

NEWSLETTER 508

10. KW 2016

Wichtige PR-Journal-Meldungen jetzt per WhatsApp
1.710 Euro für Regierungsauskunft über PR-Agenturen
Deadline für Meldungen zum PR-Ranking: 24. März.

TOP MELDUNGEN

Caritas international startet mit Hilfe von BBDO „Keys of hope“-Kampagne →



Seit Beginn des Syrienkriegs vor fünf Jahren befinden sich mehr als zwölf Millionen Syrer auf der Flucht. Diese Dauerkrise greift BBDO Düsseldorf im Rahmen einer neuen Kampagne „Keys of hope“ auf und macht im Auftrag der Hilfsorganisation Caritas international

die Schicksale einzelner Flüchtlinge greifbar. Key Visual der Hilfskampagne sind Haustürschlüssel, die in den geöffneten Händen von Flüchtlingen liegen. „Jeder einzelne Schlüssel steht als Symbol für den Wunsch nach einem sicheren Zuhause und für die Hoffnung, eines Tages zurückkehren zu können“, erklärt Christoph Klitsch-Ott, stellv. Leiter von Caritas international. „Das starke Motiv des Türschlüssels lässt niemanden unberührt, da jeder um die große Bedeutung des eigenen Zuhauses weiß“, sagt Kristoffer Heilemann, Geschäftsführer Kreation bei BBDO Düsseldorf. BBDO Düsseldorf realisiert die Fundraising-Kampagne gemeinsam mit den BBDO Agenturen Ketchum Pleon und CraftWork unentgeltlich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Faktor 3 übernimmt die PR für Stihl und Viking →



Manchmal muss man dicke Stämme sägen, um zu zeigen, was man drauf hat. Die Hamburger PR-Agentur

Faktor 3 überzeugte im Pitch um die meistverkaufte Motorsägenmarke Stihl und deren Schwestermarke Viking mit einem integrierten Kommunikationskonzept. Die Hamburger hatten prägende Erlebnisse von Stihl Nutzern aus aller Welt recherchiert und daraus Content für alle relevanten Kommunikationskanäle entworfen. „Damit hat Faktor 3 gezeigt, dass sie verstanden haben, was Stihl-Kunden begeistert – und wie diese Begeisterung mit den richtigen Instrumenten in Kommunikation umgesetzt werden kann“, so Michael Liehr, Leiter Handelsmarketing in der deutschen Stihl-Vertriebszentrale in Dieburg. Power, technische Präzision und Naturverbundenheit stehen dabei im Fokus.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 508. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 32 Einzelmeldungen:

| | |
|--|----|
| TOP MELDUNGEN | 1 |
| Caritas international startet mit Hilfe von BBDO | |
| „Keys of hope“-Kampagne → | 1 |
| Faktor 3 übernimmt die PR für Stihl und Viking → | 1 |
| Personalien | 3 |
| Mertzluft wechselt zu Hill+Knowlton → | 3 |
| Opel-Kommunikation verstärkt PR-Team und optimiert Service → | 3 |
| Personalien compact - Unternehmen (5) (10. KW-2016) → | 3 |
| Personalien compact - Agenturen (6) (10. KW-2016) → | 5 |
| Personalien compact - Sonstige (3) (10. KW-2016) → | 6 |
| Etats | 6 |
| Edelman.ergo kreiert Kampagne für Netzwerk „Unternehmen integrieren Flüchtlinge“ → | 6 |
| Neue Etats: PP:Agenda setzt Kommunikation zum Thema Elektromobilität fort → | 7 |
| Etats compact (12) (10. KW-2016) → | 7 |
| Agenturen | 9 |
| komm.passion-Dossier 01/2016: Die Kraft der Einfachheit → | 9 |
| Agenturen compact (1) (10. KW-2016) → | 9 |
| Branche | 10 |
| Porsche stellt neuen Newsroom vor → | 10 |
| 1.710 Euro für eine Auskunft über PR-Agenturen → | 10 |
| Medien | 10 |
| Presserat spricht elf Rügen aus → | 10 |
| Diskriminierungsschutz im Pressekodex bleibt bestehen → | 11 |
| Samstagsbeilage und Digitalausgabe lösen „Sonntag Aktuell“ ab → | 11 |
| Handelsblatt-Verlag verordnet seinen Veranstaltungen mehr Journalismus → | 11 |
| Social Media | 12 |

| | |
|---|----|
| Verschlüsselung: WhatsApp verweigert sich US-Behörden → | 12 |
| Kandidaten-Check: Wer bei den Landtagswahlen in den sozialen Netzwerken überzeugt → | 12 |
| Social Media compact (1) (10. KW-2016) → | 12 |
| Termine | 13 |
| Veranstaltung „Digital Leadership“: „Haben Sie keine Ahnung von IT und seien Sie stolz darauf“ → ... | 13 |
| Termine compact (1) (10. KW-2016) → | 13 |
| Bildung | 13 |
| DAPR bietet Arbeitgebern Karrierepartnerschaft: Einsteiger mit Masterstudium binden → | 13 |
| Bildung compact (1) (10. KW-2016) → | 14 |
| Studien | 14 |
| Studie: Konsumenten erwarten, dass Marken zukünftig soziale Probleme lösen → | 14 |
| Lesehinweise | 14 |
| eBook zur digitalen Transformation: Neue Potenziale im Marketing → | 14 |
| Preise und Awards | 15 |
| Der PR-Bild Award 2016 ist gestartet → | 15 |
| Noble Kommunikation erneut zur besten Tourismus-PR-Agentur gewählt → | 15 |
| Preise und Awards compact (2) (10. KW-2016) → | 15 |
| Internes - aus der Redaktion | 16 |
| In eigener Sache: Ausgewählte „PR-Journal“-Nachrichten per Kurznachricht direkt aufs Handy → | 16 |
| GPRA im Dialog | 16 |
| CEO Lutz Meyer über sein Agentur selbstverständnis: „Blumerry ist eine Baumschule“ → | 16 |
| Jobangebote | 16 |
| Angebote (53) | 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 | |

