

## NEWSLETTER 535

43. KW 2016

++ Influencer beim Tatort: achtung! kreiert „Thriller Shopping“ ++  
 ++ Econ Awards für Telekom und fischerAppelt ++  
 ++ komm.passion: Wie viel Trump und Hillary stecken in den Deutschen? ++

### TOP MELDUNGEN

#### DRPR rügt ehemaligen Minister Bullerjahn und Ministerium →



Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR), Leipzig, rügt den ehemaligen Finanzminister des Landes Sachsen-Anhalt,

Jens Bullerjahn (SPD; Foto: Ausschnitt aus der Website „[bullerjahn2011.de](http://bullerjahn2011.de)“) und das damals zuständige Ministerium für Finanzen des Landes Sachsen-Anhalt für mangelnde Transparenz bei der Angabe der Auftraggeber und der Finanzierung der Sendungen „SAW Spezial Thema Opferschutz“ vom 29. Juni 2015 und „SAW Spezial Thema Stark III“ vom 7. September 2015. Bullerjahn, von April 2006 bis April 2016 Finanzminister in Sachsen-Anhalt, wird wegen mangelnder Transparenz politischer Kommunikation und einer damit verbundenen Täuschung der Öffentlichkeit gerügt. Minister Jens Bullerjahn und das Finanzministerium Sachsen-Anhalt haben im Sommer 2015 den Privatsender SAW der Rundfunkveranstalterin VMG Verlags und Medien GmbH & für die Ausstrahlung der Sondersendungen finanziell unterstützt bzw. haben die Sendungen bezahlt, ohne dass dies angegeben wurde. In der Berichterstattung über den Fall ist von einer Unterstützung in Höhe von rund 10.000 Euro die Rede.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

#### Mehr als GPRA-Standard: Massagen, Obst und Seminare – das bieten Agenturen ihren Trainees →



Seit etwa einem Jahr gibt es die Trainee-Standards der Gesellschaft PR-Agenturen in Deutschland (GPRA). Die 36 Mitglieder vereinbarten in den Richtlinien eine monatliche Vergütung

von mindestens 1.600 Euro, eine Dauer zwischen 12 und 18 Monaten, Ausbildungsinhalte von Text über Projektmanagement, audiovisuell bis Social Media sowie regelmäßige Feedbackgespräche. Es handele sich um Mindeststandards. Tatsächlich würden die Agenturen viel mehr bieten, betonte kürzlich GPRA-Präsidiumsmitglied Birgit Krüger im ["PR-Journal"-Interview](#). Jetzt hat das „PR-Journal“ bei einigen Agenturen nachgefragt. Geäußert haben sich Serviceplan Public Relations und Oliver Schrott (Foto) Kommunikation (OSK), beide Mitglieder der GPRA, sowie die Agenturen navos und RPM – revolutions per minute, die dem Verband nicht angehören.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 535. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 27 Einzelmeldungen:

|                                                                                                            |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| TOP MELDUNGEN .....                                                                                        | 1  |
| DRPR rügt ehemaligen Minister Bullerjahn und Ministerium → .....                                           | 1  |
| Mehr als GPRA-Standard: Massagen, Obst und Seminare – das bieten Agenturen ihren Trainees → ....           | 1  |
| Personalien .....                                                                                          | 3  |
| Personalien compact - Sonstige (3) (43. KW-2016) → .....                                                   | 3  |
| Personalien compact - Agenturen (4) (43. KW-2016) → .....                                                  | 3  |
| Personalien compact - Unternehmen (4) (43. KW-2016) → .....                                                | 4  |
| Etats .....                                                                                                | 5  |
| A&B One macht aus Mecklenburg-Vorpommern das „Land zum Leben“ → .....                                      | 5  |
| Storymaker kommuniziert für Lookout im deutschen Markt → .....                                             | 6  |
| Etats compact (8) (43. KW-2016) → .....                                                                    | 6  |
| Agenturen .....                                                                                            | 7  |
| komm.passion-Dossier 6/2016: Wie viel Trump und Hillary stecken in den Deutschen? → .....                  | 7  |
| Schweizerischer PR-Agenturverband hat drei neue Mitglieder → .....                                         | 8  |
| PR und Kommunikation: Konsequent oder gar nicht → .....                                                    | 8  |
| Agenturen compact (3) (43. KW-2016) → .....                                                                | 8  |
| Branche .....                                                                                              | 9  |
| Eurobest-Festival in Rom: Programm beschäftigt sich mit europäischen Zukunftsfragen → .....                | 9  |
| Medien .....                                                                                               | 10 |
| „Berliner Zeitung“ und „Berliner Kurier“: Weniger Journalisten und Newsroom sollen Rettung bringen → ..... | 10 |
| Zeitungen: Erstmals mehr als eine Million verkaufte ePaper → .....                                         | 10 |
| Medien compact (1) (43. KW-2016) → .....                                                                   | 11 |

