

NEWSLETTER 507

09. KW 2016

PR-Trendmonitor gestartet
Presserat diskutiert Änderung der Diskriminierungsrichtlinie
GPRA im Dialog 3: Lutz Meyer im Interview mit LPRS-Studenten

TOP MELDUNGEN

Alan VanderMolen kommt zu WE Communications →

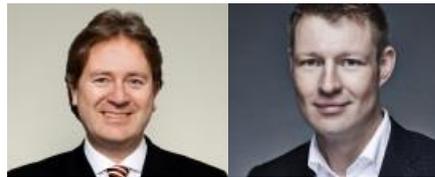


Alan VanderMolen (Foto) wird neuer „President International und WE+“ bei WE Communications, München und London. Der Branchenprofi und Kom-

munikationsmanager war zuletzt als Global Vice Chairman bei DJE Holdings tätig, dem Mutterunternehmen von Edelman. In dieser neu geschaffenen Rolle wird VanderMolen von London aus verantwortlich für den Ausbau der Geschäftstätigkeit in den Regionen APAC und EMEA, und übernimmt zudem eine agenturübergreifende Rolle beim Aufbau der strategischen Wachstumsinitiativen. Seit der im Herbst 2015 gestarteten Neupositionierung der Agentur steigt in beiden Regionen das Kundeninteresse — so konnten im Bereich EMEA wichtige Neukunden gewonnen werden, wie beispielsweise das weltweit führende Pharmaunternehmen Takeda im Bereich Oncology. Dieses Momentum resultiert auch aus WE+, dem Partner-Netzwerk der Agentur, bei dem VanderMolen ebenfalls eine integrale Rolle spielen wird. WE will mit der Verpflichtung VanderMolens den Expansionskurs unterstreichen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Vorstandswechsel bei fischerAppelt: Behrendt von Wesselmann abgelöst →



Ohne Vorwarnung, Knall auf Fall: Frank Behrendt (Foto l.) ist nicht

mehr Vorstand bei der Kommunikationsagentur fischerAppelt, Hamburg, Berlin und Köln. Stattdessen wurde am 2. März Matthias Wesselmann (37, Foto r.) als Nachfolger Behrendts als neuer Vorstand bei fischerAppelt vorgestellt. Er soll den Kernbereich Public Relations und das digitale Content-Marketing-Angebot der Gruppe stärker ausbauen. Vorgänger Behrendt soll der Agentur als Senior Advisor erhalten bleiben. Im Rahmen seiner neuen Aufgabe wird er weiterhin ausgewählte Kunden betreuen und die Agentur wie bisher in verschiedenen Jurys sowie im Branchenverband Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) als Vizepräsident vertreten. In den kommenden Monaten widmet er sich zudem verstärkt seiner Autorentätigkeit. Die Veröffentlichung seines Buchs zum Thema Work-Life-Balance ist zur Frankfurter Buchmesse 2016 geplant. Behrendt gegenüber dem „PR-Journal“: „Dieser Schritt erfolgt in bestem Einvernehmen mit Andreas und Bernhard Fischer-Appelt.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 507. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 38 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1
Alan VanderMolen kommt zu WE Communications →..	1
Vorstandswechsel bei fischerAppelt: Behrendt von Wesselmann abgelöst →.....	1
Kalthoff-Mahnke verlässt DPRG →	3
Personalien	3
Stuttman neue Leiterin für Corporate und Brand Communication bei Philips Lighting →	3
Michaela Menken neue Head of Research & Analytics bei Ketchum Pleon →	3
Personalien compact - Unternehmen (9) (09. KW-2016) →.....	4
Personalien compact - Sonstige (5) (09. KW-2016) →.....	6
Personalien compact - Agenturen (6) (09. KW-2016) →.....	6
Etats	8
Etats compact (13) (09. KW-2016) →.....	8
Agenturen	9
Aus Media Advice wird Ewald & Rössing →.....	9
Aus „mpm“ wird „MPM2“ →	10
Organisationen	10
Kopfstöße als Härtestest: Deutsche Wissenschaft betreibt transatlantisches Marketing →	10
Organisationen compact (1) (09. KW-2016) →	11
Branche	11
Neuaufgabe des PR-Trendmonitors gestartet →.....	11
Medien.....	11
„Lügenpresse“-Vorwurf: Presserat diskutiert über Änderung der Diskriminierungsrichtlinie →.....	11
Medien compact (1) (09. KW-2016) →	11
Autoren-Beiträge	12
Neugeschäft: Was es für Hauke Hannig heißt, Bodenständigkeit zu wahren →	12
Rezensionen	12
Früher war mehr Lametta →	12
Termine	12
Save the date: PR- und Kommunikationstermine 2016 →	12
Seminare	13
Seminare compact (2) (09. KW-2016) →	13

Studien.....	13
Studie: B-to-B-Unternehmen investieren mehr in Marketing und Kommunikation →	13
Online-Befragung: Content Marketing ist gängige Praxis →	13
European Communication Monitor 2016 gestartet → ..	14
Lesehinweise	14
Interkulturelle Kompetenz als Schlüsselqualifikation für den Kommunikationsberuf →	14
Krisen-PR neu denken? Krisen-PR neu lesen! →.....	14
Lesehinweise compact (1) (09. KW-2016) →.....	15
Preise und Awards.....	15
Econ Awards starten mit vielen Neuerungen →.....	15
Tipps	15
Anwenderbericht über die PR-Software PressFile: Von Menschen gemacht, die PR verstehen →	15
STAMM Medien-News.....	16
Stamm Medien-Newsletter März 2016 →	16
Internes - aus der Redaktion	16
PR-Journal: 33.584 Besucher im Februar 2016; 39 neue Jobangebote; 22,4 % nutzen Mobilversionen → .	16
GPRA im Dialog.....	16
CEO Lutz Meyer über sein Agenturseלבstverständnis: „Blumerry ist eine Baumschule“ →	16
Jobangebote	17
Gesuche (9)	17
Angebote (57)	17
Impressum	18

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PR-Journal

Kalthoff-Mahnke verlässt DPRG →



Michael Kalthoff-Mahnke (Foto), seit sieben Jahren Geschäftsführer der Deutschen Public Relations Gesellschaft e. V. (DPRG), verlässt zum 31. Mai die Berliner Zentrale des Berufsverbands. Die Funktion des Geschäftsführers wird im Zuge der Zusammenarbeit der DPRG mit dem Fachverlag Oberauer nicht wieder besetzt. Eine neu geschaffene Referentenstelle verknüpft künftig das operative Verbandsmanagement und die Tätigkeiten des Fachverlags, welcher die DPRG-Aufgabenbereiche Mitgliederverwaltung und -services sowie Medien, Publizistik und Events bearbeiten wird. „Mit Michael Kalthoff-Mahnke geht ein erfahrener und kompetenter Verbandsmanager von Bord, der die Geschäftsstelle nach 2009 in der Hauptstadt etabliert und den Verband weiterentwickelt hat“, unterstreicht DPRG-Präsident Norbert Minwegen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PERSONALIEN