PERSONALIEN

Mertzlufft wechselt zu Hill+Knowlton →



Die Kommunikations- und Public Affairs-Beratung Hill+Knowlton Strategies verstärkt sich weiter. Anders Mertzlufft (41, Foto) steigt zum 1. April als Director im Bereich Corporate und Public Affairs am Standort Berlin ein. Er verfügt über 15 Jahre Erfahrung in der politischen Kommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Opel-Kommunikation verstärkt PR-Team und optimiert Service →



Die Produkt- und Markenkommunikation sowie der Bereich Electronic Media bei Opel in Deutschland präsentieren sich neu strukturiert und personell verstärkt. Als Manager Produkt- und Markenkommunikation übernimmt David Hamprecht (38, Foto I.) – zuletzt verantwortlich für die Interne Kommunikation von Opel / Vauxhall in Europa – die Leitung der Markenkommunikation und betreut verschiedene Themen der Produktkommunikation in Rüsselsheim. Hamprecht ist seit 1997 bei Opel beschäftigt. Neu im Team der Markenkommunikation ist Elena Funk (31, M.), die als Assistant Manager die Lifestyle-Kommunikation betreut. Ebenfalls neu bei Opel ist auch Matthias Meyer (50, r.), der für TV und Broadcast zuständig ist. Die Veränderungen sind seit Anfang März in Kraft. Unverändert bleibt Uwe Mertin (60) als Manager für Opel Classic verantwortlich und damit der



Ansprechpartner für die Historie des Unternehmens; Axel Seegers (51) steuert als Manager Marken- und Motorsport-Kommunikation die Themen Marketing, Motorsport, Fußball und Sponsoring. Die Gesamtleitung des deutschen PR-Teams liegt weiterhin bei Patrick Munsch (48) der im Zuge dieser personellen Neuordnung zum Group Manager Produkt- und Markenkommunikation ernannt wurde.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Unternehmen (5) (10. KW-2016) →

1. **Neuer Director Communications bei NBCUniversal International Networks:** Dirk Kartes verantwortet seit März als Director Communications die Bereiche Presse und PR der Pay-TV-Sendermarken 13th Street, Syfy, E! Entertainment und Universal Channel sowie die Unternehmenskommunikation von NBCUniversal International Networks, München. Gemeinsam mit

Elmar Krick und **Henning Roch** bildet er das Führungsteam für die Programm- und Markenkommunikation im deutschsprachigen Raum. Zuletzt war Kartes bei FriendScout24 VP Brand, PR & Digital sowie Pressesprecher.

2. **Microsoft Schweiz hat neuen Kommunikationschef: Tobias Billeter** (46) leitet als Nachfolger von **Barbara Josef** seit dem 1. März die Kommunikation von Microsoft in der Schweiz. In dieser Funktion ist er verantwortlich für die lokale Umsetzung der globalen Kommunikationsstrategie sowie die Beziehungspflege zu Medien und Meinungsmachern. Zuvor war er während der letzten sechseinhalb Jahre für die interne und externe Kommunikation von Zurich Schweiz zuständig. Billeter berichtet direkt an Country General Manager **Marianne Janik**. Vorgängerin Josef hatte sich Ende 2015 nach fast achtjähriger Tätigkeit als Kommunikationsleiterin entschieden, Microsoft Schweiz zu verlassen und eine eigene Firma zu gründen.
3. **Cottmann nicht mehr bei Takeda: Tobias Cottmann** (44), seit 2011 beim japanischen Pharmaunternehmen Takeda und zuletzt Vice President Global External Communications, hat das Unternehmen im Januar verlassen. Er war zuständig für die Unternehmensmarke und die weltweite Reputation der japanischen Pharmafirma. Seine Position wird in Tokio neu besetzt.
4. **Neuer Kommunikationschef bei Privatklinikgruppe Hirslanden: Frank Nehlig** wird ab Mitte Juni 2016 neuer Leiter Kommunikation der Privatklinikgruppe Hirslanden in Zürich. Er wird Nachfolger von **Peter Werder**, der seit Anfang des Jahres die Hirslanden Klinik Belair in Schaffhausen leitet. In seiner neuen Aufgabe ist Nehlig künftig verantwortlich für die externe und interne Kommunikation, die Medien- und Informationsarbeit, Corporate Publishing sowie die medienbezogene und kommunikative Unterstützung der 16 Kliniken der Gruppe. Seit 2008 ist Nehlig



bei der Bühler Group in Uzwil tätig. Zuletzt verantwortete er dort die Bereiche Marketing & Kommunikation. 2014 begleitete er zudem als „Head of Corporate Communications“ die umfassende Reorganisation des Konzerns.

5. **Eberle neuer Leiter der Eurowings-Kommunikation: Matthias Eberle** (47) übernimmt ab dem 1. April als neuer Leiter die Unternehmenskommunikation der Eurowings Group in Köln. Das berichtet das „prmagazin“. Eberle war zuletzt seit 2014 für die interne Kommunikation der Lufthansa Group samt ihrem Kerngeschäft Lufthansa Passage verantwortlich. In dieser Zeit stellte er die Mitarbeiterkommunikation konzernweit auf eine multimediale Basis. Die neue Kommunikationswelt unter dem Markendach „ONE“ löste den „Lufthanseat“ ab, der 60 Jahre lang das Leitmedium der internen Kommunikation war. Zuvor verantwortete Eberle die Unternehmenskommunikation der Frachtochter Lufthansa Cargo AG.

