

NEWSLETTER 519

22. KW 2016

- ++ ORCA van Loon und Die Denkfabrik bilden strategische Allianz ++
- ++ Gelungene PR-Aktion: RWO will Zlatan Ibrahimovic verpflichten ++
- ++ GPRA im Dialog: Consense Communications zeigt Haltung ++

TOP MELDUNGEN

Haas verlässt die Geschäftsleitung von Vodafone Deutschland →



Ingrid M. Haas (Foto), Director Corporate Affairs, wird das Unternehmen verlassen, um neue Aufgaben außerhalb von Vodafone wahrzunehmen. Zur Gestaltung der Übergangsphase, bis eine Nachfolgeregelung ge-

founden ist, wird sie noch bis Sommer die Leitung der Unternehmenskommunikation sowie des Vodafone Instituts wahrnehmen. Außerdem bleibt sie zunächst Vorsitzende des Beirats der Vodafone Stiftung. Der Bereich Public Affairs wechselt in der Geschäftsleitung in die Verantwortung von Christoph Clément, Legal, Regulatory & Corporate Security. „Ich bedaure die Entscheidung von Ingrid M. Haas sehr und danke ihr für das große Engagement und ihren Beitrag für die Entwicklung des Unternehmens“, so Vodafone Deutschland CEO Hannes Ametsreiter: „Ich persönlich habe durch sie bei meiner Einführung im Unternehmen und der deutschen Politik und Medien wertvolle Unterstützung erfahren. Für ihre berufliche und private Zukunft wünsche ich ihr alles Gute.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutsche Raumfahrt startet Imagekampagne →



Der Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie (BDLI) e.V. in Berlin startete am 31. Mai eine neue

Imagekampagne. Sie steht unter dem Motto „Die Raumfahrt – allumfassend“. Die Kampagne soll neben der Faszination, die von der Raumfahrt ausgeht, insbesondere den vielfachen gesellschaftlichen und ökonomischen Nutzen der Raumfahrt, kommunizieren. Partner für die Umsetzung sind die beiden Berliner Agenturen Hans Bellstedt Public Affairs GmbH (hbpa) und Preuss und Preuss, Agentur für Problemlösungen, die als Bietergemeinschaft den vorausgegangenen Pitch gewonnen haben. Kernelemente der Kommunikation werden Plakatmotive, eine **Microsite über Raumfahrt**, Ambient-Aktionen sowie informierende Printmedien sein. Hinzu kommt umfangreicher Bewegtbild- und Social Media-Content auf Facebook und Twitter unter dem Hashtag #allumfassend. Fotograf aller in der Kampagne eingesetzten Motive ist übrigens der deutsche Astronaut Alexander Gerst.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 519. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 32 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1
Haas verlässt die Geschäftsleitung von Vodafone Deutschland →	1
Deutsche Raumfahrt startet Imagekampagne →	1
Özil, Kroos und Götze sind die erfolgreichsten deutschen EM-Spieler im Social Web →	3
Personalien	3
Kommunikationschef der ING-DiBa ist „PR-Manager des Jahres 2015“ →	3
MTU Aero Engines AG verpflichtet neue Public Affairs-Chefin →	4
Personalien compact - Agenturen (8) (22. KW-2016) →	4
Personalien compact - Unternehmern (5) (22. KW-2016) →	6
Personalien compact - Sonstige (4) (22. KW-2016) → ..	7
Etats	8
Etats compact (8) (22. KW-2016) →	8
Agenturen	9
Strategische Allianz: ORCA van Loon Communications und Technologieberatung Die Denkfabrik →	9
Agenturen compact (2) (22. KW-2016) →	9
Medien	10
Symposium im Deutschlandfunk: 2. Kölner Forum für Journalismuskritik →	10
Social Media	10
PR Stunt mit Zlatan Ibrahimovic: Rot-Weiß Oberhausen steht vor der Verpflichtung des Superstars →	10
Twiplomacy-Studie: Twitter ist das bevorzugte Netzwerk für digitale Diplomatie →	11
Autoren-Beiträge	11
Vier Thesen zur Zukunft der Medien: Was Verlage von Real Madrid und Bayern München lernen können → ..	11
Seminare	12
Seminare compact (2) (22. KW-2016) →	12

Studien	12
Studie „Mobile Kommunikation 2016“: Mobiles Internet setzt sich durch →	12
Content Matters-Studie: Deutsche tue sich schwer, Marken zu empfehlen →	13
Lesehinweise	13
„One voice“ war gestern – Polyphonie in der Unternehmenskommunikation →	13
Preise und Awards	14
Teilnahme am Filmwettbewerb „PR Klappe“ nur bis zum 10. Juni →	14
„PR Report“-Award: Am 9. Juni ist Einreichungsschluss →	14
Preise und Awards compact (3) (22. KW-2016) →	14
STAMM Medien-News	15
Stamm Medien-Newsletter Juni 2016 →	15
Internes - aus der Redaktion	15
PR-Journal: 26.540 Besucher im Mai 2016; 27 neue Jobangebote; 22,9% nutzen Mobilgeräte → ..	15
Neu ab Mai 2016: monatlicher PR-Journal-Podcast → ..	15
GPRA im Dialog	16
Bei consense communications zählt Haltung – Agenturchefin Birgit Krüger erklärt, warum das wichtig ist →	16
Jobangebote	16
Gesuche (9)	16
Angebote (43)	16
Volontariat/Trainee	17
Praktikum	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	

Özil, Kroos und Götze sind die erfolgreichsten deutschen EM-Spieler im Social Web →