Stuttman neue Leiterin für Corporate und Brand Communication bei Philips Lighting →



Nina Stuttmann (41, Foto, © Philips – Petra Spiola) ist seit dem 1. Februar bei der Philips Lighting GmbH neue Leiterin der Unternehmens- und Markenkommunikation für Deutschland, Österreich und die Schweiz (DACH). Mit beiden Funktionen verantwortet und steuert sie gemeinsam mit ihrem marktübergreifenden Team die integrierte Kommunikation mehrerer Bereiche: die Markenführung, Marketing Communication, Digital Marketing, die externe sowie interne Kommunikation und die Philips Lighting Academy. Stuttmann ist in ihrer neuen Funktion Unternehmenssprecherin sowie Mitglied des Managementteams

und berichtet an Roger Karner, Geschäftsführer der Philips Lighting GmbH. Zuletzt war Stuttmann Head of Brand Communication Digital bei Philips in Österreich und zuvor sieben Jahre Head of Internal Communication bei der Erste Group Bank AG mit Sitz in Wien, eine der größten Banken in Zentral- und Osteuropa. Ihre Nachfolgerin Philips in Österreich wurde Vera Reichlin-Meldegg (37).



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Michaela Menken neue Head of Research & Analytics bei Ketchum Pleon →



Die Kommunikationsberatung Ketchum Pleon, Düsseldorf, erweitert ihren Bereich Research & Analytics. Mit Michaela Menken (Foto) als Head of Research & Analytics soll die Webanalyse weiter vorange-

getrieben werden. Menken kommt vom Medienbeobachter pressrelations, wo sie zuletzt als Fachleiterin Social Media tätig war. Seit mehr als 15 Jahren ist

der Bereich Research & Analytics von Ketchum Pleon ein wichtiger Baustein im Beratungs- und Betreuungskonzept der Agentur. Mit der Verpflichtung Menkens wird Research & Analytics nun personell und inhaltlich weiter ausgebaut. Ketchum Pleon-CEO Dirk Popp: „Mit Dr. Michaela Menken werden wir unsere Analysefähigkeiten über alle Kanäle hinweg weiter verstärken. Sie ist eine ausgewiesene Expertin, von deren Erfahrung und Know-how unsere Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen profitieren werden.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Unternehmen (9) (09. KW-2016) →

1. **Verlag Wolters Kluwer setzt auf Kommunikation: Thomas Kirschmeier** (50) leitet seit dem 1. März die Unternehmenskommunikation beim Verlag Wolters Kluwer Deutschland in Hürth. Die Position wurde neu eingerichtet. Kirschmeiers vordringliche Aufgaben sind es nun, das Unternehmen deutlicher als bisher am Markt zu positionieren, die Social-Media-Aktivitäten auszubauen und die interne Kommunikation zu stärken. Zuvor war er als Pressesprecher und Kommunikationsleiter beim Marktforschungsinstitut Rheingold tätig. Bei seinem neuen Arbeitgeber berichtet er an **Sabine Rauser**, Chief Marketing Officer.
2. **Kampa rückt bei Alstom auf: Tanja Kampa** (30) ist seit dem 1. Februar als Nachfolgerin von **Susanne Sperling** neue Leiterin der Unternehmenskommunikation beim Schienenfahrzeughersteller Alstom in Salzgitter. Zuvor war sie bei Alstom als Managerin Internal Communications Germany and Central Europe tätig. Im Rahmen ihrer neuen Aufgabe verantwortet sie die Kommunikation in der Region DACH. Sie berichtet an **Isabelle Tourancheau**, Communications Director Europe, und an **Didier Pflieger**, Vice President Germany & Austria.
3. **Musikverlag BMG richtet Kommunikationsstelle ein: Steve Redmond** (53) bekleidet beim Berliner Musiverlag BMG ab sofort die Stelle als Senior Vice President Global Corporate Communications. Die Position wurde neu geschaffen. Redmond ist damit für alle Bereiche der internen und externen Kommunikation zuständig. Zuletzt war Redmond als freier Berater tätig. Bei BMG berichtet er an den Geschäftsführer **Hartwig Masuch**.
4. **Vienna Insurance Group legt PR und Marketing zusammen: Wolfgang Haas** (50) hat zum 1. März die Aufgaben als Konzernsprecher und Leiter der Abteilung Konzernkommunikation und Marketing bei der Vienna Insurance Group in Wien übernommen. Zuvor wurden die bisherigen Abteilungen Public Relations und Marketing zusammengelegt. Vorgänger **Alexander Jedlicka** ist nun Pressesprecher der Donau Versicherung. Haas berichtet an die Generaldirektorin der Vienna Insurance Group, **Elisabeth Stadler**.



5. **Vom Pressesprecher zum Managing Director: Jonas Grashey (36)**, seit 2013 Verantwortlicher für die Pressekommunikation aller Marken von Hubert Burda Media in München, wird ab dem 1. Juni neuer Managing Director für die Premium-Marken der Mediengruppe BurdaStyle. Er übernimmt damit die Managementverantwortung für „Bunte“, „Freundin“ und „Donna“ von **Carolin Rothkopf**, die in Elternzeit geht. Grashey berichtet wie Rothkopf an BurdaStyle-Geschäftsführerin **Manuela Kampp-Wirtz**.
6. **Némorin verlässt Dyson nach 16 Jahren: René Némorin**, bei Dyson als Director Marketing and Communications verantwortlich für die Region DACH, verlässt das Unternehmen im April 2016. Nach mehr als 16 Jahren bei dem britischen Technologie- und Erfinderunternehmen plant er seine Karriere außerhalb Dysons fortzuführen. Némorin gehörte zu den ersten Mitarbeitern Dysons in Köln und ebnete als Marketingverantwortlicher den Weg für den Erfolg des britischen Technologieführers hierzulande. Zuletzt leitete Némorin das von ihm auf die Drei-Länder-Region DACH ausgerichtete Marketing und PR Team, das Kommunikationsfunktionen und Produktmanagement miteinander verzahnt.
7. **Mätschke übernimmt bei Currenta Leitung „Digitale Kommunikation“: Mark Mätschke (40)** hat beim Chempark-Manager und -Betreiber Currenta in Leverkusen zum 1. März die Leitung des neu geschaffenen Referats „Digitale Kommunikation“ übernommen. Er verantwortet dort unter anderem alle Internet- und Intranetaktivitäten sowie die Social Media Kommunikation von Currenta und dem Chempark. Mätschke bleibt in seiner neuen Funktion Sprecher des Unternehmens, für das er bereits seit August 2009 als Pressesprecher tätig war. Er berichtet an **Jürgen Gemke**, den Leiter der Unternehmenskommunikation.
8. **Engelland wechselt von AIDA Cruises zu Brandwatch: Christian Engelland (36)** ist

KOMM-PASSION

seit dem 1. März neuer Senior Sales Executive bei Brandwatch, einem der führenden Anbieter für Enterprise Social Media Intelligence, in Berlin. In dieser Funktion ist er für den Ausbau der Zusammenarbeit mit Markenunternehmen in der DACH-Region zuständig. Engelland kommt vom Kreuzfahrtunternehmen AIDA Cruises, wo er die Social Media-Aktivitäten in den vergangenen vier Jahren verantwortete. Davor leitete Engelland die Unternehmenskommunikation von Ausschnitt, Deutsche Medienbeobachtungs Agentur GmbH. Von 2010 bis Anfang 2012 war er bei Aperto AG in der Public Relations im Einsatz.