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

1. **Hutter Consult verstärkt Team: Nina Aemissegger** (28) wird ab dem 1. April als Consultant bei Hutter Consult, Balzerswil/Schweiz, einsteigen. Dort wird sie für das Business Development und den weiteren Ausbau der Agenturleistungen verantwortlich zeichnen. Aemissegger kommt von der in Winterthur ansässigen Firma netpulse AG, wo sie zuletzt als CEO fungierte. Sie ist Vorstandsmitglied des Swiss Marketing Clubs Winterthur und Thurgau.
2. **Grayling Deutschland verstärkt Reise- und Tourismussektor: Nadine van Velzen** (36) und **Isabel Arnold** (27) sind seit dem 1. März neue Mitarbeiterinnen von Grayling Deutschland, Frankfurt am Main. Beide sollen die Agentur vor allem im Bereich Reise und Tourismus verstärken. Van Velzen ist als Director im Travel & Tourism Sector verantwortlich für die Leitung bestehender Etats und Neugeschäftsstrategien. Zuvor war sie bei zwei PR-Agenturen, die ebenfalls ihren Schwerpunkt im Bereich Tourismus hatten. Arnold übernimmt als Senior Projekt Manager das Projekthandling von internationalen Accounts. Bevor sie zu Grayling kam, war sie bei einem Anbieter von Marketing Software als Projekt Managerin tätig.
3. **Palmer Hargreaves baut Social-Media-Kompetenz aus: Carsten Wiezorek** als Social Media Consultant und **Kathleen Bayer** als Senior PR-Beraterin mit Social-Media-Schwerpunkt sind neue Mitarbeiter im gut 100-köpfigen Team der Agentur für Marketing und Kommunikation Palmer Hargreaves in Köln. Wiezorek kommt von der Unternehmensberatung Convidera, wo er für die Entwicklung von Social-Media-Strategien für Kunden aus der Telekommunikationsbranche und der Industrie verantwortlich zeichnete. Bayer, zuletzt Pressespreche-

KOMM-PASSION

- rin der Unitymedia NRW GmbH, verstärkt bei Palmer den Bereich Social Media. Mit ihrem Team baut sie aktuell für den Geschäftskundenbereich der Telekom verschiedene Social Media-Präsenzen auf.
4. **markenzeichen installiert Business Developer: Mirco Brune** (39), bisheriger Leiter der Kundenberatung bei der Frankfurter Agentur madkom, übernimmt ab sofort die übergeordnete Vermarktung der markenzeichen Gruppe. In seiner neuen Position als Head of Business Development & Group Marketing ist der Werbekaufmann und Kommunikationswirt neben der Steuerung aller Neugeschäftsaktivitäten auch für den Gesamtauftritt der Agenturen markenzeichen, markenzeichen360° und madkom zuständig. Nach mehrjähriger Agenturlaufbahn machte sich Brune 2008 als freier Berater selbstständig. 2015 wechselte er zur markenzeichen Gruppe in Frankfurt am Main.
 5. **Kommunikationsberatung Akzente mit Sitz in Berlin: Oliver Liedtke** (36) arbeitet seit dem 1. Februar als Senior Expert für die Unternehmensberatung Akzente Kommunikation und Beratung in Berlin. In der neu geschaffenen Funktion repräsentiert er die Kommunikationsberatung in der Hauptstadt und ist Ansprechpartner für Politik und Verbände. Er berichtet an die Geschäftsführer **Sabine Braun** und **Thomas Melde**. Bei der Agentur, die ihren Hauptsitz in München hat, ist Liedtke seit 2015 beschäftigt, zuletzt war er für den Akzente Politikmonitor verantwortlich.

6. **Nicole Kircher macht sich mit Kiro AG in Zürich selbständig:** Nicole Kircher, zuletzt als Direktorin bei der UBS AG in Zürich für die strategische Kommunikation verantwortlich, macht sich selbständig. Mit der Gründung ihrer eigenen Agentur Kiro AG in Zürich will sie künftig Kunden aus den Bereichen Telekom, IT, Post, Einzelhandel, Konsum und öffentliche Unternehmen in Sachen Kommunikation und Projektmanagement beraten. Schwerpunkte sollen die Beratung von Führungspersonlichkeiten, die Positionierung von Unternehmen sowie Medientrainings sein. Vor ihrer Zeit bei der UBS AG war sie als Wirtschaftsredakteurin für Titel wie die „Handels-Zeitung“ oder „Cash“ tätig.



Bundesfamilienministerium, wo er als Referatsleiter „Fachpolitische Kommunikation“ in der Abteilung „Familie“ tätig war. In seiner neuen Position ist Kinert Ansprechpartner für alle Presseanfragen und Aufgaben rund um die Öffentlichkeitsarbeit des Instituts. Er berichtet an den Institutsleiter **Christof Veit**.

Personalien compact - Sonstige (3) (10. KW-2016) →

1. **Trowitzsch übernimmt Kommunikation bei der AOK Hessen: Christine Trowitzsch** (39) leitet seit dem 1. März die Hauptabteilung Unternehmenskommunikation und -politik der AOK Hessen in Bad Homburg. Ihr unmittelbarer Vorgänger war **Ralf Metzger**, der diese Aufgabe interimistisch übernommen hatte nachdem **Wilfried Boroch** eine Professur für Gesundheits- und Sozialmanagement an der FOM – Hochschule für Oekonomie und Management angetreten hatte. Trowitzsch, die zuvor seit 2013 die Unternehmenskommunikation im Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf leitete, berichtet an den Vorstandsvorsitzenden der AOK Hessen, **Detlef Lamm**.
2. **IQTIG schafft Stabsstelle für Presse und Öffentlichkeitsarbeit: Marc M. Kinert** (44) leitet seit dem 15. Februar die Stabsstelle Presse und Öffentlichkeitsarbeit des Instituts für Qualitätssicherung und Transparenz im Gesundheitswesen (IQTIG) in Berlin. Die Position wurde neu geschaffen. Kinert arbeitete zuvor seit 2014 im

3. **UVB hat neue Pressereferentin: Ulrike Liebchen** (38) spricht seit dem 1. Januar als Pressereferentin für die Unternehmensverbände Berlin-Brandenburg (UVB). Zu ihren Aufgaben gehört neben der klassischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auch der Ausbau der Online- und Social-Media-Aktivitäten. Sie wurde Nachfolgerin von **Madlen Dietrich**, die künftig neben der Online-Kommunikation für den Bereich Digitalisierung und Startup-Wirtschaft im Verband zuständig ist. Liebchen, die zuvor als freiberufliche PR-Beraterin gearbeitet hat, berichtet an UVB-Pressesprecher **Carsten Brönstrup**.