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Social Media .....                                                                           | 11 |
| Influencer-Marketing beim Tatort: achtung! kreiert „Thriller Shopping“ → .....               | 11 |
| Autoren-Beiträge .....                                                                       | 12 |
| Nicht nur zur Weihnachtszeit: Mitarbeiter und Kunden sinnvoll beschenken → .....             | 12 |
| Termine .....                                                                                | 12 |
| DPRG-BaWü-Junioren laden ein zur „Agentour“ durch Stuttgart → .....                          | 12 |
| Termine compact (1) (43. KW-2016) → .....                                                    | 12 |
| Bildung .....                                                                                | 12 |
| Fernstudium „Crossmediale Marketing-kommunikation“: Bonus-Event für Frühmelder → ....        | 12 |
| Lesehinweise .....                                                                           | 13 |
| Lesehinweise compact (1) (43. KW-2016) → .....                                               | 13 |
| Preise und Awards .....                                                                      | 13 |
| Deutsche Telekom und fischerAppelt sind die Econ Awardees 2016 → .....                       | 13 |
| „PR Report“-Awards: Finalisten-Cases sind am 22. November vorab im Kino zu sehen → .....     | 14 |
| Preise und Awards compact (2) (43. KW-2016) → .....                                          | 14 |
| Tipps .....                                                                                  | 14 |
| DEBA ruft „Monate des Employer Brandings“ aus → ...                                          | 14 |
| GPRA im Dialog .....                                                                         | 15 |
| Beratung und strategische Kommunikation: So bekämpft ORCA van Loon den „Content Schock“ → .. | 15 |
| Jobangebote .....                                                                            | 15 |
| Angebote (46) .....                                                                          | 15 |
| Volontariat/Trainee .....                                                                    | 16 |
| Praktikum .....                                                                              | 16 |
| Impressum .....                                                                              | 17 |
| 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

### Personalien compact - Sonstige (3) (43. KW-2016) →

1. **Bundesverwaltungsgericht hat neue Sprecherin: Petra Hooch** hat als Nachfolgerin von Renate Philipp seit dem 4. Oktober die Pressearbeit für das Bundesverwaltungsgericht in Leipzig übernommen. Hooch gehört dem Bundesverwaltungsgericht seit September 2014 als Mitglied des 8. und 10. Revisionssenats an. Zuvor war sie Richterin am Obergerichtsgericht Berlin-Brandenburg.
2. **Neuer Drohnenverband mit eigenem Pressesprecher: Sebastian Himstedt** (35) arbeitet seit dem 10. Oktober als Pressesprecher des neu gegründeten Bundesverbands Zivile Drohnen (BVZD) in Berlin. Er ist seit 2014 Geschäftsführer der Kommunikationsagentur „Sehr gut. Danke. Kommunikation“, Berlin und Leipzig, und wird diese Aufgabe auch weiterhin wahrnehmen. Beim BVZD berichtet er an den Vorstandsvorsitzenden **Frank Lochau**.
3. **Grimmer spricht für Hamburger FDP-Bürgerschaftsfraktion: Christoph Grimmer** (31) ist seit dem 1. Oktober als neuer stellvertretender Pressesprecher für die FDP-Bürgerschaftsfraktion in Hamburg tätig. Gleichzeitig ist er persönlicher Referent für die FDP-Fraktionsvorsitzende **Katja Suding**. Grimmer, der zuvor als wissenschaftlicher Kommunikationsberater Social Media für den Fußballbundesligisten VfL Wolfsburg arbeitete, wurde Nachfolger von Stefan Thurmann, der als Pressesprecher ins Ministerium für Bildung des Landes Sachsen-Anhalt wechselte. Grimmer berichtet an Katja Suding sowie an **Sven Haller**, der Geschäftsführer der FDP-Bürgerschaftsfraktion in Hamburg ist.