9. **Gruner + Jahr holt Ann-Catrin Boll als Pressesprecherin Märkte: Ann-Catrin Boll (35)** verantwortet vom 1. März an als Sprecherin Märkte die Corporate PR für die Gruner + Jahr-Töchter DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH, G+J e/MS und G+J Digital Products GmbH in Hamburg. Boll berichtet an den Leiter der Unternehmenskommunikation, **Frank Thomsen**. Zu ihren Aufgaben zählen neben der kommunikativen Beratung der Geschäftsführungs- und Führungskräfteebene die strategische und konzeptionelle Planung sowie die operative Umsetzung der Corporate PR für die genannten Bereiche. Boll kommt von der Hamburger Personalberatung Cribb. Dort verantwortete Boll seit Januar 2014 als Managerin Marketing und Kommunikation die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Personalien compact - Sonstige (5)
(09. KW-2016) →

1. **Elias verlässt BVDW und setzt auf ihre Selbständigkeit: Nadja Elias** (48), seit 2013 Leiterin PR und Pressesprecherin beim Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) in Düsseldorf, verlässt die Interessenvertretung der digitalen Wirtschaft und setzt künftig ganz auf ihre Selbständigkeit. Die bereits 2013 gegründete PR-Agentur Elias Communications will sie nun ausbauen und sich ganz auf diese Aufgabe konzentrieren. Dem BVDW bleibt sie aber als Beraterin für strategische Kommunikation erhalten. Bevor sie beim BVDW anheuerte war sie unter anderem für den europäischen Internetanbieter United Internet tätig. PR-Manager **Tim Sausen** bleibt beim BVDW Ansprechpartner für Medien.
2. **Deutsche Verrechnungsstelle stärkt Öffentlichkeitsarbeit: Torsten Paßmann** (38) spricht seit Januar für den Dienstleister für Abrechnungsmanagement, die Deutsche Verrechnungsstelle, Köln. In der neu geschaffenen Position soll er zum einen als Pressesprecher fungieren und zum anderen die Unternehmenskommunikation aufbauen. Zuletzt arbeitete Paßmann als Pressesprecher für die Berentzen-Gruppe. Bei der Deutschen Verrechnungsstelle berichtet er an **Jan Pieper**, dem für Vertrieb und Kommunikation zuständigen Vorstandsmitglied.
3. **Piraten-Fraktionssprecher wechselt von Kiel nach Düsseldorf: Mario Tants** (48) leitet seit dem 1. März die Pressestelle der Piratenfraktion im Landtag Nordrhein-Westfalen in Düsseldorf. Als Pressesprecher wurde er Nachfolger von **Ingo Schneider**, der die Fraktion verlassen hat. Tants kam von der Piratenfraktion im Landtag Schleswig-Holstein, wo er ebenfalls als Pressesprecher tätig war. Er berichtet an die Fraktionsvorsitzende **Michele Marsching**.
4. **Händlerbund in Berlin hat neue Sprecherin: Franziska Ulbricht** (27) arbeitet seit dem



1. März als Nachfolgerin von **Tijen Onaran** als neue Pressesprecherin beim Händlerbund in Berlin. Vorgängerin Onaran schied aus dem Verband aus. Vor ihrem Wechsel war Ulbricht E-Commerce als Specialist bei der Uhrenmanufaktur Nomos Glashütte tätig.
5. **Neue Leiterin der SRG-Unternehmenskommunikation in Bern: Martina Vieli** (36) wird ab dem 1. Mai neue Leiterin der Unternehmenskommunikation bei der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft SRG in Bern. Vorgänger **Iso Rechsteiner** schied 2015 aus, um sich selbstständig zu machen. Interimistisch hat **Mariano Tschuor** den Bereich geführt. In ihrer neuen Funktion verantwortet Vieli die Bereiche Public Affairs, Medienarbeit, Corporate Publishing und interne Kommunikation. Sie kommt von der Kommunikationsagentur Farner Consulting, wo sie in den vergangenen zehn Jahren als Kommunikationsberaterin ihre Schwerpunkte in den Bereichen Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit hatte.

Personalien compact - Agenturen (6)
(09. KW-2016) →

1. **Von Edelman.ergo zur Bauer Media Group: Natja Rieber** (29) arbeitet ab sofort bei der Bauer Media Group in Hamburg als neue PR-Referentin im Marken-Team der Unternehmenskommunikation. Unter der Leitung von **Andrea**

Fratini kümmert sie sich vor allem um die Kommunikation der Programmzeitschriften sowie um die Titel „People“, „Closer“, „InTouch“ und „In-Touch Style“. Zuvor war Rieber sechs Jahre als PR-Beraterin im Bereich Marken- und Produkt-PR bei Edelman.ergo in Hamburg sowie im Rahmen eines Projekts in Chicago angestellt. Bei Edelman.ergo betreute Rieber diverse Kunden, Neukundenprojekte und Pro Bono Aktivitäten.

2. **markenzeichen erweitert sein Düsseldorfer Team: Sarah Dönges (25)** absolviert bei der Agentur markenzeichen in Düsseldorf ein Traineeship und soll den Kommunikationsalltag anhand von Kunden wie E wie Einfach kennenlernen. Dönges schloss Ende 2015 ihr Master-Studium im Bereich Public Relations und Corporate Communication an der Business and Information Technology School Iserlohn, der San Diego State University (CA, USA) sowie der Universidad Europea de Madrid ab. Im Laufe ihres Studiums konnte sie bei ihren Praktika im Bereich der Unternehmenskommunikation bei Luft-hansa, Porsche und der CNC Communications & Network Consulting AG in München erste Praxiserfahrungen sammeln.
3. **HBI erweitert ihr PR-Team um drei neue Account Executives: Ebru Özalan (27), Simon Herrmann (28) und Stefan Schmidt (29)** sind neue Mitarbeiter der Agentur HBI Helga Bailey GmbH, München. Özalan studierte Medien und Kommunikation an der Universität Passau und sammelte im Zuge eines Praktikums bei MAN Engines Erfahrungen in strategischer Kommunikation. Herrmann absolvierte das Studium der Kommunikations- und Medienwissenschaften an der Technischen Universität Ilmenau. Erfahrungen im Projektmanagement erlangte er währenddessen bei Sport1. Schmidt studierte Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg. Als Praktikant arbeitete er in dieser Zeit bei ProSiebenSat.1 und in einer Lokalredaktion. Alle

Lehrstück der Krisen-PR: Wie Peter Lustig zum Kinderhasser wurde

Peter Lustig ist tot. Eine Reihe von Medien machten aus der Hauptfigur in der ZDF-Serie „Löwenzahn“ einen Kinderhasser, die „Bild am Sonntag“ vorneweg. Ursache war ein ungeschickt ehrlicher Zeitungsbeitrag.