ETATS

Edelman.ergo kreiert Kampagne für Netzwerk „Unternehmen integrieren Flüchtlinge“ →

Wie können Unternehmen Flüchtlinge in den eigenen Arbeitsbetrieb integrieren und welche praktischen Hürden gibt es? Diese und andere Fragen soll künftig das Netzwerk „Unternehmen integrieren Flüchtlinge“

mit über 300 Gründungsunternehmen beantworten – mit dem Ziel, das Engagement von Unternehmen insbesondere für Praktikum, Ausbildung und Beschäftigung von Flüchtlingen praxisnah zu unterstützen. Am 9. März fiel der Startschuss für das bundesweite Netzwerk, das auf Initiative des Deutschen Industrie- und Handelskammertags DIHK entstand und vom Bundeswirtschaftsministerium mit rund 2,8 Millionen Euro gefördert wird. Zum Projektstart hat Edelmann.ergo eine 360-Grad-Kampagne konzipiert. Das Foto zeigt einen der Unterstützer der Initiative: Geschäftsführer Theo Baumstark (l.) mit Mitarbeiter



F. Delawari. Das Unternehmen Baumstark GmbH & Co. hat seinen Sitz in Wiesbaden und ist spezialisiert auf Wärme- und Gesundheitstechnik.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Etats: PP:Agenda setzt Kommunikation zum Thema Elektromobilität fort →



Mit „ePendler“ und „eFlotte“ befördert

die Agentur PP:Agenda, Frankfurt am Main und Berlin, auch 2016 das Thema Elektromobilität. In enger Kooperation mit der öffentlichen Hand, Industrie und Wirtschaft geht die Agentur mit den beiden Kampagnen auf Tour. Erste Stationen sind die Metropolregion Leipzig und Mecklenburg-Vorpommern. Im Auftrag von Landesministerien und Verbänden werden im

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**

Rahmen der beiden Kampagnen „ependler“ und „eFlotte“ innovative Elektrofahrzeuge erprobt. An dem Projekt beteiligen sich Städte, Energieversorger, Medien sowie mehrere Autohersteller wie BMW, Audi, Renault, Nissan, VW und KIA mit aktuellen Elektrofahrzeugen. Am 6. März 2016 ist die Kampagne „ePendler — elektromobil unterwegs“ in der Metropolregion Leipzig gestartet. Sie wird im Rahmen des Förderprogramms „Schaufenster Elektromobilität“ der Bundesregierung und mit Partnern wie dem sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr und dem Verband der Internationalen Kraftfahrzeughersteller e.V. umgesetzt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (12) (10. KW-2016) →

1. **Neustart der Kommunikation für den Technischen Handel**
wer: VTH Verband Technischer Handel e.V.,

Düsseldorf

was: a) Markenstrategie, Corporate Design, Digitale Kommunikation und

b) Medienarbeit, Veranstaltungsmanagement

an: a) **Thoma+Schekorr GmbH**, Berlin und

b) **Kollaxo Markt und Medien GmbH**, Bonn

2. pilot Hamburg entwickelt Content für Hochprozentiges

wer: Borco-Marken-Import Matthiesen GmbH & Co. KG, Hamburg

was: Content-Marketing-Kampagne, Social Media

an: **pilot Hamburg GmbH** und Co. KG, Hamburg

3. Jeschenko launcht Glückskampagne für Soul Fitness Studio

wer: Soul Fitness Studio ReLevel, Köln

was: Lokale Kommunikationskampagne erstes ReLevel Studio am Standort Köln

an: **Jeschenko MedienAgentur GmbH**, Köln

4. Force und JungPro betreuen gemeinsam SSI Schäfer

wer: Logistikspezialisten SSI Schäfer, Neunkirchen (Siegerland)

was: Messekommunikation und Vermarktungskampagne

an: **Force Communications & Media GmbH** und **Jung Produktion GmbH**, beide Düsseldorf

5. redRobin gewinnt PR-Mandat von Neuberger Berman

wer: Investment Management-Unternehmen Neuberger Berman, New York

was: Pressearbeit in Deutschland

an: **redRobin. Strategic Public Relations GmbH**, Hamburg

6. Agentur für Marketing und Public Relations schafft Neukundenattrick

a) Anbieter von Shopsoftware Gambio GmbH, Bremen

was: Print- und Online-PR

Wie läuft's?

Leistungsdiagnose mit Lautenbach Sass.

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

b) IT-Systemanbieter ISI Automation GmbH & Co. KG, Extertal (Nähe Lemgo)

was: Fachpressearbeit offline und online

c) Initiative (SEF) Smart Electronic Factory e.V., Limburg an der Lahn

was: Pressearbeit, Lobbying und Public Affairs

an: **punctum pr-agentur GmbH**, Düsseldorf

7. Fashion Royal Lifestyle Communication gewinnt „Silver Cross“

wer: Kinderwagenmanufaktur Silver Cross, Micklithorn (England, Nähe Leeds)

was: PR-, Social Media- und Content-Strategie zum Launch der Marke in der Region DACH

an: **Vertikom-Tochter FRL Communication**, Hamburg

8. cocodibu gewinnt PR-Etat der Dresdner Agentur queo group

wer: Agentur für Kommunikation und Markenführung queo group, Dresden

was: PR-Mandat samt Pressearbeit, Speaker-Platzierungen sowie Medienkooperationen

an: **cocodibu GmbH**, München

9. **Convensis realisiert Aufklärungskampagne für BIOPRO Baden-Württemberg**
 wer: Landesgesellschaft BIOPRO Baden-Württemberg GmbH, Stuttgart
 was: Aufklärungskampagne über das Leistungspotenzial der Gesundheitsindustrie in Baden-Württemberg
 an: **Convensis Engineering GmbH, Stuttgart**
10. **Ehrenberg Kommunikation und Stena Line vertiefen Zusammenarbeit**
 wer: Schwedische Reederei Stena Line Scandinavia AB, Göteborg
 was: Public Affairs und Corporate Communications
 an: **Ehrenberg Kommunikation, Hamburg**

