Text verantwortlich. Zuvor arbeitete Pilz in der Agentur ö_konzept und bei zebra | public. Davor absolvierte sie ein Volontariat beim Halleschen Stadtmarketing.
2. **Roth & Lorenz besetzt vakante Führungsposition: Mark Haug** (40) ist seit März 2015 neuer Group Head Business Development im Team der Stuttgarter Agentur Roth & Lorenz. Er übernahm die seit einigen Monaten vakante Position im Führungsteam der Stuttgarter Agentur für Erlebniskommunikation. Haug war zuletzt seit 2012 Management Supervisor bei der Metzler:Vater live GmbH in München, wo er das operative Team geleitet hat.

3. **Convensis stellt neue Mitarbeiterin vor: Johanna Eberl** ist seit dem 1. Mai als neue Senior Managerin Communications bei der Convensis Group in Stuttgart tätig. Sie hat die Leitung für den Bereich Lifestyle und Corporate Publishing übernommen. Zuletzt war die studierte Diplomkulturwirtin als stellvertretende Projektleiterin bei der Messe München angestellt.
4. **Doppelspitze bei Tempus Corporate mit neuem Gesicht: Jan Hawerkamp** (49) übernimmt ab dem 1. Juni an der Seite von **Ulrike Teschke** die Geschäftsführung von Tempus Corporate, dem Hamburger Tochterunternehmen des „Zeit“-Verlags für Corporate Media. Im Duett sollen die beiden den Geschäftsbe- reich weiter ausbauen. Hawerkamp wird Nachfolger von **Manuel J. Hartung** (33), der zum 1. Juli dieses Jahres Ressortleiter von „Zeit“-Chancen und Herausgeber von „Zeit“-Campus wird. Hawerkamp arbeitet derzeit noch bei der JDB-Gruppe, wo er seit 2007 als Geschäftsführer für die Bereiche CP und PR zuständig ist.

Personalien compact - Unternehmen (8) (22. KW-2015)

1. **Executive-Search-Unternehmen Amrop Delta stärkt Kommunikation: Shushila Pandya** (30) übernimmt die neu geschaffene Stelle für Unternehmenskommunikation und Marketing bei Amrop Delta Management Consultants in Düsseldorf. Die Journalistin kommt von Lewis PR, wo sie als Account Managerin tätig war.
2. **Stefan Susbauer spricht für Kabelnetzbetreiber primacom: Stefan Susbauer** (48) ist neuer Unternehmenssprecher von primacom, Leipzig, dem nach eigenen Angaben viertgrößten Kabelnetzbetreiber in Deutschland. Nach eigener Agentur und zuletzt Projekten in den Bereichen Automotive, Architektur und Design in China und Südafrika, kehrt er damit der Selbstständigkeit den Rücken und leitet wieder die Unternehmenskommunikation eines Kabelnetzbetreibers. Bis 2011 war Susbauer verantwort- lich für die Unternehmenskommunikation bei Unity Media. In seiner neuen Funktion ist er nun seit dem 1. April tätig. Er berichtet direkt **Joachim Grendel**, CEO und Sprecher der Geschäfts- führung bei primacom.
3. **Lindberg neuer Chef vom Dienst Kommunikation bei Audi: Jörg Lindberg** (49), seit



2001 mit unterschiedlichen Leitungsaufgaben in der Kommunikation der Audi AG betraut, ist seit dem 1. Mai neuer Chef vom Dienst Kommunikation bei Audi. In seiner neuen Funktion ist er zuständig für die Bereiche Themen- und Issuesmanagement, elektronische Medien und Events. Zuletzt war er Leiter Mitarbeiterkom- munikation und Elektronische Medien bei dem Automobilkonzern mit Sitz in Ingolstadt, davor Leiter Medien- und Themenmanagement. Lindberg berichtet an **Toni Melfi**, den Leiter der Kommunikation.

4. **Wahl ersetzt Seitz als Sprecher des Freizeitparks Rust: Jakob Wahl** (34) ist als Nachfolger von **Dominik Seitz** seit dem 26. März Unter-nehmenssprecher des Freizeitparks Rust. Vorgänger Seitz hat als Repräsentant United Kingdom andere Aufgaben für seinen Arbeit- geber übernommen. Wahl gehört dem Unter- nehmen seit 2013 als Referent der Geschäfts- führung an. Diese Position wird er in Personal- union weiterhin innehaben. Wahl berichtet an die Inhaber **Roland, Jürgen, Michael und Thomas Mack**.
5. **Schweizer Bahngesellschaft BLS mit neuem PR-Chef: Martin Kreuz** (48) wird vom 1. September an die Unternehmenskommuni- kation der Schweizer Bahngesellschaft BLS in Bern leiten. Seit Juni 2014 wurde der Bereich interimistisch von **Olivier Bayard**, dem Leiter Public Affairs und Internationales, geführt. Kreuz kommt von Swissgrid, wo er seit 2011 als Leiter Grid Dialogue & Communications tä- tig ist. Bei BLS wird er an Michael Pohle, den Leiter Unternehmenssteuerung und Mitglied der Geschäftsleitung, berichten.
6. **Klauß übernimmt neue Kommunikations- aufgabe bei Microsoft: Anika Klauß** (28) ist