Welcher deutsche EM-Spieler hat die meisten Anhänger im Social Web? Den ersten Platz sichert sich aktuell Mesut Özil (Arsenal London)

mit insgesamt 47 Millionen Fans und Followern auf Facebook, Twitter und Instagram. Ihm folgen mit Abstand Toni Kroos von Real Madrid (21 Millionen) und Mario Götze von Bayern München (19 Millionen). Marco Reus von Borussia Dortmund wäre auf Platz vier gelandet (19 Millionen), wenn er den EM-Kader nicht verletzungsbedingt hätte verlassen müssen. Pünktlich zur EM hat die dpa-Tochter news aktuell zusammen mit der Kommunikationsagentur Faktenkontor, beide Hamburg, ausgewertet, wie erfolgreich die DFB-Spieler in den wichtigsten Sozialen Netzwerken sind. (Grafik: Sebastian Könnicke.) Auf den Plätzen vier und fünf landen Bastian Schweinsteiger (16.826.700) sowie Torwart Manuel Neuer (15.289.300). Thomas Müller schafft es mit insgesamt 14.100.100 Anhängern nur auf den sechsten Platz, gefolgt von Lukas Podolski (13.044.900). Abgeschlagen auf dem letzten Platz: Jonas Hector. Der Spieler vom 1. FC Köln verfügt über keinen einzigen verifizierten Account auf Facebook, Twitter oder Instagram. Die Zahlen für das Ranking wurden am 19. Mai 2016 erhoben.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage



PERSONALIEN

Kommunikationschef der ING-DiBa ist „PR-Manager des Jahres 2015“ →



Ulrich Ott (Foto), Leiter Unternehmenskommunikation der Direktbank ING-DiBa, ist nach der von der Fachzeitschrift „prmagazin“ vergebenen Auszeichnung der „PR-Manager des Jahres 2015“ geworden. Mit dem Preis würdigt das in Remagen-Rolandseck erscheinende Magazin jährlich außergewöhnliche Leistungen eines deutschen Kommunikationsprofis. Im Vorjahr hatte der damalige Kommunikationschef von Volkswagen, Stephan Grühsem, den Preis erhalten. Ott erhält den Preis für die unaufdringliche, aber nachhaltige Positionierung der ING-DiBa als „fairer Partner“ für Kunden und Mitarbeiter. Unter der Dachmarke „FAIRantwortung“ bündelt die ING-DiBa seit rund elf Jahren ihr Engagement für Mitarbeiter und

Gesellschaft in verschiedenen Aktionen und Projekten, von der Gesundheitsvorsorge für Mitarbeiter bis zu Spendenaktionen für die Vereinsarbeit in Deutschland. Zehnmal in Folge wurde die ING-DiBa von den Lesern des Wirtschaftsmagazins „Euro“ zur beliebtesten Bank gewählt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

MTU Aero Engines AG verpflichtet neue Public Affairs-Chefin →



Sandra Schulz (46, Foto) übernimmt mit Wirkung zum 1. Juli die Leitung Public Affairs der MTU Aero Engines AG, München. Sie wird Nachfolgerin von Hans-

joachim Mauch, der zum Jahresende 2015 auf eigenen Wunsch in den Ruhestand gegangen ist. Im Rahmen der Leitung der Hauptstadtrepräsentanz verantwortet Schulz die Positionierung und strategische Interessensvertretung der MTU und ihrer Geschäftsaktivitäten gegenüber Politik und Regierung im In- und Ausland sowie Administration.

Schulz verfügt über langjährige Erfahrungen in der politischen Interessenvertretung auf Unternehmens- und Verbandsseite. Sie wechselt vom eco - Verband der Internetwirtschaft e.V., wo sie seit 2012 den Geschäftsbereich Politik & Recht und die Hauptstadtrepräsentanz leitet und die Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft politisch begleitet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Agenturen (8) (22. KW-2016) →

1. **Kommunikationsagentur AxiCom verstärkt Beratungsteam: Frank Mihm-Gebauer** (48) verstärkt ab sofort das Team der High-Tech-Kommunikations-Agentur AxiCom in Deutschland, Puchheim. Mihm-Gebauer soll vor allem Kunden



aus dem B-to-B- und B-to-C-ITK-Umfeld beraten und betreuen. Er verfügt über langjährige Fach- und Führungserfahrung in interner und externer Kommunikation. Der gelernte Journalist war unter anderem als Kommunikationsmanager bei Conciety, Microsoft Deutschland und der Software AG tätig. Zudem verfügt er über mehrjähriges Know-how im Agentur-Geschäft.

2. **Cohn & Wolfe holt zwei neue Mitarbeiterinnen von achtung!** **Nora Haak** (34) und **Sabrina Panknin** (34) sind zwei neue Mitarbeiterinnen im Team der Hamburger Niederlassung von Cohn & Wolfe. Beide waren zuletzt bei der Hamburger Agentur achtung! und haben zum 1. Juni begonnen. Haak gehört als Direktorin Digital zum Führungsteam der Agentur und ist Teil der globalen Digital Innovation Group von Cohn & Wolfe. Panknin bildet als Beraterin das Bindeglied zwischen der Healthcare-Practice der Agentur und den Digitalthemen.
3. **Solms folgt auf Winiarski bei Rocket Internet: Viktoria Solms** ist seit dem 1. Mai Vice President Communications bei Rocket Internet in Berlin. Sie folgt in dieser Position auf **Andreas Winiarski**,

der als Managing Partner zur Kommunikationsberatung Hering Schuppener gewechselt ist. Zuletzt war sie für die PR von „Share The Meal“, einer Initiative des UN World Food Programme, tätig. Bei Rocket Internet berichtet sie an den Vorstand. Bevor sie in die PR wechselte, war sie Wirtschaftsreporterin und US-Korrespondentin für die „Welt“-Gruppe.