AGENTUREN

komm.passion-Dossier 01/2016:
Die Kraft der Einfachheit →



Ideen, Gedanken und Gefühle in den Köpfen der Zielgruppen verankern – diese Aufgabe ist für Kommunikations-

experten heute eine Herausforderung. Das Problem: Der Dialog findet größtenteils mit Zombies statt. Mittlerweile 95 Prozent unserer Kaufentscheidungen werden vom so genannten „mentalen Autopiloten“ mit einer Entscheidungsdauer von unter einer tausendstel Sekunde getroffen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Agenturen compact (1) (10. KW-2016) →

1. **closer PR und Harmonique PR kooperieren: Die Lüneburger Agentur closer PR Cross Cultural Communication beginnt eine Zusammenarbeit mit Harmonique PR, einer Content Marketing- und PR-Agentur in Krakau, Polen.** Zusammen decken beide Unternehmen Dienstleistungen auf mehreren europäischen Märkten ab. Dank ihrer Zusammenarbeit bieten beide Partner nun strategisches Marketing, Content Marketing, Social Media Engagement sowie Pressearbeit in Deutschland, Polen, Spanien und Großbritannien. Die beiden Agenturchefinnen Urszula Huntemann, closer PR, und Marta Hycnar, Harmonique PR, sehen ihre Zusammenarbeit als Beispiel für wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Erfolg von Frauen und möchten dies aus Anlass des diesjährigen Internationalen Frauentages am 8. März unterstreichen.

BRANCHE

Porsche stellt neuen Newsroom vor →



Mit einem völlig neuen multimedialen Newsroom für die Öffentlichkeitsarbeit übernimmt die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG eine Vorreiterrolle im VW-Konzern. Die **Internet-Plattform** kombiniert Social Media-Inhalte mit einem umfassenden redaktionellen

Angebot. Damit ist sie gleichzeitig Corporate Blog, Online-Magazin und Social Media-Hub.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

1.710 Euro für eine Auskunft über PR-Agenturen →

1.710 Euro für eine Auskunft. So teuer kann es werden, wenn man ein Bundesministerium fragt, welche Aufträge es an PR- und Kommunikationsagenturen vergeben hat. Es war auch nicht das Bundesfinanzministerium, wo man solcherart Begehrlichkeiten noch am ehesten erwartet hätte. Nein, das Bundesministerium für Bildung und Forschung scheint auf diese Art Lücken im Etat füllen zu wollen. Ein Verwaltungsaufwand von 36 Stunden sei nötig, um die gewünschten Auskünfte erteilen zu können, lautete die Auskunft des Ministeriums an abgeordnetenwatch.de

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



MEDIEN

Presserat spricht elf Rügen aus →



Der Deutsche Presserat hatte bei seinen Beschwerdeaus-

schuss-Sitzungen am 8., 9. und 10. März viel zu tun. Am Ende wurden elf öffentliche Rügen erteilt, 14 Missbilligungen ausgesprochen und 39 Hinweise gegeben. 25 Beschwerden wurden als begründet bewertet, auf eine Maßnahme wurde jedoch verzichtet, 156 Beschwerden wurden als unbegründet erachtet. Lagen mehrere Beschwerden gegen eine Veröffentlichung vor, wurde nur eine Maßnahme ausgesprochen. Prominente Themen in den Sitzungen waren diesmal die Berichterstattung über die Silvester-Übergriffe von Köln, über das Paris-Attentat sowie über das Zugangsglück in Bad Aibling. Gerügt wurden die „Abendzeitung“, „Bild“, „Bild Online“ (zweimal), „Bild am Sonntag“, „Focus Online“ (zweimal), „Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“ (FAS), „FAS Online“, „TV Hören und Sehen“ sowie die Online-Plattform „Netmoms.de“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Diskriminierungsschutz im Pressekodex bleibt bestehen →

Der Diskriminierungsschutz im Pressekodex bleibt bestehen. Das beschloss der Presserat am 9. März in Berlin. Die Mitglieder des Plenums gaben das im Anschluss an eine Expertenrunde bekannt. Sie machten deutlich, dass sich Journalisten bei der Berichterstattung über die Herkunft von Straftätern stets in einer anspruchsvollen Entscheidungssituation befinden. „Sie müssen im Einzelfall verantwortlich entscheiden, ob Informationen über die Herkunft von Straftätern von Gewicht sind, um den berichteten Vorgang verstehen oder einordnen zu können. Dabei folgen sie ihrer grundlegenden, professionellen Aufgabe, aus einer Flut von Informationen stets eine Auswahl nach Bedeutung zu treffen. Immer, wenn die Veröffentlichung einer Information die Gefahr diskriminierender Effekte enthält, ist besonders hohe Sensibilität gefordert. Den Vorwurf des Verschweigens und der Zensur weist der Presserat ausdrücklich zurück. Wenn Redaktionen Informationen nicht veröffentlichen, weil ihre Bedeutung für das Verständnis gering, die Diskriminierungsgefahr aber hoch ist, handeln sie nicht unlauter, sondern verantwortungsbewusst“, sagte Manfred Protze, Sprecher des Presserats.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Samstagsbeilage und Digitalausgabe lösen „Sonntag Aktuell“ ab →