seit dem 15. Mai neue Communications Managerin Microsoft Cloud Platform. Sie verantwortet von München aus die Kommunikation zu Microsoft Azure sowie der Microsoft-Plattform rund um die Themen Industrie 4.0, Internet of Things und Open Source an alle relevanten Zielgruppen im deutschen Markt. Klauß stieg 2012 bei Microsoft ein und verantwortete zuletzt das Academic-Marketing für Entwickler und IT-Professionals in Deutschland. Zuvor war sie selbständige Kommunikationsberaterin. In ihrer neuen Funktion berichtet sie an **Ines Gensinger**, Leiterin Business & Consumer Communications bei Microsoft.

7. **Bromm folgt auf Harder und berichtet an sie: Katja Bromm** (35) ist seit dem 1. Mai neue Leiterin der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit am Hamburg Airport. Sie folgt auf **Stefanie Harder**, die zum 1. April die Leitung des Gesamtbereichs Unternehmenskommunikation und Service übernommen hat ([wir berichteten](#)). Damit trägt Bromm die Verantwortung für die interne und externe Kommunikation, für alle Social Media Aktivitäten, den Web-Auftritt sowie Veranstaltungen und Messen des Flughafens. Die Kommunikationswissenschaftlerin war bereits PR-Referentin am Hamburg Airport, seit 2007 zudem in der Rolle der Pressesprecherin.
8. **Wienands neuer Director External Affairs bei Grundig: Hans Wienands** (58) ist seit dem 1. Mai als Direktor für Industrial Relations & External Affairs bei Grundig verantwortlich. In der neu geschaffenen Position vertritt er das Elektronikunternehmen aus Nürnberg in den Bereichen Industrie, Politik und bei Multiplikatoren. Als Teil des Führungsteams berichtet Wienands an den Chief Executive Officer Murat Şahin. Wienands kam von Samsung Electronics, wo er seit 2005 in verschiedenen Positionen in den Bereichen Marketing, Kommunikation und Geschäftsleitung tätig war.

Etats

Uhlmann PR unterstützt Onlinebuchhändler buch7.de pro bono

Die auf Werte- und Familienthemen spezialisierte Agentur Uhlmann PR aus Augsburg unterstützt den



sozialen [Onlinebuchhändler buch7.de](#) mit Sitz in Langweid. Mit jedem Buch, das ein Kunde bei buch7 kauft, kann er Gutes tun – denn buch7.de fördert mit 75 Prozent seines Gewinns soziale, kulturelle und ökologische Projekte. Unterstützt werden Einrichtungen in ganz Deutschland mit bis zu vierstelligen Beträgen – darunter sind beispielsweise Präventions-, Integrations- und Umweltprojekte oder Organisationen, die sich für kranke Kinder einsetzen. Bisher konnte buch7.de über 50.000 Euro spenden. „Zu unserem Team aus lauter Idealisten passt eine PR-Agentur, die für Werte einsteht. Uhlmann PR brennt wie wir für gute Dinge“, erklärt der Geschäftsführer von buch7.de, Benedikt Gleich. „Besonders freut uns, dass uns Uhlmann PR pro



bono unterstützt und uns damit die professionelle PR-Arbeit ermöglicht“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (16) (22. KW-2015)

1. **Spielwarenverband startet Kommunikation zum Kindertag**
Deutscher Spielwarenverband e.V. (DVSI), Nürnberg
was: Zentralgesteuerte PR- und Social Media-Branchenkampagne zum Kindertag am 1. Juni an: **Serviceplan Public Relations und Serviceplan Design**, München
2. **Lebensmittelhersteller Alpro startet Kampagne**
Hersteller von Lebensmitteln auf pflanzlicher