### Personalien compact - Agenturen (4) (43. KW-2016) →

1. **Agentur textschwester baut Real Estate Unit aus: Isabelle Rank** (32) ist seit September neue Mitarbeiterin im Team der PR + Presseagentur textschwester, Düsseldorf. Die PR-Managerin ist für die Real Estate Unit zuständig und berichtet direkt an die Agenturinhaberin Alex Iwan. Zuvor war Rank einige Jahre bei Grayling in Düsseldorf beschäftigt, wo sie Kunden aus den Bereichen Hightech, Consumer-Tech sowie dem Immobiliensektor betreute. Rank verfügt über langjährige Kenntnisse in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Markenunternehmen. Die PR + Presseagentur textschwester ist spezialisiert auf die Themenbereiche Luxus, Lifestyle und gesellschaftliche Trends.
2. **Wake up baut Redaktion und Kreation aus: Louisa Kloss** (24) und **Dennis Berndt** (25) sind seit Anfang Oktober neue Mitarbeiter im Team

der Düsseldorfer Agentur Wake up Communications. Kloss wird die Agentur im Bereich Marketing und Redaktion unterstützen. Zuletzt war sie für eine Karlsruher Kultureinrichtung im Marketing und in der Öffentlichkeitsarbeit tätig. Berndt arbeitet in der Kreation von Wake up Communications und bringt TV-Erfahrung mit, denn vor seinem Wechsel stand er in Diensten einer öffentlich-rechtlichen Late-Night-Show. Agenturchefin **Nadja Amireh** freut sich über den Zuwachs: „Ich bin überglücklich, zwei neue Mitarbeiter begrüßen zu dürfen. Wir haben uns 2013 gegründet und sind jetzt schon elf Kollegen.“

3. **Kolb wird Partner bei Klenk & Hoursch:** **Georg Kolb** (55) hat zum 1. Oktober Anteile an der Klenk & Hoursch AG mit Sitz in Frankfurt am Main erworben. Der promovierte Literaturwissenschaftler war seit Januar 2014 bei Klenk & Hoursch als Managing Director beschäftigt und gründete im Juni 2014 gemeinsam mit **Daniel J. Hanke** (42) und **Tobias Müller** (39) den Standort München. Er verantwortet den Beratungsbereich Enterprise 2.0 & Digital Workplace. Vor Klenk & Hoursch sammelte Kolb über 20 Jahre Erfahrung in Kommunikation und Marketing, vor allem in internationalen Netzwerkagenturen, aber auch in der Geschäftsleitung eines Social Software-Anbieters. Als Managing Partner wird Kolb weiterhin am Standort München wirken und zugleich dem Management Team Deutschland angehören.

4. **WE Communications stellt sich für Technologiemarkt neu auf:** Gleich vier Neuzugänge bringt die Münchner Agentur für den Bereich Technologie an den Start. Als Account Director kommt **Patricia Kneis** ins Team. Zuletzt war sie bei Edelman in München tätig und bringt zehn Jahre Kommunikationserfahrung in diversen B2B- und B2C-Tech-Branchen mit. **Danny Schwarze** verstärkt seit Anfang Oktober das Team als Senior Account Executive. In den vergangenen fünf Jahren hat er für Unternehmen



aus dem B2B-Tech-Umfeld gearbeitet. Er wechselt aus gleicher Position von Edelman zu WE. Ebenfalls von Edelman kam **Philip Schneider**, der schon seit April bei WE als Senior Account Executive arbeitet. **Ann-Kristin Manno** verstärkt seit September als Assistant Account Executive das Team.