Sonntag Aktuell

„Sonntag Aktuell“, die Sonntagszeitung von „Stuttgarter Zeitung“, „Stuttgarter Nachrichten“ und 44 weiteren Zeitungen im südwestdeutschen Raum, wird es als alleinige Printausgabe nur noch bis Ende März 2016 geben. Danach wird sie abgelöst: zum einen von einer umfangreichen Wochenendbeilage in der Samstagsausgabe mit den beliebten Inhalten wie dem Sonntag-Aktuell-Reiseteil, Kind und Kegel und Rätseln;

zum anderen wird eine digitale Ausgabe für Computer, Tablet oder Handy ab Sonntagmorgen abrufbar sein und unter anderem einen deutlich erweiterten, aktuellen Sportteil sowie aktuelle Nachrichten bieten. Die Verleger führen vor allem wirtschaftliche Gründe für die Entscheidung an. So gestaltete sich die Suche nach Zustellern am Sonntag immer schwieriger und auch die gestiegenen Kosten für die Wochenend-Herstellung und -Zustellung wurden genannt. In der Gesamtbelegung (inkl. „Rheinpfalz am Sonntag“) haben die Produkte der Sonntag Aktuell GmbH bisher eine verkaufte Auflage von ca. 765.000 Exemplaren erreicht.

Handelsblatt-Verlag verordnet seinen Veranstaltungen mehr Journalismus →



Der Handelsblatt-Verlag, Düsseldorf, verordnet seinen Veranstaltungen mehr Journalismus. Wie das geht? Indem die Börsenexpertin des „Handels-

blatts“, Jessica Schwarzer (41, Foto), als neue Verantwortliche mehr Wert auf eine journalistische Inszenierung der verschiedenen Veranstaltungsformate legen soll. Als neue Leiterin Journalismus Live ist sie ab sofort dafür verantwortlich, dass die jährlich rund 200 Veranstaltungen der Verlagsgruppe Handelsblatt einen stärkeren journalistischen Fokus bekommen sollen. Egal ob Podiumsdiskussionen, Streitgespräche, Interviews oder Konferenzen - bei Journalismus Live geht es um die Kombination aus Wissen, Inspiration und Begegnung. Schwarzer wird in ihrer neuen Position eng mit dem Veranstaltungsbereich Face-to-Face zusammenarbeiten und diesen bei der Themensetzung, inhaltlichen Aufbereitung, Umsetzung auf der Bühne und der Entwicklung neuer Formate unterstützen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SOCIAL MEDIA

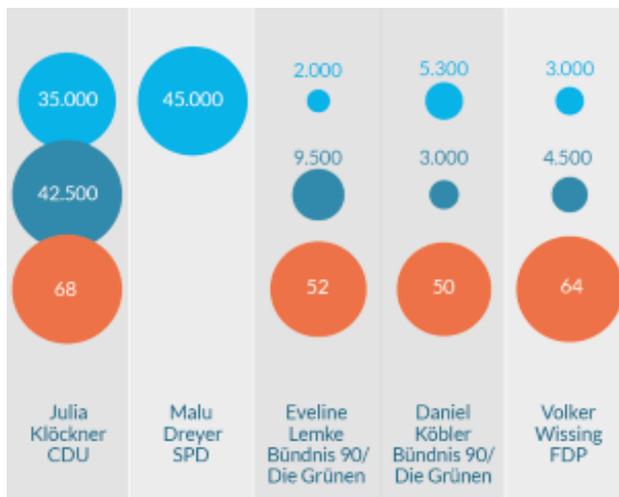
Verschlüsselung: WhatsApp verweigert sich US-Behörden →



Nach Apple steht jetzt WhatsApp im Visier der US-Behörden. Grund des Ärgers ist die Verschlüsselung der Kommunikation der weltweit beliebtesten Messenger-App, die den Behörden **den Zugriff auf Daten verweigert**. Konkreter Fall waren laut der New York Times von einem Richter angeordnete Überwachungsmaßnahmen, die an der Verschlüsselung gescheitert seien.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Kandidaten-Check: Wer bei den Landtagswahlen in den sozialen Netzwerken überzeugt →



Der IT-Technologie Lösungsanbieter Lithium mit Sitz in San Francisco kennt sich im Social Media-Bereich bestens aus. Lithium unterstützt Unternehmen weltweit – darunter auch die Telekom – dabei, über die Integration von externen sozialen Netzwerken und webeigenen Communities Beziehungen zu Kunden

und Konsumenten aufzubauen. Mit diesem Know-how hat das Unternehmen im Zeitraum von 18. Februar bis 4. März 2016 die aktuellen Wahlkämpfe in Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Sachsen-Anhalt unter die Lupe genommen. Die Analyse für den Online-Wahlkampf fällt wie folgt aus: Julia Klöckner, Spitzenkandidatin der CDU in Rheinland-Pfalz, ist die unbestrittene Social Media-Queen, die Kandidaten in Baden-Württemberg liefern sich ein Kopf-an-Kopf-Rennen auf Facebook und Co., und die AfD hinkt auf Landesebene auf ihren sozialen Netzwerken den Konkurrenten hinterher.

Die Abbildung zeigt für die Kandidaten der Landtagswahl in Rheinland-Pfalz die Zahl der Follower für Facebook (hellblau) und Twitter (dunkelblau) und den Klout-Score (orange).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Social Media compact (1) (10. KW-2016) →

1. **Blogger aus Sachsen vernetzen sich im April an der LSoM:** Blogger aus ganz Sachsen treffen sich am **29. April** zu einer Konferenz im Mediacampus Villa Ida in Leipzig. Die erste Sächsische Blogger- und Onliner-Konferenz steht unter dem Titel „Blogger spinnen ein Netzwerk“ (#bsen). Die Konferenz wird veranstaltet vom Medienblog Flurfunk Dresden, der Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) und der Leipzig School of Media (LSoM). Das Herzstück von #bsen sind insgesamt 12 Sessions á 60 Minuten zu unterschiedlichen Themen. Die Schwerpunkte liegen auf den Themen Sichtbarkeit, Finanzierung und Professionalisierung. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden sich auf der [Website zur Konferenz](#).