- Basis Alpro GmbH, Düsseldorf
was: Begleitkommunikation nur neuen Produkt-TV-Kampagne
an: **segmenta communications**, Hamburg
3. **RaboDirect beauftragt Havas PR**
RaboDirect Deutschland, Frankfurt am Main/Zweigniederlassung der holländischen Bankengruppe Coöperatieve Centrale Raiffeisen-Boerenleenbank B.A.
was: PR-Etat
an: **Havas PR Deutschland**, Düsseldorf
4. **degewo startet Kampagne #fairenberlin**
Wohnungsunternehmen degewo AG, Berlin
was: Imagekampagne "Fairness: wohnt bei degewo"
an: **Kommunikationsagentur IM MAI**, -
Onlineumsetzung: DieOnlineFabrik, beide in Berlin
5. **komm.passion entwickelt Kampagne für RWE Consulting**
RWE Consulting - interne
Managementberatung des RWE-Konzerns, Essen
was: Recruiting-Kampagne „Jede Zeit hat ihre große Aufgabe“
an: **komm.passion GmbH**, Düsseldorf
6. **behle & partner gewinnt PR-Etat von Sengled**
Chinesischer LED-Hersteller Sengled, dt. Niederlassung in Düsseldorf
was: Pressebüro für die Region DACH sowie Unternehmens- und Produkt-PR
an: **behle & partner KG - Agentur für Kommunikation und Marketing**, Fürstfeldbruck
7. **vom stein freut sich über den ersten Kunden aus China**
International Sourcing & Logistics Ltd. (ISL), Hongkong
was: Medienarbeit und vertriebsunterstützende PR zum Markteintritt in Deutschland
an: **vom stein. agentur für public relations gmbh**, Essen
8. **Pronomen übernimmt Pressearbeit für Bakker und Miltenyi Biotec**
a) Pflanzenversandunternehmen Bakker, Lisse (Holland)
was: Pressearbeit Richtung Publikumsmedien
b) Forschungsunternehmen Miltenyi Biotec, Bergisch-Gladbach
was: Fachpressearbeit in der Region DACH
an: **P R O N O M E N GmbH & Co. KG - PR und Produktkommunikation**, Köln

Von Kommerzuren und Einkaufsberatern

Wissen Sie, was eine Kommerzure 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 Kommerzuren zu bekämpfen. Was das für Ihre Pressearbeit bedeutet, [lesen Sie hier](#).

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

9. **Immobilienberatung Herkules Group beauftragt Görs Communications**
Herkules Group, Hamburg
was: PR, Digital Marketing, Suchmaschinenoptimierung und -marketing, Social Media
an: **Görs Communications**, Hamburg
10. **C3 setzt neues Tourismusmagazin für St. Moritz um**
Tourismusorganisation Engadin St. Moritz (Schweiz)
was: B-to-C-Magazin „St. Moritz“
an: **C3 Creative Code and Content GmbH**, Berlin
11. **Britischer Dessert-Hersteller Gü startet Kampagne in Deutschland**
Cheesecake-Hersteller „Gü Desserts“, Hertfordshire (England)
was: PR-Kampagne zum Marken-Relaunch, Media- und Blogger-Relations in Deutschland
an: **lauffeuer Kommunikation GmbH**, Hamburg
12. **billiger.de beauftragt Fink & Fuchs mit Kommunikation**
Preisvergleichsportaal billiger.de der solute GmbH, Karlsruhe und Plovdiv (Bulgarien)
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

an: **Fink & Fuchs Public Relations AG**,
Wiesbaden

13. **muehlhausmoers konzipiert und realisiert „Messeplatz 1“**

Koelnmesse

was: Mitarbeiterzeitung „Messeplatz 1“

an: **muehlhausmoers**, Köln

14. **Neuer Imagefilm für Paracelsus Klinikgruppe von Keko**

Paracelsus Klinikgruppe, Osnabrück

was: Imagefilm

an: **Kemper Kommunikation (Keko)**,
Frankfurt am Main

15. **Maisberger kommuniziert für Mobile Industrial Robots (MiR)**

Dänischer Anbieter von Robotik-Anwendungen
MiR, Odense (Dänemark)

was: Externe Kommunikation,

Redaktionsbesuche

an: **Maisberger - Gesellschaft für strategische Unternehmenskommunikation mbH**, München

Zu schnell für Ziele?

**Kommunikations-
planung mit
Lautenbach Sass.**

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

Agenturen

JDB Media ordnet Führung neu



Das Hamburger Kommunikationshaus JDB Media setzt die zu Jahresbeginn angekündigte Neuausrichtung der Agentur um: Nach dem Wechsel von Geschäftsführer Jan Hawerkamp (49) zur „Zeit“-Tochter Tempus Corporate ([wir berichteten](#)) wird die Agentur künftig von einem neu zusammengestellten Management-Board geleitet. Unter der Führung von Agenturgründer und geschäftsführendem Gesellschafter Jens de Buhr (*Foto M.*, 52) gehören mit sofortiger Wirkung Thomas Eilrich (*l.*, 43), Kerstin Taube (*2. v. l.*, 33), Janina Peters (*4. v. l.*, 35) und Björn Köcher (*r.*, 37) der Geschäftsleitung an. „Die

Entscheidung, die Führung der Agentur auf mehreren Schultern zu verteilen, ist lange gereift. Ich freue mich sehr, dafür in den eigenen Reihen ein starkes Team gefunden zu haben, das sowohl über hervorragende Fachkompetenz und Branchenerfahrung verfügt als auch das Vertrauen der Kollegen genießt“, erklärt de Buhr. JDB Media wurde 1997 als Corporate Publishing und PR-Agentur gegründet und verfügt heute über rund 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. *Foto: © JDB Media*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (1) (22. KW-2015)