4. **Edelman.ergo holt Group Director Digital Consulting von Beiersdorf: Felix Müller** (35) ist seit April neuer Group Director Digital Consulting bei Edelman.ergo mit Sitz in Hamburg. In dieser Funktion leitet er das Digital Consulting Team mit den Schwerpunkten Search, Social Media, Paid Activation, Influencer Programme und Analytics. Er berichtet an **Andreas Kloevekorn**, Managing Director Digital. Müller startete seine berufliche Laufbahn als Digital Consultant bei ddb Tribal Hamburg. 2011 wechselte er zur Beiersdorf AG, wo er als International Digital Brand Manager beschäftigt war und den Markenauftritt der Nivea Website in über 90 Ländern verantwortete.
5. **Serviceplan Content Hamburg holt Sandra Rehder: Sandra Rehder** (44) wird bei Serviceplan Content Hamburg neue Geschäftsführerin. Sie löst Anfang Juni **Melanie Hart** ab, die Mitte des Monats in den Mutterschutz geht. Rehder ist Inhaberin der Pure Solutions GmbH und war davor als Geschäftsführerin und Mitinhaberin der thjnk-Tochter loved tätig. Sie bringt mehr als 20 Jahre Erfahrung in Sachen Werbung, Markenaufbau und -pflege, Marketing sowie Content und Corporate Publishing mit. Hart war 2009 bei Serviceplan Content als Etatdirektorin eingestiegen. Die Führung der Agentur übernahm sie im vergangenen Juli gemeinsam mit **Thomas Wallek**, der seit 2009 Geschäftsführer und Partner von Serviceplan Content Hamburg ist.
6. **Klaus Werle kommt vom „manager magazin“ zu C3: Klaus Werle** (42) wird Chefredakteur und Content Strategie bei der Berliner Content Agentur C3 Creative Code and Content GmbH, mit



Sitz in Berlin. Werle kommt vom „manager magazin“ wo er als Journalist tätig war. Dort betreute er das Karriere-Ressort und schrieb seit Februar 2015 als Reporter unter anderem über HR- und Führungsthemen, die Werbebranche und Startups. Nach seinem Studium und Abschluss der Henri-Nannen-Journalistenschule arbeitete er zuvor als Produkt-Manager im Marketing von Procter & Gamble. **Burkhard Tewinkel**, Geschäftsführer C3 sagte: „Klaus Werle steht für Qualitätsjournalismus. Und Qualitätsjournalismus entscheidet über den Erfolg von Content Marketing.“

7. **PR von Hoyningen-Huene mit neuem Gesicht: Jürgen Fitschen** (43) ist als PR-Berater neu im Team der Hamburger PR-Agentur Public Relations v. Hoyningen-Huene. Er ist Medienbetriebswirt und arbeitete bereits als Pressereferent im Kulturbereich und war nach seinem Volontariat mehr als 13 Jahre als Redakteur im Hörfunk tätig. Bei von Hoyningen-Huene soll er sich nun als kommunikativer Querdenker unter anderem um Content und strategisches Storytelling kümmern. Die Agentur selbst meldet außerdem, dass sie

auch im übertragenen Sinn ein neues Gesicht hat. PRVHH hat einen neuen und modernisierten Internetauftritt.

8. **Laux arbeitet wieder für die Kick-Media AG:** **Markus Laux** kehrt zurück zur Agentur Kick-Media AG, einem der führenden deutschen PR-Dienstleister für Entertainment-Themen. Seit Anfang Mai ist er wieder für das Kölner Beratungsunternehmen tätig, für deren 100-prozentige Tochter Position Public Relations er bereits zwischen 2008 und 2012 gearbeitet hatte. Nun soll er sich als Corporate Communications Manager um die Unternehmenskommunikation von Kick-Media kümmern. Zusätzlich soll Laux dort auch als PR-Berater im Team der Tochter Position zum Einsatz kommen. Zuletzt arbeitete Laux seit 2012 als PR- und Marketing-Manager bei der Konzertagentur Dirk Becker Entertainment GmbH. (Quelle: „kress.de“)

Personalien compact - Unternehmern (5) (22. KW-2016) →

1. **Nelles wechselt von Ketchum Pleon zu Opel:** **David Nelles** ist seit dem 1. Juni neuer Leiter Social Media and Broadcast bei der Adam Opel AG in Rüsselsheim. Vorgänger **Alexander Lengen** hatte das Unternehmen im Oktober 2015 Richtung Facebook verlassen. Vor seinem Wechsel war Nelles Senior Social Media Strategist bei der Kommunikationsagentur Ketchum Pleon in Düsseldorf. Davor verantwortete er als Head of Corporate Communications die Kundenberatung im Bereich PR & Social Media bei Virtual Identity.
2. **Bandi wird Mediensprecherin der Insel Gruppe in Bern:** **Susanne Bandi** (51) arbeitet vom 1. Juli an als Mediensprecherin und Kommunikationsmitarbeiterin beim Krankenhausbetreiber Insel Gruppe in Bern. Sie folgt auf **Markus Hächler**, der das Unternehmen nach elf Jahren



verlässt. Bandi verantwortet derzeit die Kommunikation der schweizerischen Alzheimervereinigung. Bei der Inselgruppe wird sie an **Franziska Ingold**, Leiterin Kommunikation, berichten.