TERMINE

**Veranstaltung „Digital Leadership“:
„Haben Sie keine Ahnung von IT
und seien Sie stolz darauf“ →**



Der Zukunftsforscher Franz Kühmayer (Foto) brachte für die

Veranstaltung „Digital Leadership – wie wird Mitarbeiter- und Führungskräftekommunikation in Zukunft gesteuert?“ zehn Ratschläge mit. Als Provokation klar erkennbar, stellte er seine Top 10 vor, „Wie Sie als Führungskraft um die Digitalisierung herum kommen“. Unter anderem „riet“ er Unternehmen: „Seien Sie ganz gelassen. Digitalisierung ist nur einer dieser Hypes, der von Medien aufgeblasen wird.“ Oder „Marginalisieren Sie das Social-Media-Gedöns“. Oder auch: „Haben Sie keine Ahnung von IT und seien Sie stolz darauf.“ Wie das bei der von der Kommunikationsagentur CB.e Clausecker | Bingel AG in Kooperation mit der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) ausgerichteten Veranstaltung ankam, können Sie [ausführlich im „DPRG-Journal“](#) nachlesen. Versprochen war den rund 80 Teilnehmern am 3. März ein neues Veranstaltungsformat mit Fachinputs, Field Reports und Co-Working-Sessions.

Termine compact (1) (10. KW-2016) →

1. **Kommunikation beim 1. FC Köln:** Tobias Kaufmann, Leiter Medien & Kommunikation des 1. FC Köln, gibt auf einer Veranstaltung der

DPRG Landesgruppe Nordrhein-Westfalen einen Einblick in die Öffentlichkeitsarbeit des Bundesligisten. „Kommunikation beim 1. FC Köln – Ein Fußballverein als crossmediales Medienhaus. Von der Kanalisierung des Medieninteresses bis zur Social-Media-Strategie“ lautet der Titel seines Vortrags. Die Veranstaltung findet am 12. April 2016, um 18:00 Uhr statt. Treffpunkt: Restaurant „12. Mann“, Nordtribüne im Rhein-EnergieStadion, Aachener Straße 999, Köln. Hier können [Sie sich anmelden](#).

BILDUNG

**DAPR bietet Arbeitgebern
Karrierepartnerschaft: Einsteiger mit
Masterstudium binden →**

Agenturen und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen und Organisationen können sich ab sofort als Arbeitgeberpartner um die Teilnahme an dapr dual bewerben. Das in der Branche einzigartige Arbeitgeber-Programm kombiniert das kostenfreie Recruiting von Talenten mit einem berufsbegleitenden Masterstudium in den Bereichen Kommunikation und Management an der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR). Die DAPR findet, mit Unterstützung durch die PRCC Personalberatung, die passenden Kandidaten für die teilnehmenden Arbeitgeber. Für sie ist dieser Service kostenlos – sie finanzieren nur das nicht-konsequente Studium an der DAPR. Die neuen Mitarbeiter erhalten dadurch ein attraktives Paket zum Berufseinstieg, denn sie durchlaufen neben einem Volontariat / Traineeship in PR oder Kommunikation einen viersemestrigen Lehrgang zum Master of Science oder Master of Business Administration in einer von fünf möglichen Fachvertiefungen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung compact (1) (10. KW-2016) →

1. **Infoabend an der RFH zum Bachelor Media Management:** Betriebswirtschaftslehre plus Medienkompetenz sind in der Wirtschaft und in den Medien gefragt. Studieninteressierte, die Medienwirtschaft in Vollzeit oder berufsbegleitend studieren möchten, lädt die Rheinische Fachhochschule Köln (RFH) zu einem **Informationsabend** ein. Die Studiengangs-Leiter stellen das Bachelor-Studium Media Management am **23. März um 18 Uhr** im RFH-Medienzentrum, Weyerstraße 41, in Köln vor. Weitere Informationen finden Interessenten auf der [RFH-Website](#).

STUDIEN

Studie: Konsumenten erwarten, dass Marken zukünftig soziale Probleme lösen

→



62 Prozent der Befragten wünschen sich von ihren Lieblingsmarken, dass sie eine aktivere Rolle dabei spielen, soziale Probleme zu lösen. Rund 80 Prozent geben an, dass sie bei

ihrer Markenauswahl darauf achten, dass sich das Unternehmen sozial oder ökologisch engagiert. Beim Vergleich dieser international erhobenen Zahlen mit deutschen Angaben sind ebenfalls spannende Ergebnisse zutage getreten. So sehen sich Deutsche selbst in der Verantwortung, durch ihre Kaufentscheidungen Einfluss auf soziale und gesellschaftliche Missstände zu nehmen und somit Unternehmen zu besserem

Handeln zu zwingen. Havas Worldwide hat diese Ergebnisse im Rahmen des Prosumer Reports ermittelt, einer neuen repräsentativen und global durchgeführten Studie. Über 10.000 Personen aus 28 Ländern nahmen teil und äußerten sich zu ihren Erwartungen an Unternehmen und Marken. Prosumer nehmen als Meinungsführer großen Einfluss auf die Marken- und Produktwahl ihres Umfelds.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LESEHINWEISE

eBook zur digitalen Transformation: Neue Potenziale im Marketing →



Die digitale Transformation ist in aller Munde. Kein Buzzword ist stark genug, um die vermeintliche Bedeutung für die Kommunikationsbranche und andere Wirtschaftszweige zu beschreiben. Das Beratungsunternehmen Dr. Schwarz Consulting aus Waghäusel hat sich ebenfalls des The-

mas angenommen und ein eBook mit Praxistipps für die digitale Transformation vorgelegt. Anhand von 19 Fallstudien von Mazda, Jack Wolfskin, Burda, L'Oreal und anderen werden Chancen und Potenziale für das Marketing geschildert. Die Artikel beschreiben, wie die digitale Transformation in der Praxis heute schon umgesetzt wird. Die Themen reichen vom digitalen Showroom über Lifecycle Marketing bis zu Multi-brand-Shops und Big Data. Immer wieder geht es um die Digitalisierung von Prozessen und den Weg zu einer vernetzten IT. Das Buch ist als eBook erschienen und kann über die [Absolit-Website](#) kostenlos bestellt werden.