Lesen Sie hier, wie Lustig übel mitgespielt wurde und was Kommunikatoren daraus lernen können.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

drei werden nun für Agenturkunden aus unterschiedlichen Branchen eingesetzt.

4. **SK medienconsult GmbH erweitert die Beraterriege: Yvonne van Ackeren (39)** ist seit dem 1. März neuer Senior Consultant bei der SK medienconsult GmbH in Düsseldorf. Zuvor arbeitete sie als selbstständige Kommunikationsberaterin. Van Ackeren verfügt über langjährige PR-Erfahrung im TV- und Medienbereich sowie in der Wirtschaft. In den ZDF-Pressstellen Berlin und Hamburg übernahm sie insgesamt rund sieben Jahre lang die Pressebetreuung zahlreicher ZDF-Produktionen im Informations- und Unterhaltungsbereich sowie im fiktionalen Genre. Bei SK medienconsult wird van Ackeren das gesamte Spektrum der internen und externen Unternehmenskommunikation abdecken.
5. **Junior-Beraterin Matz verstärkt das Team markenzeichen: Vivienne Matz (29)** ist bei der Agentur markenzeichen in Frankfurt am Main neue Junior-Beraterin für Marken aus dem Lifestyle- und Getränkebereich. Zusätzlich soll sie ihre Expertise auf dem Feld der Blogger Relations einbringen. Die gebürtige Wiesbadenerin absolvierte zuvor ein eineinhalbjähriges Traineeship

bei der Kommunikationsagentur komm.passion im Bereich Produkt- und Markenkommunikation. Matz erlangte 2005 ihren Magister-Abschluss in den Fächern Amerikanistik, Germanistik und Literaturwissenschaft an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz und kann auf Praktika bei lokalen Tageszeitungen sowie beim Hessischen Rundfunk in Frankfurt zurückblicken.

6. **Neue PR-Redakteurinnen bei Cyrano:** **Ann-Christin Frank** (31) und **Pia Hustert** (30) sind neue Mitglieder im Team der Cyrano Kommunikation GmbH in Münster. Frank arbeitet als PR-Redakteurin im Team von Verena Koordt. Sie wird Kunden aus Industrie und Dienstleistung betreuen. Zuvor war sie als freie Bild- und Textautorin bei der Ahlener Zeitung tätig und absolvierte ein zweijähriges Volontariat beim Aschendorff Verlag. Hustert wird im Team ländlicher Raum der Agentur arbeiten und Themen aus den Bereichen Jagd und Landwirtschaft betreuen. Hustert hat vor ihrer Arbeit bei Cyrano ein PR-Volontariat in der Pressestelle der Stadt Dülmen absolviert.

ETATS

Etats compact (13) (09. KW-2016) →

1. **Interone realisiert neue BMW Group Corporate Website**
 wer: BMW AG, München
 was: Neue Corporate Website der BMW Group
 an: **Interone GmbH**, Köln
2. **Kundenzuwachs bei Kern Gottbrath Kommunikation**
 - a) Gregory Mountain Products, Breddorf (dt. Niederlassung)
 was: Produkt-PR für Lifestyle-Rucksäcken der Sunbird-Linie
 - b) Fitnesstechnologie-Anbieter Wahoo, Atlanta
3. **Mannigel Public Relations kommuniziert für Peiseler**
 wer: Präzisionsmaschinenbau-Unternehmen Peiseler GmbH & Co. KG, Remscheid
 was: Pressearbeit und externe Kommunikation
 an: **Mannigel Public Relations**, Handeloh
4. **Megacult schnürt PR-Paket für Ricola**
 wer: Schweizer Kräuterbonbonhersteller Ricola, Laufen bei Basel
 was: Jubiläums-PR-Paket samt Pressearbeit und Sponsoring-Begleitungskommunikation
 an: **Megacult marketing for the masses GmbH**, Berlin
5. **Havas PR Germany gewinnt Allergan im Pitch**
 wer: Pharmaunternehmen Allergan plc., Dublin (Irland)
 was: Kommunikation für die Marken Juvéderm®

Wie
läuft's?

Leistungsdiagnose
mit Lautenbach Sass.

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

(USA)
 was: Produkt-PR für den Biketrainer KICKR
 an: **Kern · Gottbrath Kommunikation**, München

(Dermalfiller) und Vistabel® (Botox) in Deutschland

an: **Havas PR Germany**, Hamburg

6. PR-Agentur index unterstützt Fördermittelberatung

was: Fördermittelberatung förderbar GmbH, Berlin

was: Crossmediale Kommunikation samt Pressearbeit, Social Media und Blogger Relations

an: **index Agentur GmbH**, Berlin

7. Brand Upgrade startet Jahreskampagne für Müller's Mühle

wer: Müller's Mühle GmbH, Gelsenkirchen

was: Konzeption und Umsetzung einer crossmedialen Kommunikationskampagne zum Jahr der Hülsenfrüchte

an: **Brand Upgrade GmbH**, Hamburg

8. Selinka/Schmitz entwickelt Dachmarke für UCB Pharma

wer: UCB Pharma GmbH, Monheim am Rhein

was: Entwicklung einer Dachmarke für die Single-Pill-Bluthochdruck-Range sowie Print- und Online-Fachpressearbeit

an: **Selinka/Schmitz Public Relations GmbH**, Köln

9. Neuer Etat für additiv pr

wer: Unternehmen für Fördertechnik und Logistik, Hubtex Maschinenbau GmbH & Co. KG, Fulda

was: Fachpressearbeit und Content Marketing

an: **additiv pr GmbH & Co. KG**, Köln und Montabaur

10. Wilde & Partner betreut PR-Etat von solamento Reisen

wer: Spezialist für den mobilen Verkauf von Reisen, solamento Reisen GmbH, Essen

was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München

11. Dr. Haffa & Partner unterstützt collaboration Factory AG



wer: Anbieter von Projekt- und Collaboration-Management-Software collaboration Factory AG, München

was: PR- und Fachpressearbeit für Wirtschaftsmedien, Referenzkommunikation, Corporate Publishing

an: **Dr. Haffa & Partner GmbH**, München

12. public imaging betreut BNY Mellon Investment in Deutschland

wer: Multi-Boutique-Vermögensverwalter BNY Mellon Investment Management, Frankfurt am Main

was: PR-Etat für den deutschsprachigen Markt

an: **public imaging Finanz-PR & Vertriebs GmbH**, Hamburg

AGENTUREN

Aus Media Advice wird Ewald & Rössing

→



Die Agentur Media Advice firmiert künftig unter neuem Namen. Mit Wirkung vom 4. März an wurde das Mainzer Beratungsunternehmen in Ewald & Rössing umbenannt. Die Gesellschafterstruktur bleibt