3. **Marquardt-Gruppe mit neuem Kommunikationschef:** **Ulrich Schumacher** (37) ist neuer Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher der Marquardt-Gruppe in Rietheim-Weilheim. In dieser Funktion verantwortet er unter anderem die externe und interne Kommunikation, die Medienarbeit und das Marketing des Spezialisten für elektromechanische und elektronische Schalter und Schaltsysteme. Schumacher kommt vom Sanitär- und Badspezialisten Hansgrohe, wo er Leiter Public Relations war. Zuvor war er sieben Jahre für den Reinigungsgerätehersteller Kärcher tätig, sechs Jahre davon als stellvertretender Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
4. **Uzin Utz AG stellt Unternehmenskommunikation neu auf:** **Tanja Peter**, seit 2015 Leiterin der Marketingabteilung bei der Ulmer Uzin Utz AG,

verantwortet nun auch die Unternehmenskommunikation. Unterstützt wird sie von **Marc Lunkenheimer** (28), der seit Mitte April neu im Unternehmen ist und die Produkt- und Markenkommunikation des Bodenspezialisten verantwortet. Peter, die bereits seit 1999 für die Uzin Utz AG tätig ist, soll in ihrer neuen Funktion vor allem den strategischen Ausbau der Kommunikationskanäle nach innen und außen vorantreiben. Darüber hinaus soll sie die Wirksamkeit markenübergreifender Kommunikationsprozesse sicherstellen. Lunkenheimer arbeitete zuvor für die Frankfurter Niederlassung der Agentur HFN Kommunikation.

5. **Kucharski nur noch Berater bei Universal Music: Michael Kucharski** (54), Vice President Corporate Communications & Promotion bei Universal Music, Berlin, ist ab dem 1. Juli nur noch als freier Berater für sein Unternehmen tätig. Darauf haben sich Universal Music-Chef **Frank Briegmann** und Kucharski geeinigt. Kucharski möchte parallel zu seinem Engagement bei Universal Music auch anderen Aufgaben in der Kommunikationswelt nachgehen. Sein Arbeitgeber war einverstanden. Im Jahr 2007 wurde Michael Kucharski zum Vice President Corporate Communications & Promotion ernannt.

Personalien compact - Sonstige (4) (22. KW-2016) →

1. **Wöhl wird Pressesprecher des Kreises Viersen: Markus Wöhl** (44) arbeitet vom 1. September an als neuer Pressesprecher des Kreises Viersen in Nordrhein-Westfalen. Die Position war zuletzt nicht besetzt. Derzeit ist er noch Chefredakteur des Lokalradiosenders „Welle Niederrhein“. In seiner neuen Position wird Wöhl an die Verwaltungsführung um den Landrat **Andreas Coenen** berichten.
2. **Neuer Leiter für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing beim ZVA: Lars Wandke** (39) ist seit



dem 1. Juni beim Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen (ZVA), Düsseldorf, neuer Abteilungsleiter für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing sowie Pressesprecher. Wandke, der Diplom-Ingenieur für Augenoptik ist, arbeitete vor seinem Eintritt beim ZVA im Mai 2015 in der Redaktion des augenoptischen Fachmagazins „Focus“, zuletzt als stellvertretender Chefredakteur. Als stellvertretender ZVA-Pressesprecher konnte er sich mit seinen neuen Aufgaben in den vergangenen Monaten bereits vertraut machen. Wandke wurde Nachfolger von **Ingo Rütten**, der zum 1. Juni als Verlagsleiter und neuer Chefredakteur zur „Deutschen Optikerzeitung“ (DOZ) wechselte.

3. **Porsch neue Referentin Public Affairs bei der Schufa: Regina Porsch** (42) arbeitet seit dem 1. März als Referentin Public Affairs & Content Management bei der Schufa Holding AG in Wiesbaden. Zu ihren Aufgaben gehören die Konzeption und Umsetzung des Corporate Publishing in Print und Online sowie die Verbraucherkommunikation. Sie berichtet an **Astrid Kasper**, Leiterin Public Affairs & CSR bei der Schufa. Zuvor war sie bei Euro Engineering Assistentin der Niederlassungsleitung und Unternehmenskommunikation.
4. **Bäumchen leitet Kommunikation und Politik bei der WV Metalle: Sarah Bäumchen** (33) leitet vom 1. Juni an den Bereich Kommunikation und Politik bei der Wirtschaftsvereinigung Metalle

in Berlin. Sie ist seit 2013 bei der Interessenvertretung und war bislang als Referentin für den Bereich Energie- und Klimapolitik tätig. Ihr Nachfolger in dieser Position ist **Michael Schwaiger**. Bäumchen berichtet an die Hauptgeschäftsführerin **Franziska Erdle**. Vor ihrem Wechsel zur Wirtschaftsvereinigung Metalle war sie Fraktionsreferentin für Energiepolitik für die FDP-Fraktion im Deutschen Bundestag.

ETATS

Etats compact (8) (22. KW-2016) →

1. **Start-up-PR für kiweno von Schwartz Public Relations**
 wer: eHealth Start-up kiweno GmbH, Absam (Österreich)
 was: Deutschland-Launch sowie Presse- und PR-Arbeit für Test-Kits zur Überprüfung von Nahrungsmittelunverträglichkeiten und -intoleranzen
 an: **Schwartz Public Relations**, München
2. **Content Marketing-Agentur C3 mit drei neuen Kunden**
 - a) Siemens AG, München
 was: Neuausrichtung der Kundenpublikationen
 - b) Telekom Deutschland AG, Bonn
 was: Leadagentur für einen Content Marketing-Etat
 - c) Škoda Auto, a.s., Mladá Boleslav (Nähe Prag)
 was: Kundenbetreuung im Bereich Content-Marketing (von Prag aus)
 an: **C3 Creative Code and Content GmbH**, Berlin
 (Quelle: „cp-monitor.de“)
3. **PP:Agenda initiiert Kampagne eKommunal – Elektromobilität bewegt!**
 wer: Aktionsbüro eKommunal-Hessen, Frankfurt am Main, getragen vom Hessischen Ministerium

Krisen-PR:

Lego wird immer brutaler

Lego ist nicht mehr unschuldig. Immer mehr Waffen tauchen in den bunten Bausätzen auf.