## Personalien compact - Unternehmen (4) (43. KW-2016) →

1. **Arnold mit neuen Aufgaben bei AbbVie:** **Andrea Arnold** (35) wird beim Pharmaunternehmen AbbVie neue Aufgaben übernehmen. Zum 1. November wird sie Lead Corporate Communication. In der neu zugeschnittenen Position verantwortet sie die externe und interne Unternehmenskommunikation an den Standorten Wiesbaden und Ludwigshafen. Bislang arbeitete Arnold als Communication Manager Specialty Care. Sie berichtet auch weiterhin an den Director Public Affairs und Communications **Florian Dieckmann**. Vor ihrem



Wechsel zu AbbVie im Jahr 2013 arbeitete sie für die Agenturen Fleishman Hillard und Edelman.

2. **Gudrun Langer verlässt Michelin zum Jahresende:** **Gudrun Langer**, seit dem Jahr 2010 Kommunikationschefin für das französische Unternehmen Michelin in Deutschland, wird den Reifenhersteller zum Jahresende verlassen. Das berichtet die „**Neue Reifenzeitung**“ auf ihrer Website. Langer bestätigte gegenüber dem Fachmedium, dass sie das Unternehmen „aus persönlichen Gründen“ verlassen wolle. Wer die Leitung der Kommunikation am deutschen Unternehmenssitz in Karlsruhe übernehmen wird, steht noch nicht fest. Die Abteilung der Michelin-Unternehmenskommunikation für den DACH-Markt hat neun Mitarbeiter.

3. **Neuer Kommunikationschef bei der LBBW:** **Johannes Marten** (39) wird zum 1. Januar 2017 Leiter des Bereichs Konzernkommunikation, Marketing und Vorstandssekretariat der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) in Stuttgart. Er berichtet an **Rainer Neske**, der am 1. November den Vorstandsvorsitz der Bank übernimmt. Marten folgt auf **Marcus Recher** (51), der künftig den Bereich Personal der LBBW leiten wird. Marten bringt für seine neue Aufgabe Erfahrung aus dem Journalismus und der Unternehmenskommunikation mit. Unter anderem war er Redakteur bei „Bild“ und „Bild am Sonntag“ sowie als Kommunikator für die Dresdner Bank/Allianz und die Deutsche Bank. Zuletzt war er selbständig.

4. **Huguenin-dit-Lenoir ist erneut beste Unternehmenssprecherin der Schweiz:** Hotelplan-Sprecherin **Prisca Huguenin-dit-Lenoir** ist nach 2015 erneut Unternehmenssprecherin des Jahres in der Schweiz. Sie ist seit 2007 als Head of Corporate Communications für die interne und externe Kommunikation des Reiseunternehmens mit Sitz in Glattbrugg verantwortlich. 171 Wirtschafts- und Fachjournalisten hatten für den „Schweizer Journalist“ die Pressearbeit der 80 wichtigsten Unternehmen beurteilt. Auf Platz 2



wurde **Sepp Huber** von der Swisscom gesetzt. **Sonja Zöchling Stucki** vom Flughafen Zürich liegt auf dem dritten Rang. Bewertet wurde von den Journalisten auch die Arbeit der PR-Agenturen. Auf Platz 1 liegt in diesem Jahr erneut Lemongrass. Platz 2 geht an Hirzel.Neef.Schmid. Konsulenten. Prime Communications ist auf Platz 3. Die jährliche Erhebung fand zum 17. Mal statt.

## ETATS

**A&B One macht aus Mecklenburg-Vorpommern das „Land zum Leben“ →**



Die Kommunikationsagentur A&B One arbeitet weiter am Image des Landes Mecklenburg-Vorpommern. Am 28. Oktober ging der neue Imagefilm für das Landesmarketing online. Die Agentur will in bildstarken und

emotionalen 190 Sekunden die verschiedenen Facetten des Landes zum Vorschein bringen. Mecklenburg-Vorpommern wirbt mit dem Versprechen „MV tut gut“. Die Marke ist bisher gut etabliert, doch ihre Wahrnehmung beschränkt sich weitgehend auf die natürlichen und touristischen Qualitäten des Landes. Die Vorzüge als Standort für Arbeit, Bildung, Wohnraum und Freizeit sollen von jetzt an stärker betont werden. Mit der Weiterentwicklung der Landesmarketingkampagne, wird Mecklenburg-Vorpommern jetzt als „Land zum Leben.“ dargestellt. So soll das Bundesland in seiner gesamten attraktiven Bandbreite sichtbar werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



sind in der Lage, unsere Inhalte glaubwürdig, authentisch und erfolgreich in den deutschen Markt zu tragen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Storymaker kommuniziert für Lookout im deutschen Markt →