Die Gesellschafterstruktur bleibt

unverändert. Damit unternimmt Ewald & Rössing den nächsten Schritt zur Schärfung seines Profils als führendes Beratungsunternehmen im Bereich Krisenkommunikation. „Der Name Media Advice reflektierte nicht mehr den Kern unserer Arbeit, deshalb haben wir uns zu diesem Schritt entschieden“, so Marcus Ewald (Foto), geschäftsführender Gesellschafter. Im vergangenen Jahr war Jörg-Michael Junginger aus dem Kreis der Gesellschafter ausgeschieden. Er hatte das Unternehmen mit Schwerpunkt Medientraining 1997 unter dem Namen Media Advice in Mainz gegründet. 2011 kamen Marcus Ewald und Torsten Rössing, deutsche Meister im Debattieren, zum Unternehmen hinzu.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Aus „mpm“ wird „MPM²“ →

MPM² Die Mainzer Kommunikationssagentur MPM hat sich neu positioniert. Zum Jahresstart wurde der Markenauftritt auf die Formel „MPM²“ gebracht. Die Agentur verbindet in ihrem Geschäftsmodell jetzt Leistungen aus den Bereichen Content Marketing und Design mit Angeboten eines Beratungs- und Systemhauses. Neben dem gesamten Portfolio der Unternehmenskommunikation bietet MPM seinen Kunden auch Prozessberatung und Systemlösungen, um die Effizienz der Unternehmenskommunikation zu optimieren. Die Agentur bündelt die zwei bisher getrennten Geschäftsfelder Corporate Communications und Publishing Resource Management zu: Performance Publishing. Mit dem neuen Logo soll das neue Geschäftsmodell zum Ausdruck gebracht werden: Aus mpm wird MPM². Frank Bockius, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter: „Die hochgestellte ‚2‘ greift die inhaltliche und strategische Verknüpfung der Geschäftsfelder in prägnanter Weise auf.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



ORGANISATIONEN

Kopfstöße als Härtestest: Deutsche Wissenschaft betreibt transatlantisches Marketing →



Der Runningback im American Football muss schnell sein. Denn er nimmt im Gegensatz zum Quarterback den Ball in die Hand und

läuft. Damit rennt er buchstäblich in die gegnerische Verteidigung hinein. Nach dem Super Bowl 2016 in San Francisco. Und einige Wochen nach der „Diagnose Hirndegeneration“ bei Ken Stabler, einer Football-Ikone der 1970-er Jahre, zeigt das Bekenntnis von Sean James (Foto), wo das PR-Problem der National Football League (NFL) aktuell liegt. „Meinen Helm setzte ich als Waffe ein“, erklärt der Ex-Runningback der Minnesota Vikings kürzlich auf einer öffentlichen Podiumsdiskussion mit Traumaforschern der Medizinischen Fakultät der Universität Ulm. Im Deutschen Wissenschaftshaus (DWIH) in New York startet das transatlantische Marketing für die Traumaforschung und -behandlung. Sportler, Kriegsveteranen und Unfallopfer sollen davon profitieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Organisationen compact (1) (09. KW-2016) →

1. **Berliner Pressesprecher bestätigen Vorstand: Andrea Bishara**, Pressesprecherin des Hotels The Westin Grand Berlin, wurde bei der Mitgliederversammlung der Vereinigung Berliner Pressesprecher (VBP) am 3. März erneut zur Vorsitzenden gewählt. Die Berlinerin führt bereits seit 2008 den Vorstand und die rund 250 Pressesprecher umfassende Vereinigung an. Wiedergewählt wurden als stellvertretende Vorsitzende **Michaela Mehls**, Dussmann-Gruppe, **Eberhard Vogt**, Bundesverband mittelständische Wirtschaft, als Geschäftsführer, **Susanne Glasmaier**, Robert-Koch-Institut, **Michael Hofer**, Messe Berlin, **Christian Lüdemann**, Fraunhofer IZM, sowie **Claudia Bienek**, Zoo Berlin, als Schatzmeisterin.

BRANCHE

Neuaufgabe des PR-Trendmonitors gestartet →

Jahr für Jahr vermessen die dpa-Tochter News aktuell und Kommunikationsberatung Faktenkontor GmbH, beide Hamburg, die PR-Branche. In der jährlichen Befragung sollen die wichtigsten Eckpunkte der Branche herausgearbeitet und analysiert werden. Wer sind die wichtigsten Influencer? Was bindet junge Talente? Welche Inhalte funktionieren am besten im Social Web? Und wie zufrieden sind Sie eigentlich mit Ihrem eigenen Gehalt? Insgesamt elf Fragen sollen im neuen PR-Trendmonitor beantwortet werden. Hunderte Fachleute geben jedes Jahr Auskunft darüber, was sie über ihre Arbeit und ihre Branche denken. Alle Angehörigen der Branche sind eingeladen, teilzunehmen. Unter diesem [Link gelangen Sie direkt zur Befragungswebsite](#). Unter allen Teilnehmern wird ein iPad mini 4 (Wifi, 64 GB) verlost.

MEDIEN

„Lügenpresse“-Vorwurf: Presserat diskutiert über Änderung der Diskriminierungsrichtlinie →



„Spiegel online“ macht die Bestimmungen des Presserkodex als eine von mehreren Ursachen für die Probleme

polizeilicher Öffentlichkeitsarbeit aus. Konkret geht es um den Passus unter Ziffer 12.1 des Presserkodex, der ursprünglich einmal aufgenommen wurde, um Minderheiten zu schützen. Darin heißt es wörtlich: „In der Berichterstattung über Straftaten wird die Zugehörigkeit der Verdächtigen oder Täter zu religiösen, ethnischen oder anderen Minderheiten nur dann erwähnt, wenn für das Verständnis des berichteten Vorgangs ein begründbarer Sachbezug besteht.“ Die so genannte Diskriminierungsrichtlinie ist nun nach der Berichterstattung über die Ereignisse in der Kölner Silvesternacht in den Blickpunkt einer medialen Diskussion geraten. Der Deutsche Presserat berät am 9. März darüber, ob die Passage überarbeitet werden soll. Im Vorfeld äußerten sich verschiedene Chefredakteure deutscher Zeitungen. Ihre Meinungen sind keinesfalls einhellig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (1) (09. KW-2016) →

1. **Neues Magazin „Frankfurter Allgemeine WOCHE“**: Im Frühjahr 2016 startet die „Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.)“ ein Wochenmagazin für jüngere Leserinnen und Leser, die an Einordnungen und Zusammenhängen interessiert sind. Die „**Frankfurter Allgemeine WOCHE**“ präsentiert jeden Freitag auf 68 bis maximal 76 Seiten die wichtigen Themen der Woche. Kompakt und übersichtlich bietet

das neue Magazin fundierte Berichte, Meinungen und Hintergründe zu Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Wissen. Der Copypreis wird 3,50 Euro betragen. Die Druckauflage liegt zum Start bei 200.000 Exemplaren.