1. **PR4You gründet Sponsoringagentur:** Die Sponsoringagentur „Sponsoring4You“ ist der neue Geschäftsbereich der **Berliner Agentur PR4You**. Sie betreut als Full-Service-Agentur Unternehmen und Personen in den Bereichen Event-, Vereins-, Sport- und Motorsport- sowie Kultursponsoring. Neben der entsprechenden Beratung bietet die Sponsoring-Agentur auch Konzeption und die Vermittlung potentieller Sponsoren. Holger Ballwanz, Inhaber und Geschäftsführer der neuen Agentur: „Wir freuen uns auf neue Herausforderungen und spannende Projekte mit unseren Kunden.“

Organisationen

Leipziger PR-Studenten wählen neuen Vorstand



Die aktiven Mitglieder des LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V. haben am 26. Mai einen neuen Vorstand gewählt. Er setzt sich komplett aus Studenten des Masterstudiengangs Communication Management zusammen. Ab sofort übernimmt Claudio Rehmet (*Foto*, 3. v. l.) den Vorstandsvorsitz. „Ich freue mich sehr auf die Herausforderungen und Aufgaben als Vorstandsvorsitzender des LPRS e.V. Mit einem hoch engagierten Team wollen wir den Verein weiter vorantreiben und sein Renommee in der Branche noch stärker ausbauen“, so Rehmet. Unterstützt wird er von Sebastian Weber (*r.*), der neben der Stellvertretung auch die Leitung Kommunikation übernimmt. Sie lösen Jessica Schott ab, bisher Leiterin Kommunikation und seit Februar 2015 auch in Vertretung für den Vorsitz verantwortlich. Ina-Kathrin Richter (*2. v. r.*) obliegen fortan die Finanzen des studentischen Vereins und somit die Aufgaben des ehemaligen Finanzverantwortlichen Niklas Tolkamp. Alexander Greven (*l.*) übernimmt von Nicole Menzel die Leitung für das Mitgliedermanagement. Als fünftes Mitglied des neuen Vorstands wurde Chiara Strobel (*2. v. l.*) gewählt, die künftig die vielfältigen Veranstaltungsformate des Vereins koordiniert und diese Aufgabe von Bianca Kaulich übernommen hat. Der LPRS e.V. bedankt sich ganz herzlich bei dem abgelösten Vorstand für die ausgezeichnete Arbeit im zurückliegenden Vereinsjahr.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



3. Österreichischer Kommunikationstag mit Besucherrekord



Großes Interesse an den Themen Reputation und Wertschöpfung: 400 PR-Experten und Brancheninteressierte sind am 28. Mai nach Wien gekommen, um sich zu den Themen Reputation und Wertschöpfung auszutauschen, neue Impulse zu bekommen und zu netzwerken. „Ein grandioser Erfolg für die PR-Branche, die sich unaufhaltbar immer mehr professionalisiert und weiterentwickelt“, betont PRVA-Präsidentin Susanne Senft bei ihrer Eröffnungsrede. Was vor acht Jahren mit dem PRVA-Arbeitskreis „Wertschöpfung durch Kommunikation“ begonnen hat, bekam mit dem 3. Österreichischen Kommunikationstag den gebührenden Stellenwert. Dieser Mehrwert wurde beim Kommunikationstag auch durch Sprecher aus verschiedenen Branchen und Unternehmen auf nationaler und internationaler Ebene unter Beweis gestellt. Nicht nur die Keynote-Speaker Katie Delahaye Paine und Andrea Latritsch-Karlbauer waren beim 3. Österreichischen Kommunikationstag wichtige Impulsgeber, sondern auch Karin Krobath (Identitäter), Martin Wolfram (News on Video), Doug Pinkham (Public Affairs Council), Michael Sgiarovello (Henkel), um nur einige der insgesamt 30 Speaker zu nennen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Beschwerdeordnung: DRPR will schneller und transparenter arbeiten



Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR), Leipzig, will schneller werden und

dafür eine neue Beschwerdeordnung verabschiedet. Das neue Papier regelt systematischer und konkreter als bisher Eingangsvoraussetzungen, den Gang des Verfahrens und die möglichen Maßnahmen, die der Rat beschließen kann. Neu ist unter anderem die Ausschlussfrist einer Beschwerde. Demnach hat der DRPR die Möglichkeit, eine Beschwerde, deren öffentliches Bekanntwerden mehr als ein Jahr vor dem Eingang der Beschwerde zurückliegt, abzulehnen. „Wir wollen aktueller agieren, und die Kommunikationswirtschaft nicht mit alten bzw. nicht mehr aktuellen Fällen konfrontieren“, stellt Professor Günter Bentele, Vorsitzender des DRPR, fest. Beschwerdeberechtigt ist grundsätzlich jede Person oder Organisation. Die Beschwerden müssen schriftlich, per Brief, Fax oder E-Mail eingereicht werden. Auch von sich aus kann der DRPR Beschwerdeverfahren einleiten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PRSH-Exkursion nach Berlin: Zukunft „Agentur“ – inspirierende Möglichkeiten für den Berufseinstieg