PREISE UND AWARDS

Der PR-Bild Award 2016 ist gestartet →



Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen der DACH-Region treten zum nunmehr

elften Mal im Wettkampf gegeneinander an. **Bis zum 17. Juni** haben sie Zeit, ihre besten PR-Bilder der letzten zwölf Monate einzureichen. Veranstalter ist die dpa-Tochter news aktuell aus Hamburg.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Noble Kommunikation erneut zur besten Tourismus-PR-Agentur gewählt →



Johannes Klaus und seine „Reisedepeschen“ sind der „Reiseblog des Jahres 2016“, auf den Plätzen zwei und drei folgen Elke Weilers „Meerblog“ und

„The Travel Episodes“. Zu der Wahl hatte das „Pressehandbuch Touristik Medien“, Wolfratshausen, zum ersten Mal aufgerufen; 166 Reisedeputierte, freie Journalisten und Blogger waren der Einladung gefolgt. Der Reiseblog des Jahres ergänzt die beiden bekannten Rankings „PR-Agentur des Jahres“ und „Verkehrsbüro des Jahres“, die bereits seit mehr als 20 Jahren vom Schwesterhandbuch „Touristik PR“ organisiert werden. Unter den Verkehrsbüros ist Schweiz Tourismus wieder an der Spitze, gefolgt von Tourism Ireland und Atout France. Bei der Wahl zur touristischen PR-Agentur des Jahres hatte wieder Marina Noble die Nase vorn. Zum siebten Mal in Folge wählten die insgesamt 219 Juroren ihre Noble Kommunikation zur Nummer eins der touristischen PR-Agenturen - vor Angelika Hermann-Meier PR und Uschi Liebl PR.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Preise und Awards compact (2)
(10. KW-2016) →

1. **Einreichungsfrist für GWA-HealthCare Award endet am 1. April:** Nach einjähriger Pause bringt der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA in diesem Jahr einen reformierten HealthCare Award für Gesundheitskommunikation an den Start. Preise gibt es in fünf neuen Kategorien: „New New“, „Comeback“, „Content Hero“, „David vs. Goliath“ und „Doing Good“. Eingereicht werden können Arbeiten für verschreibungspflichtige (RX) und nicht verschreibungspflichtige (OTC) Arzneimittel aber auch aus sonstigen Bereichen wie Dental, Medizintechnik oder Tiermedizin. Die Ausschreibung startet sofort, Einsendeschluss ist am 1. April und die Preisverleihung findet am 6. Juni beim Pharma Marketing Kongress 2016 in Frankfurt am Main statt. Weitere Informationen auf der [GWA-Website](#).
2. **Einreichungsfrist für Onlinekommunikations-Preis endet am 23. März:** Ob kreative Website, innovativer Social Media-Auftritt oder komplexe Online-Strategie – der Deutsche Preis für Onlinekommunikation ehrt in 35 Kategorien die besten Projekte und Kampagnen im Bereich digitaler Kommunikation. Veranstalter ist das Magazin „pressesprecher“, Berlin. Die Bewerbungsfrist endet am 23. März, die Late-Deadline ist am 7. April. Bewerben können sich Agenturen und Unternehmen, Verbände und NGOs, politische Institutionen und Parteien sowie Einzelpersonen. Nominierte stellen ihre Projekte am 8. Juni live der Jury vor. Am selben Abend findet die Gala im Admiralspalast in Berlin statt. Weitere Informationen auf der [Website zum Deutschen Preis für Onlinekommunikation](#).

INTERNES - AUS DER REDAKTION

In eigener Sache: Ausgewählte „PR-Journal“-Nachrichten per Kurznachricht direkt aufs Handy →



Schnell muss es gehen, und am besten direkt ohne Umweg. Als Online-Portal für die PR- und Kommunikationsbranche fühlen wir uns diesem Anspruch verpflichtet. Auf unserer Website „PR-Journal.de“ und via Twitter veröffentlichen wir daher tagesaktuell durchschnittlich 15 Nachrichten aus der Branche. Neue Personalmeldungen, Etatwechsel, Seminare und Terminankündigungen finden Sie Tag für Tag bei uns, Sie müssen nur „vorbei schauen“. Wer das nicht möchte, für den tragen wir einmal in der Woche alle News der vergangenen sieben Tage im „PR-Journal-Newsletter“ zusammen. Dieser E-Mail-Dienst kommt jeden Dienstagmorgen frei Haus in ihr Postfach. Sollte Ihnen das künftig nicht genug sein, bieten wir ab sofort einen zusätzlichen Dienst an: den „PR-Journal-Instant-Messenger“. Das bedeutet: Die wichtigsten Nachrichten bekommen Sie direkt per WhatsApp aufs Handy. Die einzige Voraussetzung, Sie müssen sich mit Ihrer Mobil-Nummer in unseren WhatsApp-Verteiler eintragen und zustimmen, diesen – weiteren kostenlosen – Service empfangen zu wollen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA IM DIALOG

CEO Lutz Meyer über sein Agenturselfverständnis: „Blumberry 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 Dietler (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 (8)

Die 8 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

Angebote (53)

Stellenangebote der Agenturen

- PR-Berater/-in bzw. PR-Seniorberater/-in Healthcare, Raum Düsseldorf/Köln
- 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

Stellenangebote der Unternehmen

- Senior Consultant (m/w) in- & externe Kommunikation Schwerpunkt Veränderungskommunikation, Hamburg
- Senior PR Consultant (m/w) Schwerpunkt Online-Kommunikation, Hamburg
- Manager Product PR, Schaan/Liechtenstein
- PR & Communications Manager (m/w), Oberhaching

Volontariat/Trainee

Die 19 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 14. März 2016 um 20:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.915 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 27,9 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.213 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.