Warum Lego mit dieser Strategie eine gefährliche Gratwanderung begeht, [lesen Sie hier](#).

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung (HMWEVL) und weiteren Partnern was: **Kampagne ekommunal** zur Erprobung von Elektrofahrzeugen vom 9. bis 23. September an: **PP:Agenda GmbH**, Frankfurt am Main

4. **Alpha & Omega PR gewinnt Etat der Marketing-Plattform AppLovin**
 wer: Mobile-Marketing-Plattform AppLovin, Palo Alto (USA)
 was: Betreuung der Deutschlandstrategie und Profilierung bei potenziellen Kunden und Partnern
 an: **Alpha & Omega PR**, Bergisch Gladbach
5. **Consol entscheidet sich für PR-COM**
 wer: IT-Dienstleister und -Service-Provider Consol, München
 was: PR-Aktivitäten
 an: **PR-COM GmbH**, München
6. **ok.– vergibt Social Media Lead an strg.**
 wer: Kiosk-Netzwerk und Bahnhofsbuchhandels-Betreiber Valora Holding Germany, Hamburg
 was: Betreuung Social Media-Kanäle und Umsetzung integrierter Kampagnen für die Marke ok.
 an: **Digitalagentur strg.**, Hamburg

AGENTUREN

Strategische Allianz: ORCA van Loon Communications und Technologieberatung Die Denkfabrik →



Die Hamburger Agentur ORCA van Loon Communications geht eine strategische Allianz mit der Technologieberatung DD

Die Denkfabrik ein. Dazu eröffnete die Hamburger Kommunikationsberatung zum 1. Juni einen neuen Standort in der Hansestadt Bremen. Hintergrund der Kooperation ist der voranschreitende digitale Wandel, der – so heißt es in der Pressemitteilung – für den deutschen Mittelstand vor mit einem immensen Veränderungsprozess einhergehe. Für Agenturen bestehe die Herausforderung darin, diesen Wandel in- und extern zu begleiten und mit der technologischen Komponente zu verschmelzen. „Die zunehmende Digitalisierung ist ein Prozess, der auf allen Ebenen eine professionelle Begleitung erfordert“, erläutert Dietrich Schulze van Loon, Geschäftsführender Gesellschafter von **ORCA van Loon Communications**. Das Foto zeigt Schulze van Loon (l.) neben Günther W. Diekhöner, dem geschäftsführenden Gesellschafter der Denkfabrik. (© Sabine Skiba Fotografie)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (2) (22. KW-2016) →

1. **Deutsch-dänisches Agentur-Netzwerk „CBC15“ gegründet:** Gemeinsam mit weiteren Experten aus Dänemark und Deutschland hat die Hamburger Agentur Nebelung Kommunikation das Netzwerk **CBC15** gegründet. CBC steht für „cross border communication experts“. Die Partner bieten grenzüberschreitende Corporate PR, Krisenkommunikation, Lobbying, Social Media

Wie läuft's?
Leistungsdiagnose mit Lautenbach Sass.
Telefon + 49 69 257 82 65 - 0
www.lautenbachsass.de

und politische Kommunikation aus einer Hand an. Zu dem Kooperations-Netzwerk gehören außerdem noch: Firstline Communication in Kopenhagen, Miller & Meier Consulting in Berlin und die deutsche umwelt ag in Kiel. Nebelung Kommunikation wurde 2008 in Hamburg gegründet und ist auf Kampagnen, Krisenkommunikation, Strategie und Politik spezialisiert.

2. **Jung von Matt gründet Agentur für Bewegtbild-Content:** Die Jung von Matt-Familie hat ein neues Mitglied: In Zürich wird mit **Jung von Matt/play** eine Agentur für Bewegtbild-Content etabliert. Clips für sozialen Kanäle, Corporate Movies, animierte Infografiken oder Erklärvideos – Jung von Matt/play will Marken mit ihrem Know-how in Storytelling sowie Motion und Sound Design erlebbar machen. Geführt wird die neue Agentur von **Oliver Vedolin** (35) und **Matthias Fasnacht** (36), sie startet operativ am 1. Juni. Vedolin arbeitete zuvor fünf Jahre bei Jung von Matt als Strategic Planner Digital. Fasnacht ist Experte für visuelles Storytelling und gründete 2003 die Multimediaproduktionsfirma intovision.

MEDIEN

Symposium im Deutschlandfunk: 2. Kölner Forum für Journalismuskritik →



Bereits zum zweiten Mal eröffnet das **Kölner Forum für Journalismuskritik** wieder den Dialog über die Stellung der Medien in einer Gesellschaft im Umbruch. Am 10. Juni ab 10.00 Uhr diskutieren Experten und Journalisten im Kammermusiksaal des Deutschlandfunks in Köln über das gespannte Verhältnis von Teilen der bundesdeutschen Gesellschaft zu den Medien. Immer wieder wird von einer „Vertrauenskrise“ mit Blick auf die Medien gesprochen, manch einer redet gar von „Lügenpresse“. Kritiker gibt es viele, doch sind die Vorwürfe gegenüber Journalistinnen und Journalisten gerechtfertigt? Müssen diese sich alles gefallen lassen? Was können die Medien tun, um verlorene Glaubwürdigkeit zurück zu gewinnen? Und was bedeutet das alles für die Demokratie in Deutschland?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SOCIAL MEDIA

PR Stunt mit Zlatan Ibrahimovic: Rot-Weiß Oberhausen steht vor der Verpflichtung des Superstars →