Als Ergänzung zum Studium an der Hochschule versucht der PRSH e.V.,

Hannover, eine Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis zu bilden. Im Rahmen unseres Veranstaltungsformat PR(SH)-Exkursion waren die der PR-Studenten Hannover in der vergangenen Woche zu Gast bei verschiedenen Agenturen in Berlin, um einen Blick in den kommunikativen Alltag von PR-Professionals zu werfen. In der Hauptstadt erwartete



den PR-Nachwuchs ein wahres Potpourri der Agenturszene: Johanssen + Kretschmer, Ketchum Pleon Deutschland, 365 Sherpas und die Eventreihe „Young & Restless – Themen, Impulse und Netzwerke“ standen auf der kommunikativen Agenda.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

TV-Quoten im Mai: Fußball-Champions-League verhilft ZDF zur alleinigen Führung

König Fußball und Krimis bestimmten auch im Monat Mai über die Gunst des TV-Gesamtpublikums. So ist es wenig überraschend, dass das ZDF die Führung der Rangliste beim Gesamtpublikum wieder alleine innehat. Mit ursächlich waren dafür die hervorragenden Einschaltquoten bei den beiden Champions-League-Halbfinal-Begegnungen zwischen dem FC Bayern München und dem FC Barcelona. Ebenfalls sehr gute Quoten bei den Sonntagskrimis konnten allerdings nicht verhindern, dass Das Erste 0,4 Prozentpunkte einbüßte und

dem ZDF somit wieder die alleinige Führung überlassen musste. RTL erreichte mit 9,9 Prozent exakt dieselben Werte wie im Vormonat, sodass der Kölner Sender erneut unter der 10 Prozenthürde auf Platz 3 blieb. Sat.1 belegt Platz 4 mit 7,7 Prozent (-0,2) und ProSieben legte minimal auf 5,5 Prozent (+0,1) zu.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Christian Thunig wird neuer Chefredakteur der „absatzwirtschaft“



Führungswechsel bei der „absatzwirtschaft“: Mit Wirkung zum 1. Juni übernimmt Christian Thunig (47) die Chefredaktion einer der führenden Monatszeitschriften für Marketing.

Vorgänger Georg Altrogge (Foto, 53), der das Amt seit 2013 innehatte, wechselt zeitgleich in die Herausgeberrolle und vertritt dort die Interessen der Handelsblatt Fachmedien, die den Titel gemeinsam mit dem Deutschen Marketing Verband (DMV) herausgeben. Thunig gehört der Redaktion der „absatzwirtschaft“ seit dem Jahr 2000 an, zuletzt als stellvertretender Chefredakteur. Ende 2014 war das Magazin einem aufwändigen Relaunch unterzogen worden, seit Anfang des Jahres erscheint die „absatzwirtschaft“ in einem neuen Layout und mit zusätzlichen Rubriken. Die 1958 erstmals publizierte Zeitschrift hat eine IVW-geprüfte Auflage von 23.000 Exemplaren und erreicht rund 70.000 Marketing-Entscheider in Deutschland.

CSR + Reputation

Neues Schulungskonzept erleichtert Einstieg in die Berichterstattung zur Nachhaltigkeit

Für Unternehmen wird es jetzt noch einfacher, in die Berichterstattung über strategische Nachhaltigkeitsthemen einzusteigen: Der Rat für Nachhaltige

PR CAREER CENTER

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

www.pr-career-center.com

Entwicklung (RNE) hat ein umfangreiches Schulungskonzept zur Anwendung des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) entwickelt, das insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen den Weg in die Berichterstattung ebnet.

Gerade vor dem Hintergrund der EU-Richtlinie, die Unternehmen zur Offenlegung von Informationen zu Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und Bekämpfung von Korruption verpflichtet, wird dies relevant.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Social Media

Analyse der Social Media-Aktivitäten: Bayern München und Hamburger SV digital perfekt am Ball



Auf dem Rasen sind in der Bundesliga-Saison 2014/2015 bereits alle Tore gefallen: Nach nur 30 Spieltagen konnte sich der FC Bayern München bereits die Krone

aufsetzen und die 25. Meisterschaft der Vereinsgeschichte feiern. Wie aber machen sich die Vereine der 1. Bundesliga im Online-Check? Die in Berlin ansässige Searchmetrics GmbH, nach eigenen Angaben der weltweit führende Anbieter einer Unternehmensplattform zur Optimierung der Search Experience, hat sich die offiziellen Domains der Erstligisten zum Saisonende genauer angeschaut und die SEO- und Social-Media-Aktivitäten der 18 deutschen Top-Vereine ausgewertet. Untersucht wurden die Domains nach deren SEO Visibility, einem von Searchmetrics entwickelten Indexwert, der die Sichtbarkeit von Webseiten, und damit deren Performance, in Suchmaschinenergebnissen widerspiegelt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Umfrage: IT-Unternehmen vermarkten ihre Blogs unter Wert