AUTOREN-BEITRÄGE

Neugeschäft: Was es für Hauke Hannig heißt, Bodenständigkeit zu wahren →



Schaut man sich das Leistungsspektrum von Agenturen an, und damit meine ich auch das von PR-Dienstleistern, so stellt man fest, dass es immer

noch viele gibt, die behaupten „Alles“ zu können oder die mindestens ein sehr breites Leistungsspektrum haben. Ich habe allerdings auch den Eindruck, dass die Anzahl der Agenturen, die eine integrierte Kommunikation anbieten, abgenommen hat. Es hat sich mittlerweile herumgesprochen, dass man gerade einer kleinen oder auch mittelständischen Agentur dieses Versprechen nicht mehr abnimmt. Unabhängig davon ist die Frage zu besprechen, ob man „360-Grad-Kommunikation“ heute überhaupt noch benötigt. Über die Frage der Positionierung von Agenturen habe ich mit Hauke Hannig (Foto) gesprochen, der bei der ebm-papst-Gruppe die Unternehmenskommunikation leitet. Die ebm-papst-Gruppe ist Hersteller von Elektromotoren und Ventilatoren. Das Unternehmen beschäftigt weltweit rund 11.600 Mitarbeiter, die sich auf 17 Produktionsstätten und 57 Vertriebsstandorte verteilen. Der Hauptsitz befindet sich in Muldingen im Hohenlohekreis, Deutschland.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

REZENSIONEN

Früher war mehr Lametta →



Titel: Gebrauchsanweisung für Werbeagenturen: 100 Einsichten, die Werber weiterbringen; Autor: Thomas Meichle; Verlag: Haufe 2016, 200 Seiten; 29,95 Euro; ISBN-13: 978-3648080818
Früher war mehr Lametta. Klar! Es gab ja auch mehr Budget.

Und weniger Nachfragen.

Da konnte man locker in Lametta investieren.

Und in Agenturbier.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

Save the date: PR- und Kommunikationstermine 2016 →

Nachfolgend eine Liste der bisher bekannten Termine für interessante Veranstaltungen im PR- und Kommunikationsbereich für 2016.

- 25. April: Medienbeobachterkongress 2016 Convento, Düsseldorf
- 20. Mai: 11. LPRS>>>Forum Leipziger PR-Studenten, Leipzig
- 21. Mai: 7. Sommersymposium PRCC und DPRG, Berlin
- 9./10. Juni, 2. ZukunftsForum Deutsche Public Relations Gesellschaft, Gelsenkirchen, Westfälische Hochschule
- 29./30. Juni: Jubiläums-Veranstaltung 25 Jahre DAPR Deutsche Akademie für Public Relations, Düsseldorf
- 22./23. September: 13. Kommunikationskongress Bundesverband deutscher Pressesprecher und Magazin "pressesprecher", Berlin, Berliner Congress Centrum und Admiralspalast

SEMINARE

Seminare compact (2) (09. KW-2016) →

1. **AFK lädt ein zum PR-Assistenz-Training:** Speziell für PR-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter in assistierender Funktion ist das **Intensivtraining BA1 – PR für Assistenz und Sekretariat** vom **11. bis 15. April** konzipiert. Veranstalter ist die AFK Akademie Führung und Kommunikation, Veranstaltungsort ist Oberursel. PR-Sekretärinnen, Assistentinnen und Assistenten erhalten hier das fachliche PR-Hintergrundwissen, um in der PR-Abteilung oder -Agentur mitdenkend unterstützen zu können. Dieser 1. Teil des PR-Assistenz-Trainings schafft Verständnis für Öffentlichkeitsarbeit und vermittelt das dafür wichtige Basiswissen. Weitere Informationen gibt es direkt auf der [AFK-Website](#).
2. **SCM lädt ein zur Fachtagung Interne Kommunikation:** Am **27. und 28. April 2016** veranstaltet die **SCM – School for Communication and Management in Düsseldorf** die **Fachtagung Interne Kommunikation „dezentral – mobil – flexibel“**. Fachleute erläutern, wie standortübergreifende und dezentrale Kommunikation gelingen kann, aber auch welche Möglichkeiten und Risiken die mobile Kommunikation mit sich bringt. Weitere Themen sind unter anderem die integrierte Kommunikation oder auch die Beteiligung von Mitarbeitern an Strategiethemata. Die Auftaktveranstaltung am 27. April steht unter dem Motto „Hello from the other side – Interne Kommunikation als Dolmetscher zwischen den Welten“. Weitere Informationen auf der [SCM-Website](#).

STUDIEN

Studie: B-to-B-Unternehmen investieren mehr in Marketing und Kommunikation →

Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik), Augsburg, hat die Ergebnisse seiner Studie „B-to-B-Marketing-Budgets 2015“ veröffentlicht. Demnach sind die Etats von deutschen B-to-B-Unternehmen für Marketing und Kommunikation sowohl intern als auch extern im Vergleich zum Vorjahr gewachsen. Die durchschnittlichen Marketing-Budgets stiegen um über 30 Prozent und auch die Zahl der Mitarbeiter in den Marketing- und Kommunikations-Abteilungen hat sich um 13 Prozent erhöht. Doch profitiert hat davon im Prinzip nur der Bereich Messe und Ausstellungen. Die klassischen Kommunikationsdisziplinen wie Public Relations haben Einbußen hinnehmen müssen. Insgesamt investiert der B-to-B-Sektor laut bvik-Studie je nach Unternehmensgröße zwischen einem und knapp zwei Prozent des Umsatzes in Marketingmaßnahmen. Die Werte sind im Vergleich zu 2014 damit durchschnittlich um knapp 0,5 Prozentpunkte angestiegen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Online-Befragung: Content Marketing ist gängige Praxis →

Content Marketing ist mehr als ein Buzzword. Das bestätigten jetzt die Ergebnisse einer Online-Befragung mit 101 Teilnehmern, durchgeführt von der SCM – School for Communication and Management, Berlin, und der Kölner Agentur Kammann Rossi, bisher bekannt unter dem Namen Kuhn, Kammann & Kuhn im Herbst 2015. Demnach ist Content Marketing in vielen Unternehmen in Deutschland gängige Praxis. Die Mehrzahl der Befragten verzeichnet konkrete Erfolge bei Besucherzahlen auf Website oder

Blog, bei Social-Media-Followerzahlen oder Interaktionen, aber auch bei Leads und Kundenzahlen durch Content Marketing. Doch häufig mangelt es noch an Routine und Professionalität im strategischen und operativen Bereich. Vor allem hinsichtlich konkreter Möglichkeiten zur Messung und Leadgenerierung besteht durchaus noch Handlungsbedarf.