Da wird die Fußballwelt schon mal hellhörig. Kurz vor Beginn der Fußballeuropameisterschaft bahnt sich ein spektakulärer Transfer für einen deutschen Traditionsverein an. Rot-Weiß Oberhausen, der Verein mit



dem vierblättrigen Kleeblatt als Vereinswappen, will keinen geringeren als den schwedischen Superstar und Torjäger Zlatan Ibrahimovic verpflichten. Nach Informationen von der Vereinswebsite und zahlreichen Tweets beim 145-Zeichendienst „Twitter“ will sich der Club vom Niederrhein Ibrahimovic schnappen. Dann würden Manchester United mit seinem



neuen Trainer José Mourinho und viele andere europäische Topclubs leer ausgehen. Seit zwei Tagen zieht RWO alle Register und verschweigt auch nicht, wie das Gehalt für Imbrahimovic – schlappe 15 Millionen Euro pro Jahr – finanziert werden soll.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Twiplomacy-Studie:
Twitter ist das bevorzugte Netzwerk
für digitale Diplomatie →**

In den vergangenen fünf Jahren hat sich Twitter bei führenden Politikern und Regierungen zum bevorzugten Kanal für digitale Diplomatie entwickelt. Laut der Studie „Twiplomacy“, einer jährlichen globalen Umfrage der PR-Agentur Burson-Marsteller zu den in sozialen Medien vertretenen Regierungen, ist Twitter das beliebteste soziale Netzwerk, das von Staats- und Regierungschefs in 173 Ländern verwendet wird, die 90 Prozent aller Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen (UN) ausmachen. Facebook steht mit offiziellen Seiten von 169 Regierungen als Plattform bei der Nutzung an zweiter Stelle. Allerdings haben die Staatsoberhäupter durchschnittlich doppelt so viele Follower auf Facebook wie auf Twitter. Die Studie „Twiplomacy“, die sich zuvor ausschließlich auf Twitter konzentrierte, wurde in diesem Jahr auch auf andere Social-Media-Plattformen ausgeweitet. Zu den Mächtigen, die laut der Studie die meisten Follower haben, zählen US-Präsident Barack Obama und sein Team im Weißen Haus (siehe Grafik von Burson Marsteller), der Papst Franziskus und der indische Premierminister Narendra Modi.



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



AUTOREN-BEITRÄGE

**Vier Thesen zur Zukunft der Medien:
Was Verlage von Real Madrid und
Bayern München lernen können →**



Von Manfred Engeser (Foto) Weißer Konfetti-Regen, die Straßen gesäumt von Fahnen schwenkenden Fans und eine Banderole mit dem Vereins-

wappen um den Hals der Göttin Cibeles: Die Bilder von der nächtlichen Siegesfeier des neuen Champions League-Siegers Real Madrid rund um den Cibeles-Brunnen gingen in diesen Tagen um die Welt. Als kurze Clips zu sehen auf den Online-Kanälen des spanischen Staats-TV oder auf Spartensendern wie La Ola TV. Nur auf einem Kanal konnte man den Triumphzug der Königlichen Kicker komplett sehen: auf Real Madrid TV. Der vereinseigene Kanal ist stets mittendrin, wenn es darum geht, Content der Königlichen öffentlich zu machen. Und auch einen Schritt weiter als die Konkurrenz vom FC Bayern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SEMINARE

Seminare compact (2) (22. KW-2016) →

1. **AFK lehrt kreatives Schreiben:** Kreativ schreiben kann jeder – er muss es nur tun. Wie, das zeigt das Seminar S2 – Kreativ schreiben online / offline der AFK Akademie Führung und Kommunikation am **11. Juli 2016 in Oberursel**. Die Akademie verspricht einen Tag voller Inspiration, Tipps und Techniken, um die eigene Kreativität anzuregen, zu bergen und in Text umzuwandeln. Im Training geht es vor allem darum, den Leser schon mit den ersten Worten eines Textes zu fesseln. Es behandelt vor allem Texteingänge, Überschriften und Unterzeilen sowie Teasertexte für die Online-Kommunikation. Nähere Informationen zum Seminar finden sich direkt auf der [AFK-Website](#).
2. **Marketing Club Frankfurt Kooperationspartner der DAPR:** Den zweitägigen **Intensiv-Workshop „Führen in Kommunikation und Marketing“** bietet die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) im August in Frankfurt am Main in Kooperation mit dem Marketing Club Frankfurt (MCF) an. Das Seminar richtet sich vor allem auch an die JuMP-Mitglieder, die Junior Marketing Professionals, die erste Führungsverantwortung tragen. Der Workshop findet am **25. und 26. August 2016** in den Räumen der dfv Medien-gruppe in der Mainzer Landstraße 251 statt. Mitglieder des Marketing Clubs Frankfurt buchen ihn zu Sonderkonditionen zum Frühbucherpreis von 990,- Euro (gültig bis 30.06.2016) beziehungsweise danach zum Preis von 1.190,- Euro (jeweils zzgl. MwSt.).