Die Berliner PR-Agentur index befragte 30 Mitarbeiter aus PR, Marketing, Vertrieb und Geschäftsführung von IT-Unternehmen zum Blog-Verhalten von IT-Unternehmen durch. Ziel war es herauszufinden, wie die Unternehmen beim Bloggen vorgehen und welche Rolle Corporate Blogs in der Unternehmenskommunikation spielen. Die Ergebnisse zeigen: Der Anfang ist gemacht – die IT-Unternehmen, die bloggen, tun dies mit Leidenschaft. Doch nur wenige wissen, wie sie ihren Blog bekannt machen. Der Corporate Blog von IT-Unternehmen wird zu meist über die eigenen Kanäle vermarktet. Nur 35 Prozent der befragten IT-Unternehmen gaben an, dass sie ihren Corporate Blog über die eigenen Social-Media-Kanäle vermarkten. Ebenso erstaunlich ist, dass nur 34 Prozent überhaupt die Blog-URL aktiv kommunizieren. Abonnieren lassen sich nur 31 Prozent der Blogs. Jeweils 28 Prozent vermarkten ihn über eigene E-Mail-Newsletter und die firmeneigene Homepage. Bei nur 21 Prozent taucht er überhaupt in den Presseunterlagen auf. Die Chance, in anderen Blogs zu kommentieren oder die Möglichkeit von Gastbeiträgen im eigenen Corporate Blog nutzen nur jeweils sieben Prozent.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

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

Befragung in Pressestellen und PR-Agenturen: YouTube gewinnt an Stellenwert – Facebook verliert



YouTube und Twitter werden wichtiger, Facebook und Stayfriends büßen an Stellenwert ein. die dpa-Tochter news aktuell und die Agentur Faktenkontor, beide Hamburg, haben bei Unternehmen und PR-Agenturen nachfragt, welche Social Media-Plattformen in den kommenden zwölf Monaten an Bedeutung für die PR-Arbeit gewinnen und welche verlieren werden. An der Onlinebefragung haben im 1. Quartal 2015 mehr als 770 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Pressestellen und Agenturen teilgenommen. YouTube ist demnach für mehr als die Hälfte der Befragten das Soziale Netzwerk mit dem größten Potenzial. (Siehe dazu auch die Abbildung von news aktuell und Faktenkontor.) Diese Bewertung untermauert, wie wichtig inzwischen die Kommunikation mit bewegten Bildern für die Branche ist. Auf Rang

zwei steht Twitter, nur ganz knapp gefolgt von Instagram. Der rasant wachsende Fotodienst gewinnt für Kommunikationsfachleute durch den anhaltenden Trend des visuellen Storytellings immer mehr an Relevanz. Nur geringe Bedeutung für die PR-Branche hat hingegen Stayfriends (letzter Platz). Jeder Zweite sagt, dass die private Freunde-Suchmaschine unwichtiger für die eigene Arbeit wird. Auch für Facebook prognostizierten die Befragten einen Bedeutungsverlust im kommenden Jahr. Zwar ist das Soziale Netzwerk weiterhin die unangefochtene Nummer eins in Deutschland, für die Kommunikationsbranche verliert es aber anscheinend an Bedeutung. Konkurrent Google+ überzeugt die PR-Profis auch nicht und ist das Netzwerk mit dem drittgrößten Bedeutungsverlust.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Rezension über „Des Googles Kern“: Es ist ein Mysterium. Großartig



Titel: Des Googles Kern und andere Spinnennetze – Die Architektur der digitalen Gesellschaft; Autor: Arno Rolf und Arno Sagawe; Verlag: UVK 2015, 278 Seiten; 19,99 Euro; ISBN-13: 978-3867645904

Alle lieben Google. Nun ja. Bei manchen ist es eine Liebe der Bewunderung. Bei manchen eine Hassliebe. Manche lieben es einfach nur, allen möglichen Kram „googlen“ zu können. Manche lieben sich selbst dafür, wie sie Google für sich nutzen. Andere lieben es, wie sie auf Google verzichten können. Es ist ein Mysterium. Es ist großartig.