Interessenten steht die Studie auf [dieser Website](#) zur Verfügung. Zudem wird sie auf den SCM-Praxistagen Onlinekommunikation am 12. und 13. April in Frankfurt am Main vorgestellt.

European Communication Monitor 2016 gestartet →



Die EACD, European Association of Communication Directors, hat den

Startschuss für seine jährliche Umfrage zum Status und zur Zukunft der strategischen Kommunikation gegeben. Kommunikationsprofis aus Europa sind eingeladen, sich an der Befragung zu beteiligen, die auf der [Website zum Communication-Monitor](#) bis Ende März zur Teilnahme offen steht. Der European Communication Monitor wird getragen vom Zusammenschluss renommierter Kommunikationsprofessoren, der EUPRERA, der European Public Relations Education and Research Association, und dem Netzwerk europäischer Kommunikationsdirektoren, der EACD, European Association of Communication Directors. Das internationale Forscherteam wird angeführt von Ansgar Zerfass, Kommunikationsprofessor an der Universität Leipzig. Unterstützt wird die europaweite Befragung vom Marktforschungsunternehmen Prime Research International.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LESEHINWEISE

Interkulturelle Kompetenz als Schlüsselqualifikation für den Kommunikationsberuf →



„Interkulturelle Kompetenz“ wird neben der „sozialen Kompetenz“ häufig in Stellenanzeigen als überfachliche Kompetenz gefordert. Auch gerade vor dem

Hintergrund international wirtschaftlicher Verflechtungen und zunehmend multikultureller Zusammensetzung von Teams erscheint diese Kompetenz notwendiger denn je. Die freie Kommunikationsberaterin Jennifer Ruge (Foto) hat sich mit dieser Anforderung für den Kommunikationsberuf im Blog der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) auseinandergesetzt. Sie weiß, wovon sie schreibt. Als ehemalige Offizierin und Pressesprecherin bei der Bundeswehr sowie frühere stellvertretende Leiterin einer NATO-Pressestelle in Afghanistan hat sie unmittelbar erlebt, welche Bedeutung der interkulturellen Kompetenz zukommt. Sie sei die notwendige Voraussetzung, um eine erfolgreiche Kommunikation zwischen Menschen aus unterschiedlichen Kulturen zu führen, schreibt sie. Für sie als Kommunikationsberaterin, die im internationalen Umfeld arbeite, sei interkulturelle Kompetenz eine Schlüsselkompetenz. Lesen Sie ihren [vollständigen Beitrag im Blog der DAPR](#).

Krisen-PR neu denken? Krisen-PR neu lesen! →



Titel: Krisen-PR - Risiken und Krisen souverän managen: Das Handbuch der Kommunikations-Profis; Herausgeber: Hartwin Möhrle; Verlag: Frankfurter Allgemeine Buch, 3., aktualisierte Auflage, März 2016; Preis: 24,90 €; Format: 223 Seiten, Hardcover; ISBN: 978-3-95601-092-7

Dieselgate, Fußball-Sumpf, Banken-Skandale, Shitstorm-Alarm – Was kann Krisenkommunikation leisten? Wo sind ihre Grenzen? Ist Krisenkommunikation selbst in der Krise? Müssen wir sie neu denken? In der nunmehr dritten, umfassend aktualisierten Auflage von „Krisen-PR“ setzt sich Herausgeber und Autor Hartwin Möhrle mit aktuellen Fragen zur Gegenwart und Zukunft der Krisenkommunikation auseinander. Als Mitstreiter konnte er Kommunikationsprofis aus Unternehmen und Beratung gewinnen, die in anschaulichen Beispielen aus der Praxis berichten und umfassende methodische Hilfestellungen und Anleitungen für die kommunikative Prävention und Intervention im Krisenfall geben. Praxiserfahrung und Gelegenheit zum Austausch hat der Herausgeber dabei ausreichend. Denn der ehemalige Journalist ist seit vielen Jahren Mitinhaber der A&B One Kommunikationsagentur und erfahrene Krisenberater.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise compact (1) (09. KW-2016)

→

1. **„Spiegel online“: Warum die polizeiliche Medienarbeit schwierig ist** – Ausbildungsdefizite, ein Pressekodex, der Interpretationsspielräume lässt, und die Allgegenwart von Smartphones haben die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Polizei in den letzten Jahren erschwert. Spätestens die Ereignisse der Kölner Silvesternacht haben zutage gefördert, dass die Polizei weit davon entfernt ist, professionelle, verlässliche und einheitliche Medienarbeit zu betreiben. Der Chefreporter von „Spiegel online“, Jörg Diehl, hat sich in seinem [Beitrag „Öffentlichkeitsarbeit der Polizei: Die Verunsicherten“](#) damit auseinandergesetzt. Lesen Sie bei [„Spiegel online“](#), wie es dazu kommt, dass sich die Kommunikation selbst innerhalb eines Bundeslandes von Behörde zu Behörde unterscheiden kann.

PREISE UND AWARDS

Econ Awards starten mit vielen Neuerungen →



Am 7. März startet der Wettbewerb um die Econ Awards 2016. Unternehmen, Organisationen, Stiftungen und öffentliche

Institutionen aus dem deutschsprachigen Raum können sich mit ihren Projekten und Maßnahmen der Unternehmenskommunikation um die Auszeichnungen, ausgeschrieben von Econ Verlag und „Handelsblatt“, bewerben. Einsendeschluss ist der 29. April. Die Anmeldung erfolgt über die [Econ-Website](#). In diesem Jahr feiert der Wettbewerb seinen zehnten Geburtstag und führt verschiedene Neuerungen ein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TIPPS

Anwenderbericht über die PR-Software PressFile: Von Menschen gemacht, die PR verstehen →



„tara PR ist und bleibt klein und fein“: Unter diesem Motto bietet die Münchner Agentur Kompetenz in strategischer Marken-PR auf Basis journalistischer