Das US-Unternehmen Lookout Mobile Security aus San Francisco stellt Schutzschilde für die digitale Welt her. Es hilft Firmen-, aber auch Privatkunden, sich gegen

Hacker-Angriffe zu verteidigen. Jüngst hat Lookout „Pegasus“ enttarnt, eine Spyware die das Apple Betriebssystem iOS attackierte. Ein spektakulärer Fall, der veranschaulichte, was sonst eine der größten Herausforderungen von Lookout ist: die virtuellen Gefahren für die Betroffenen Mobilnutzer überhaupt erst einmal sichtbar zu machen. Bei dieser Kommunikationsaufgabe ist Storymaker seit August an der Seite von Lookout – als PR-Agentur für den deutschen Markt. Für Storymaker habe man sich entschieden, erklärte Heather MacKinnon (Foto), Director of PR bei Lookout in San Francisco, weil das Team die Ohren an den Zielgruppen habe und ein gutes Verständnis für die Sicherheitsthemen und Technologien habe. Storymaker habe außerdem hervorragende Medienkontakte. Wörtlich sagte sie: „Die Mitarbeiter

## Etats compact (8) (43. KW-2016) →

1. **KPRN verantwortet Pressearbeit für Norwegian Cruise Line**  
wer: Norwegian Cruise Line, Dt. Niederlassung in Wiesbaden  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz  
an: **KPRN network GmbH**, Frankfurt am Main
2. **Malwarebytes auf der sicheren Seite mit Schwartz PR**  
wer: IT-Security-Anbieter Malwarebytes, Santa Clara (Kalifornien, USA)  
was: Kommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz.  
an: **Schwartz Public Relations**, München
3. **Digitaletat von Media Markt geht an denkwerk**  
wer: Media Markt Deutschland, München  
was: Digital-Strategie samt redaktioneller Betreuung von Social Media und Online Marketing  
an: **denkwerk GmbH**, Köln
4. **häberlein & mauerer verteidigt Nespresso Etat**  
wer: Nespresso Deutschland GmbH, Düsseldorf

was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Marken- und Produktkommunikation im B-to-B- und B-to-C-Bereich in Deutschland

an: **häberlein & mauerer kommunikations-agentur**, München

5. **Convensis mit zwei neuen Kunden**

a) Beauty-Produkt ChinUp-Mask, London

was: Produkt-Kommunikation

b) Landwirtschaftlicher Betrieb Fattoria La Vialla, Castiglion Fibocchi (Italien, Nähe Arezzo)

was: Pressearbeit in Deutschland

an: **Convensis Group**, Stuttgart

6. **zeron kreiert Veggie-PR für den VEBU**

wer: VEBU (Vegetarierbund Deutschland e.V.), Berlin

was: Entwicklung von Content, Stories und Kampagnen sowie Agenda Setting und Media Relations

an: **zeron GmbH / Agentur für Public Relations**, Düsseldorf

7. **Urlauben am Dschungelstrand mit Uga Escapes**

wer: Uga Escapes Pvt Ltd., Colombo / Sri Lanka

was: Pressearbeit DACH für Boutique Hotel-Kette

an: **segara Kommunikation GmbH**, München

## AGENTUREN

### komm.passion-Dossier 6/2016: Wie viel Trump und Hillary stecken in den Deutschen? →

Am 8. November 2016 wählt die amerikanische Bevölkerung ihren 45. Präsidenten. Wie viel Trump und wie viel Hillary stecken eigentlich in den Deutschen? Wie ticken ihre Fans? Was gefällt ihnen? Wofür stehen sie ein? komm.passion hat es herausgefunden. Mit einem Analysewerkzeug, das Zehntausende Social Media-Profile auswertet und der Unternehmensberatung komm.passion zur Verfügung steht.