STUDIEN

Studie „**Mobile Kommunikation 2016**“:
Mobiles Internet setzt sich durch →



Mobile Kommunikation hat das Leben von jedem Zweiten grundlegend

verändert, so das Ergebnis einer Studie des GfK Vereins in Nürnberg. In zehn Ländern wurden die Verbraucher nach der Bedeutung von mobiler Kommunikation befragt. Smartphones und das mobile Internet werden für immer mehr Menschen zum unverzichtbaren Begleiter. 61 Prozent besitzen ein Smartphone, 54 Prozent greifen von unterwegs auf digitale Dienste zu. Auch Menschen, die bislang neuen Technologien gegenüber zögerlich waren, entdecken die Vorzüge

der Vernetzung. Deutschland nimmt bei der Verbreitung der mobilen Kommunikation einen mittleren Rang ein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Content Matters-Studie: Deutsche tue sich schwer, Marken zu empfehlen →



Für Unternehmen wird es schwerer, ihre Markenkommunikation in den sich kon-

stant neu bildenden und auflösenden Communities zu verfolgen und zu steuern. Die von WE Communications unter deutschen Konsumenten durchgeführte Content Matters-Studie zeigt, dass es mehr denn je darum geht, den Nutzer individuell, zum richtigen Zeitpunkt und mit der richtigen Geschichte anzusprechen, um ihn als Kunden zu gewinnen. Im Fokus der Studie steht das Informations- und Empfehlungsverhalten von Konsumenten in Deutschland vor Kaufentscheidungen. Bei 500 Personen im Alter zwischen 18 und 44 Jahren wurden sowohl die genutzten Informationskanäle als auch besondere Lebensereignisse abgefragt, die Einfluss auf einen Markenwechsel haben können. Grundsätzlich zeigte sich, dass deutsche Konsumenten differenzieren, in welchen Produktkategorien sie Empfehlungen gegenüber Familie, Freunden oder Bekannten aussprechen. Oft schließen sie allerdings sogar aus, überhaupt als Botschafter selbst genutzter Marken wirken zu wollen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



LESEHINWEISE

„One voice“ war gestern – Polyphonie in der Unternehmenskommunikation →



Längst sprechen nicht mehr nur professionelle Kommunikatoren, sondern alle Mitarbeiter für ein Unternehmen. Inmitten dieser Stimmenvielfalt ist die

Stimme des Unternehmens nur noch eine unter Vielen. Kontrolle, Konsistenz und Kontinuität adé! Ist dies das Ende der Unternehmenskommunikation? Ja, es ist das Ende der Unternehmenskommunikation – zumindest wie wir sie bisher kannten. Unternehmenskommunikation findet heute nicht mehr nur in Abteilungen statt, sondern überall dort, wo Menschen über ein Unternehmen sprechen – im Kundengespräch, im Bekanntenkreis oder in privaten Social Media-Profilen. Die neue Zauberformel lautet nicht länger „one

voice“, sondern „many voices“. Oder kurz: Polyphonie. Kommt den Kommunikationschefs dabei die Rolle eines Dirigenten zu? Lesen Sie den vollständigen Beitrag von Lena Schneider im [Blog der Unternehmensberatung Lautenbach Sass](#). Schneider arbeitet dort als Junior-Consultant.

PREISE UND AWARDS

Teilnahme am Filmwettbewerb „PR Klappe“ nur bis zum 10. Juni →



Nur noch wenige Tage dann ist der Einsendeschluss für die Teilnahme an der „PR Klappe“ 2016 erreicht. Noch bis zum 10. Juni können Agenturen, Unternehmen, Produktionen und Institutionen ihre Filme beim einzigen PR-Filmwettbewerb hierzulande einreichen. Die „PR Klappe“ bewertet ausschließlich Filme aus der Unternehmenskommunikation, die in der Region DACH entwickelt und / oder produziert und erstmals seit dem 1. April 2015 bis zum 31. Mai 2016 mindestens einmal veröffentlicht worden sind. Die beiden Hauptkategorien sind die interne und die externe Kommunikation. Die beiden Juryvorsitzenden sind Mirko Kaminski, achtung!, und Götz Ulmer, Jung von Matt/Alster. Beide gelten als Experten, die die zwei Welten PR und Werbung repräsentieren und Bewegtbild-Erfahrung und -Affinität mitbringen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„PR Report“-Award: Am 9. Juni ist Einreichungsschluss →



Am 9. Juni endet die Einreichungsfrist zu den „PR Report“-Awards 2016. Bis dahin können Agenturen, Unternehmen und Organisationen ihre Projekte in den Feldern Corporate, Marken und Produkte, Digitale Kommunikation und Spezialkompetenzen einreichen.



Insgesamt gibt es 21 Wettbewerbskategorien sowie fünf Gold Awards. [Unter diesem Link](#) geht es direkt zum Einreichungstool. Neu ist in diesem Jahr, dass alle Finalisten vor der Gala im Herbst in Berlin die Gelegenheit haben, ihre nominierten Kampagnen vor Fachpublikum zu präsentieren (weitere Kosten außer den Einreichungsgebühren fallen hierbei nicht an). Eine Präsentation ist freiwillig und hat laut „PR Report“ keinerlei Einfluss auf das Urteil der Jury, die sich über den Sommer in einem mehrstufigen Verfahren mit allen Einreichungen des Wettbewerbs ausführlich beschäftigen wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Preise und Awards compact (3) (22. KW-2016) →

1. **Einsendeschluss für BdP Nachwuchsförderpreis naht:** Noch bis zum **12. Juni** sind Absolventen und Studierende der Bereiche PR, Kommunikations- und Medienwissenschaft und verwandter Disziplinen eingeladen, ihre Abschlussarbeiten für den 10. BdP-Nachwuchsförderpreis 2016 einzureichen. Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) sucht Arbeiten, die sich wissenschaftlich fundiert mit praxisorientierten Themen der PR und Kommunikation beschäftigen. Auf dem Kommunikationskongress am **22. September in Berlin** wird der durch Jury-Entscheid ermittelte Gewinner des Preises bei der „**Speakersnight**“ ausgezeichnet. Das Preisgeld beträgt 2.000,- Euro. Die Abschlussarbeit wird durch den Verband publiziert. Weitere Informationen auf der [BdP-Website](#).