Arno Rolf und Arno Sagawe haben sich in ihrem aktuellen Buch vorgenommen, „Des Googles Kern“ zu entschlüsseln. Und die Architektur der digitalen Gesellschaft aufzuzeigen. Dabei haben sie jedoch nicht nur die schönen „Flower-Power-Seiten“ der



PC-Entwicklungsgeschichte im Visier, vielmehr zeigen sie, dass der informationstechnische Fortschritt unaufhörlich Regulierungslücken generiert, die den Gesetzgeber unter Druck setzen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Unser großes Sommermenu I: Apéro und Gruß aus der Küche



(nsb) Der Begriffswandel ist erheblich: „Menu“ meint im Französischen ursprünglich eine „Kleinigkeit“. In Großbritannien wurde daraus das Wort für „Speisekarte“, bei uns bezeichnet es die „Speisenfolge“. Und die besteht in einem Menü mindestens aus drei „Gängen“ – weil der Dienstbote dreimal eilen musste, um die Speisen zum Tisch seiner Herrschaft zu tragen. Wir lassen ihn für unser Sommermenü fünfmal laufen. Und vorher schicken wir noch ein paar Grüße aus der Küche – „fingerfood“, das die Gäste schon ein wenig an die grundsätzliche Geschmacksrichtung der folgenden Speisen heran führt:

1. Amuse gueule
2. Thunfisch-Tatar auf Avocado mit Artischocken, Bottarga und Zitrone
3. Gambas à la Plancha mit Melone und Ananas
4. Spargelravioli mit Spargelspitzen, jungen Erbsen und Salzeibutter
5. Rouladen von der Poulardenbrust mit Mango-Zwiebel-Gemüse und Erdnüssen
6. Erdbeeren und Himbeeren, Marzipanrolle und Vanille-Tonkabohnen-Sahne

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Kölner Forum für Journalismuskritik lädt ein zum ersten Treffen

Der Deutschlandfunk, die Initiative Nachrichtenaufklärung e.V. und die Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft (HMKW) rufen das Kölner Forum für Journalismuskritik ins Leben und laden gleichzeitig ein zum ersten Treffen am 8. Juni im Kammermusiksaal des Deutschlandfunks. Medienmacher, Medienwissenschaftler und Mediennutzer sind angesprochen, am 8. Juni von 11:00 bis 18:00 Uhr dabei zu sein. Die Veranstaltung am Raderberggürtel 40 in Köln ist öffentlich, die Teilnahme kostenlos, allerdings bitten die Veranstalter um [Anmeldung per E-Mail](#) bis zum 1. Juni. Wer nicht vor Ort dabei sein kann, hat die Möglichkeit den Vorträgen und Diskussionen am 8. Juni per [Livestream im Deutschlandfunk](#) zu folgen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Seminare

Seminare compact (2) (22. KW-2015)

1. **AFK-Seminar zum Umgang mit schwierigen Klienten:** Verhandlungsgeschick und sichere Gesprächsführung, Beratungspsychologie und Verkaufskompetenz stehen auf dem Trainingsprogramm des **AFK Seminars P3 - Erfolgreich beraten, erfolgreich verhandeln, erfolgreich verkaufen am 2. und 3. Juli in Oberursel** bei Frankfurt am Main. Trainer des Persönlichkeitstrainings ist Klaus Januschewski, Leiter der AFK Akademie Führung und Kommunikation. Die Teilnehmer üben, Beratungsprozesse zielführend zu gestalten, die Führung in Gesprächen zu übernehmen, sich in Verhandlungen durchzusetzen und ihr angestrebtes Ergebnis zu erreichen. Sie trainieren den Umgang mit (schwierigen) Klienten und Situationen. Weitere Informationen auf der [AFK-Website](#).



2. **Münchener Agentur wbpr lädt zum Seminar „Kommunikation im Mittelstand“:** Am 12. Juni in Ulm steht im Mittelpunkt, wie sich eine Arbeitgebermarke schärfen lässt, um Fachkräfte zu gewinnen, und wie Mittelständler ihre Reputation über Themen stärken können. Veranstaltungsort ist von **9:30 bis 11:30 Uhr der Schwörsaal in Ulm**. Eingeladen sind Pressesprecher, Kommunikatoren und HR-Verantwortliche aus mittelständischen Unternehmen. Die Referenten sind Markus Eicher, Geschäftsführer wbpr, und Dr. Ben Zimmermann, Senior-Berater wbpr. Anmeldungen werden bis zum 8. Juni per [E-Mail an Ben Zimmermann](#) oder über die [wbpr-Website](#) erbeten.

Bildung

Bildung compact (1) (22. KW-2015)

1. **Berufsbegleitende PR-Weiterbildung der Kölner Volkshochschule:** Eine spezielle Weiterbildung zum PR-Berater bietet die VHS in Köln. **Zehn Module** werden von den Teilnehmenden innerhalb eines Jahres absolviert und schließen 2016 zum vierten Mal mit einer konzeptionellen Abschlussarbeit und Prüfung ab. Von klassischer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über Rechtsfragen bis hin zu einem speziellen Kommunikationstraining für PR bietet der Lehrgang die Kernelemente des PR-Geschäfts. Weitere Informationen direkt auf der [Website der VHS](#).