### Influencer Marketing: Wie man ohne Bestechung Mehrwert für alle schafft

Keine Frage: Blogger, Youtube-Stars, Instagram-Größen und Twitterer werden wichtiger für PR-Fachleute. Doch wie baut man Kontakt zu diesen Influencern auf? Viel zu viele Firmen lösen diese Frage mit Geld? Das ist falsch!

[Lesen Sie hier](#), wie es besser geht.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**



Die Methode der „Social Media Analytics“ wendet komm.passion gemeinsam mit dem Neuroinformatiker Klaus Holthausen an. Sie analysiert Tausende von Facebook-Seiten und die verknüpften Facebook-Likes. Das Resultat: ein detaillierter Überblick der Lebens-

welten einer Marke – generiert nicht durch Befragungen, sondern unverfälscht durch pures Klickverhalten. Lesen Sie das ausführliche Dossier direkt auf der [komm.passion-Website](#).

Abbildung: © komm.passion GmbH 2016 [adamsyukur/fotolia (USA-Flagge); TeddyandMia/shutterstock (Trump & Clinton); popaukropa/fotolia (AfD); vectorstockstoker/shutterstock (Bier); Casper1774 Studio/shutterstock (Bundeswehr); Ikeskinen/shutterstock (Glenn Miller); Tribalium/shutterstock (Wagenknecht); Ilya Bolotov/shutterstock (Seehofer); teracreonte/fotolia (Woody Allen); marina\_ua/shutterstock (europa-union); doyata/fotolia (heute SHOW); SVStudio/shutterstock; Andreas Berheide/shutterstock (Patriotismus)]

## Schweizerischer PR-Agenturverband hat drei neue Mitglieder →



Der Bund der PR-Agenturen der Schweiz (BPRa) hat auf seiner Mitgliederversamm-

lung am 27. Oktober drei neue Mitglieder aufgenommen: Die Berner Agentur Klarkom, die auf medizinische Kommunikation spezialisierte Agentur Iaculis sowie Prime Communications. Damit zählt der PR-Agenturverband neu 25 Mitglieder. Marcel Suter, Partner bei Klarkom: „Für Klarkom heisst Kommunikation Qualität. Deshalb sind wir im BPRa.“ Die Mitglieder haben außerdem Roman Geiser (Farner Consulting) nach zehnjährigem Engagement aus dem Vorstand des BPRa verabschiedet und als Nachfolgerin Nina Krucker (Yjoo Communications) in den Vorstand gewählt. BPRa-Präsident Andreas Hugi würdigte Roman Geisers großes Engagement, der seit 2006 als Vorstandsmitglied aktiv war, von 2010 bis 2014 der Präsident war und seit 2014 die Schweiz im weltweiten Dachverband ICCO repräsentierte.

*Foto: BPRa-Präsident Andreas Hugi (r.) mit den drei Partnern der Agentur Klarkom Marcel Suter, Sandra Schindler und Barbara Meier (v.l.n.r.).*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## PR und Kommunikation: Konsequent oder gar nicht →



Da soll der Name zur inhaltlichen Leitschur werden: „Konsequent“

heißt die neue PR-Agentur, die von Hans-Joachim Graef (Foto l.) und René Sutthoff (r.) in Osnabrück gegründet wurde. Das Ziel: Konsequente Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, vertrauensvoll, zielgerichtet und international. Für Unternehmen, Institutionen und

# Digital Fitness

Neue Studie unter

[www.lautenbachsass.de](http://www.lautenbachsass.de)  
und [www.prcc-personal.de](http://www.prcc-personal.de)

Personen. Mit „Konsequent“ wollen Graef und Sutthoff ihre langjährige Erfahrung aus unterschiedlichen Bereichen der Kommunikation bündeln. Graef ist seit mehr als 25 Jahren in der Werbung tätig. Die Themen Fachpressearbeit und Content haben dabei mehr und mehr Bedeutung gewonnen. Sutthoff war mehr als zehn Jahre PR-Berater im Motorsport und später in der Unternehmenskommunikation eines Konzerns. Zuletzt arbeitete er als PR-Manager. Beide sind Mitglied im Deutschen Fachjournalisten Verband (DFJV).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Agenturen compact (3) (43. KW-2016) →