2. **Global Allience vergibt Comm Prix Awards 2016:** Beim **Welt-PR-Forum** vom 29. bis zum 31. Mai im kanadischen Toronto vergab die „Global Alliance for Public Relations and Communication Management (GA)“, der internationale Zusammenschluss der nationalen PR-Verbände, die **Comm Prix Awards 2016**. Aus den zahlreichen Einreichungen aus aller Welt schafften es durch Juryentscheid zehn Projekte auf die Shortlist. Die beiden höchsten Auszeichnungen gingen in der Kategorie PR-Programme an Bayer Australien und Neusseland sowie in der Kategorie Wissenschaftliche Fallstudien an Sony Pictures Entertainment Inc. Mitglied der Global Alliance ist auch die Deutsche Public Relations Gesellschaft.

3. **textschwester-Website zweifach ausgezeichnet:** Die **Homepage der Düsseldorfer PR + Presseagentur textschwester** wurde zweimal ausgezeichnet. Die Website, die von der Markendesign- und Digitalagentur Arndttheunissen gestaltet wurde, überzeugte gleich zwei Jurys. Die Preisrichter des Muse Creative Awards verliehen der Internetseite den goldenen ersten Platz des internationalen Wettbewerbs für kreative Konzepte und Designs. Beim Creativity International Award gewann die Seite den zweiten Platz im internationalen Contest für Media & Interactive Design. Als besonderer Clou der Seite wurde dabei das integrierte Magazin, in dem wöchentlich spannende Menschen und interessante Events vorgestellt werden, angesehen.

STAMM MEDIEN-NEWS

Stamm Medien-Newsletter Juni 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 Mai 2016 wurden 3.567 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 19.942

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: 26.540 Besucher im Mai 2016; 27 neue Jobangebote; 22,9% nutzen Mobilgeräte →

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das "PR-Journal" im Mai 2016 insgesamt 26.540 Besucher lt. Zählung der **IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern**, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 856 Visits**. Jede/r Besucher/in schaute sich 2,2 Seiten an - daraus errechnen sich 58.710 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im Mai festgestellt: 67,5 Prozent waren neue Besucher; die durchschnittliche Verweildauer betrug 02:47 Minuten; 54,2 Prozent der Besucher sind männlich, 45,8 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. 22,9 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten über **mobile Geräte** (Smartphones und Tablets) auf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neu ab Mai 2016: monatlicher PR-Journal-Podcast →

Unsere Themen im Monat Mai: (in Klammern: Zeitmarker)

- Personalien: (02:14) Ulrike Demmer wird stellvertretende Regierungssprecherin; Clarissa Haller neue Kommunikationschefin bei Siemens; Albrecht Koch feierte 80. Geburtstag
- (03:55) Etatgewinne bei Edelman.ergo, ORCA Affairs, Hirschen Group und A&B One

- Studie: (05:56) Berufliche Nutzung von Social Media steigt
- Gastbeitrag von Heiko Burrack (07:35) So wählt Microsoft seine Agenturen aus
- GPRA im Dialog: (09:36) Birgit Schulz, CEO von Weber Shandwick, stellt sich den Fragen der Studierenden



- Preisverleihung: (10:27) Neun deutsche Gewinner bei EMEA-Sabre-Awards
- Veranstaltungstipps: (11:35) Die Top-Termine im Juni

GPRA IM DIALOG

Bei consense communications zählt Haltung – Agenturchefin Birgit Krüger erklärt, warum das wichtig ist →



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 sechsten Folge stellte sich Birgit Krüger (Foto r.), Inhaberin und Geschäftsführerin von consense communications in München, den Fragen von Jasmin Weber (M.) und Sebastian Weber (l.), beide Studenten des Masterstudiengangs Communication Management in Leipzig, und im LPRS e.V. engagiert.

[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 (43)

Stellenangebote der Agenturen

- (Senior) Account Manager (m/w) mit Schwerpunkt Tourismus, Frankfurt
- Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Bauen & Wohnen, Hamburg
- PR Berater (m/w), Köln
- MASALI sucht (Senior) PR-Manager, Berlin
- Büroleiter / Stellvertretender Geschäftsführer (m/w), Frankfurt a.M.
- Hamburger Kommunikationsagentur sucht (angehenden) PR-Profi (m/w)
- Platz frei auf dem Roten Sofa: JP KOM Frankfurt sucht Trainee oder Juniorberater (m/w)
- Junior-Berater(innen) für Sport-Sponsoring oder Food & Beverage, Düsseldorf & Frankfurt
- PR-Assistent/in, Berlin
- Zum goldenen Hirschen Berlin sucht integrierten PR Berater/in

- PR-Textprofi für technisch anspruchsvolle Themen, Stuttgart
- PR-Assistenten (m/w) / PR-Junior-Berater (m/w) für Digital-Lifestyle-Team, Hamburg
- Senior Account Manager (m/w) Kommunikationsberatung, Hamburg
- (Junior) Berater Marken-PR (m/w), Hamburg
- PR-Berater mit IT-Erfahrung, München
- PR-(Junior-) Berater (m/w), Berlin
- Straub & Straub sucht PR-Berater (m/w), Hamburg
- PR-Berater/in für Non-Profits, Berlin
- Manager Public Relations (m/w), Karlsruhe
- Online-Redakteur/Texter (m/w) mit Schwerpunkt Mobilität & Technik, Tübingen
- PR-Berater/in mit Schwerpunkt Mobilität & Technik, Tübingen
- (Junior) Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf
- (Junior) Consultant PR ab ersten Juli in Berlin

Stellenangebote der Unternehmen

- Marketing-Referent (m/w) in der Unternehmenskommunikation, Köln
- PR-Manager (m/w), Lingen
- Manager Employee Communications & Employer Branding (m/f), Basel
- Content Manager & Redakteur Cloud Computing (w/m), Köln

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 6. Juni 2016 um 17:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.561 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 29,3 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.467 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.