Studien

AIKA-Zukunftsstudie (II): Dem Consumer-Shift begegnen



In der AIKA-Zukunftsstudie ([über den ersten Teil hatte das "PR-Journal" am 10. April berichtet](#)) identifizierte der Verband inhaber-

geführter Kommunikationsagenturen zehn Themen, mit denen sich Agenturen jetzt und in der Zukunft auseinandersetzen müssen. Eine begleitende Veranstaltungsreihe widmet sich offenen Fragen und zeigt Teilnehmern neue Perspektiven auf. Beim nächsten **AIKA-kompakt am 18. Juni** in Frankfurt am Main geht es um Consumer Shift, Cross-Innovation und Buyer Personas. Gerade für Agenturen, die immer den richtigen Nerv beim Konsumenten treffen müssen, ist es wichtig, eine sich verändernde Wertebasis sowie Verhaltensänderungen bei den Konsumenten im Blick zu haben. Denn solche Veränderungen führen schnell dazu, dass bestehende Kommunikationskonzepte nicht mehr funktionieren. Daher müssen Informationen über sich veränderndes Verbraucherverhalten und deren Werte in die strategische Arbeit der Agenturen einfließen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Lesehinweise compact (1) (22. KW-2015)

1. **Nachlese zum Auftritt des FIFA-Kommunikationschefs:** Die Kollegen des schweizerischen Kommunikations-Newsletters „persoenlich.com“ haben sich in Folge der Ereignisse beim **Weltfußballverband FIFA** mit der Arbeit von FIFA-Kommunikationschef Walter de Gregorio beschäftigt. Denn er war es, der der Weltpresse Rede und Antwort zu den Verhaftungen der schweizerischen Behörden stehen musste.

FIFA-Präsident Sepp Blatter hingegen zeigte sich nicht der Öffentlichkeit. Unter der Überschrift „I do it my way – im Guten, wie im Schlechten“ beurteilte „persoenlich.com“ den Auftritt de Gregorios aus kommunikativer Sicht. Lesen Sie den Beitrag direkt bei [„persoenlich.com“](#).

Preise und Awards

Roland Tichy neuer Juryvorsitzender für den Medienpreis Mittelstand



Medienpreis Mittelstand mit neuem Juryvorsitzenden: Roland Tichy (Foto, l.),

Vorsitzender des Vorstandes der Ludwig-Erhard-Stiftung und nun auch erfolgreicher Existenzgründer“ mit seinem am Markt stark reflektierten Portal [„Tichys Einblick“](#), ist neuer Vorsitzender der Jury des Medienpreises Mittelstand. Zu seinen beiden Stellvertreterinnen berief Tichy zwei erfahrene Journalistinnen und langjährige Jurymitglieder aus Hamburg und Berlin: Antonia Götsch (37), stellvertretende Chefredakteurin bei „Impulse“, Susanne Reinhardt, Chefin vom Dienst beim rbb-Inforadio und langjähriges Jury-Mitglied. Die Übergabe des Staffelstabes war im Verlauf der Preisverleihung im Mai vom langjährigen Vorsitzenden, Martin Küper (Foto, r.), rbb-Fernsehen, an Roland Tichy erfolgt. Die Jury bedankte sich bei Küper für die mehr als zehnjährige engagierte, erfolgreiche Mitarbeit in der Jury und an ihrer Spitze.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 29.120 Besucher im Mai 2015; 33 neue Jobangebote; 23,6 Prozent nutzen Mobilversion

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das "PR-Journal" im Mai 2015 insgesamt 29.120 Besucher lt. Zählung der **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 939 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,2 Seiten an - daraus errechnen sich 64.227 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im Mai festgestellt; 67,6 Prozent waren neue Besucher. 54,2 Prozent der Besucher sind männlich, 45,8 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. 23,6 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten über mobile Geräte (Smartphones und Tablets) auf - im Januar 2014 lag dieser Wert noch bei 14 Prozent.

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 (51)

Volontariat/Trainee

Die 15 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie *hier*

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie *hier*

Agenturen

- *PR-Berater (m/w), München*
- *PR-Berater(in) Consumer, München*
- *Junior-Berater(in) Consumer- und Corporate-PR, München*
- *(Junior) PR-Berater (m/w) Corporate Communications, München*
- *Junior PR-Berater, Darmstadt*
- *Junior Account Executive in Teilzeit, Berlin*
- *PR-Berater & PR-Redakteur (m/w), Heidelberg*
- *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*
- *Münchener 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/Projektleiter und Juniorberater/Projektmanager (w/m), München*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*

Behörden (Öffentl.Dienst)

- *Wissenschaftsjournalist (w/m), Jülich*

Unternehmen

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

Verbände (Non-Profit)

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
01. Juni 2015 um 18:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.834 Empfänger** versandt.

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Samstag, 1. Juni 2015 um 18:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.834 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, Chefredakteur (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, Indoc-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*