Redaktionsarbeit. Dahinter steckt Caroline Kämmerle-Roggmann, die mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Betreuung von Kunden wie ratiopharm, Paul Hartmann, Zeiss, Wrigley's Extra, McDonald's, Subway oder Timberland sammeln konnte. Die Erfahrungen, die sie in dieser Zeit mit PR-Software gemacht hat, waren weniger gut. „Die Lösungen waren in der Regel ungeheuer umständlich. Sie konnten entweder wenig mehr als eine reine Adressverwaltung oder die

Funktionalität war viel zu umfangreich – etwa bei klassischen Agenturlösungen“, beschreibt sie die Problematik. Bei der Suche nach einer einfachen und PR-gerechten Software stieß sie schließlich auf PressFile. „Ich fand mich in dieser PR-Software sofort wieder. Denn die Lösung haben ganz offenbar Menschen konzipiert, die etwas von PR verstehen“, erklärt Caroline Kämmerle-Roggmann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STAMM MEDIEN-NEWS

Stamm Medien-Newsletter März 2016 →

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 Februar 2016 wurden 7.121 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 15.818 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](#)

INTERNES - AUS DER REDAKTION

PR-Journal: 33.584 Besucher im Februar 2016; 39 neue Jobangebote; 22,4 % nutzen Mobilversionen →

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das "PR-Journal" im Februar 2016 insgesamt 33.584 Besucher lt. Zählung der **IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von**

Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 1.158 Visits**. Jede/r Besucher/in schaute sich 2,3 Seiten an - daraus errechnen sich 75.750 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im Februar festgestellt: 61,2 Prozent waren neue Besucher; 54,2 Prozent der Besucher sind männlich, 45,8 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. 22,4 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten über **mobile Geräte** (Smartphones und Tablets) auf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA IM DIALOG

CEO Lutz Meyer über sein Agenturselfverständnis: „Blumerry ist eine Baumschule“ →



Für die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) sind Nachwuchsförderung und die gezielte Verbesserung des Images

von Kommunikationsagenturen gegenüber Studierenden wichtige Ziele der Verbandsarbeit. Mehrfach hat der Verband betont, dass Agenturen ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern und künftig stärker im Sinne eines Employer Brandings am Markt agieren wollen. Eine konkrete Maßnahme setzt die GPRA in 2016 in Kooperation mit dem „PR-Journal“ um. Monatlich stellt sich ein Agenturchef der GPRA den Fragen von Studierenden, die sich in den Initiativen in Hannover (PRSH), Leipzig (LPRS), Mainz (kommoguntia) und Münster (campus relations) engagieren. Die haben damit die Gelegenheit, alle Fragen über das Agenturgeschäft zu stellen, die sie für relevant halten. In der dritten Folge stellt sich der Gründer und geschäftsführende Gesellschafter der Kommunikationsagentur

Blumberry, Lutz Meyer (Foto M.) den Fragen von Antonia Dieterle (l.) und Chiara Strobel (r.), beide LPRS.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

JOBANGEBOTE

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

Gesuche (9)

Die 9 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

Angebote (57)

Stellenangebote der Agenturen

- PR-Juniorberater/innen im Bereich Unternehmenskommunikation, Frankfurt a.M.
- Projektleiter/-in für strategische Presse- und Medienarbeit, Berlin
- PR-Berater/-in mit Schwerpunkt Projektmanagement, Berlin
- PR Berater (m/w), Düsseldorf
- Volontär/in und PR-Berater/in, Hamburg
- Yamaoka PR sucht (Junior) PR Berater - ab sofort, Hamburg
- Senior-PR-Berater(in), Köln
- (Junior) Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf oder Hamburg
- Junior-PR-Berater(in), Essen
- Hamburger PR-Agentur sucht PR Junior-Berater (m/w)
- PR Manager/in für den Standort Berlin (Vollzeit) – per sofort
- PR Berater / Account Manager (m/w), bei Hamburg
- Jeschenko MedienAgentur Köln und Berlin sucht PR-Trainee (m/w), Junior PR-Berater (m/w) und PR-Berater (m/w)
- PR-Berater und Projektmanager (m/w), Karlsruhe
- Junior Redakteur/-in mit Spaß an Kompliziertem, Stuttgart
- Project Consultant- Corporate Communication / PR (m/w), Frankfurt a.M.

- markenzeichen sucht zwei (Senior) Berater(innen) für starke Marken in Frankfurt und Düsseldorf
- Senior PR Berater (m/w), Berlin
- Manager Content, Marketing & Planning (m/w) in Essen, Berlin & Den Haag
- Junior-PR-Berater (m/w), München
- PR-Berater/-innen, Frankfurt a.M.
- Junior PR Berater(in) in Berlin (Vollzeit, unbefristet)
- Account Manager PR & Digital (m/w) Schwerpunkt Corporate, Hamburg
- (Junior) PR-Berater (m/w), Hamburg
- PR-Berater (m/w), Berlin
- PR Berater (m/w) Lifestyle, Hamburg
- Redakteur (m/w) mit ausgewiesener IT/TK-Kompetenz, Köln
- (Junior) PR-Berater (m/w), Düsseldorf
- PR-Assistenz in Teilzeit (m/w), Bremen
- PR-Berater (m/w), Düsseldorf

Stellenangebote der Unternehmen

- Manager Product PR, Schaan/Liechtenstein
- Junior PR & Communications Manager (m/w), Oberhaching

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- PR Manager (m/w), Frankfurt

Volontariat/Trainee

Die 18 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 6 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 07. März 2016 um 18:30 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.790 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 29,3 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.193 Adressen

Impressum

© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Gründer und Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, (pfeffer[at]pr-journal.de)

Verlag:

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg (USt-IdNr.: DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)

Redaktion:



Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, **Chefredakteur**, (dillmann[at]pr-journal.de). (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV),
Adresse: Linzer Straße 72 b, 53604 Bad Honnef, Telefon: 02224 901616,

Mobil: 0171 3326139;

Riccardo Wagner, Köln; Helge Weinberg, Hamburg;

E-Mail: redaktion@pr-journal.de

Redaktionsschluss für Newsletter:

montags 16:00 Uhr.

Rubrik „PR-Jobbörse“:

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

Namen, Daten und Fotos der Autoren und Korrespondenten des PR-Journals entnehmen Sie bitte

dieser Website www.pr-journal.de/fotos.html. Zum ausführlichen **Impressum** geht es hier:

www.pr-journal.de/impressum.html

Marketing - MediaService - Anzeigen- / Banner-Verkauf:

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg, E-Mail: [anzeigen\[at\]pr-journal.de](mailto:anzeigen[at]pr-journal.de).

Anschrift (Verlag):

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg, Telefon: 02241 2013060, Telefax: 02241 2013061, Mobil: 0160 94635777;

E-Mail: redaktion@pr-journal.de

URL: www.pr-journal.de.



Auflage kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin.
Für 2015 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des

PR-Journals ausgewiesen: 367.961 Visits und 809.584 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 1.008 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,2 Seiten aufgerufen.