1. **Travel Lifestyle Network expandiert in Afrika:** Das auf die Reise-, Tourismus- und Lifestyle-Branche spezialisierte Agenturnetzwerk Travel Lifestyle Network (TLN) hat mit der **PR-Agentur Topcomm PR Concept & Events** mit Sitz in Nigeria ein neues Mitglied. Damit baut der internationale Zusammenschluss unabhängiger Marketing- und Kommunikationsagenturen seine Präsenz auf dem afrikanischen Kontinent weiter aus.



Zuvor wurde im Laufes des Jahres bereits die auf PR und Marketing spezialisierte **Agentur Irvine Bartlett** aus Südafrika als erste afrikanische Agentur im Netzwerk aufgenommen. Chairman des TLN ist **Hanna Kleber**, Geschäftsführerin der **KPRN network GmbH** mit Sitz in Frankfurt am Main.

2. **elbkind eröffnet Büro in Stuttgart:** Die Hamburger Agentur digitale Kommunikation elbkind eröffnet zum 1. November 2016 ein Büro in Stuttgart. Ziel der Agentur ist es, räumliche Nähe zu den süddeutschen Kunden herzustellen. Zudem bietet Stuttgart Geschäftspotenzial im Bereich Neukunden. Die Agentur ist 2008 mit ihren drei Gründern **Maik Königs**, **Stefan Rymar** und **Tobias Spörer** gestartet und hat mittlerweile fast 80 Mitarbeiter. Ein neuer Geschäftsführer für Stuttgart ist vorerst nicht geplant. Räumlich muss elbkind auch an den Standorten Hamburg und Berlin weiter wachsen – Ende 2016 werden die Agenturfläche in Hamburg erweitert und in Berlin ein größeres Büro bezogen.
3. **Sonderausgabe zur Elbphilharmonie - Magazin „concepts BY HOCHTIEF“:** 77 Millionen Euro sollte die Hamburger Elbphilharmonie einmal kosten, 789 Millionen Euro werden es sein. Diese Summe nannte Hamburgs Erster Bürgermeister **Olaf Scholz** im April 2013 nach der Einigung der Stadt mit dem verantwortlichen Baukonzern Hochtief. Am 25. Oktober erscheint eine Sonderausgabe des Magazins „concepts BY HOCHTIEF“ zur Eröffnung des Konzerthauses. Den Lesern wird ein exklusiver Einblick in Architektur und Wirkung der Elbphilharmonie gewährt, so Hoffmann und Campe X. Der Hamburger Corporate Publisher hatte das Magazinprojekt umgesetzt. Neben der Vorstellung der Konzertsäle und Interviews werden Hintergründe über den Bauprozess, die Technik und die Architektur des Gebäudes erläutert. Statements von Hochtief-Mitarbeitern „bieten ein besonderes Extra“. So **David Koch**, Leiter Risikomanagement Hochtief und bis



Mitte 2016 Partner bei dem Architekturbüro Herzog & de Meuron: „...Die Erfolgsfaktoren heißen: zuhören, offen sein, anderen vertrauen, Verantwortung übernehmen, Versprechen einhalten...“ Die Eröffnung der Elbphilharmonie war für den Herbst 2010 geplant und soll am 11. Januar 2017 stattfinden. Die wichtigsten Etappen des Bauwerks **hat der NDR aufgelistet**.

## BRANCHE

### Eurobest-Festival in Rom: Programm beschäftigt sich mit europäischen Zukunftsfragen →

Fünf Wochen vor Beginn des [Eurobest-Festivals](#) in Rom vom 30. November bis zum 2. Dezember wurde jetzt das Programm für Festival bekannt gegeben. Aus Branchensicht sowie aus wirtschaftlicher, wissenschaftlicher und politischer Perspektive bietet das Programm zahlreiche Anknüpfungspunkte, um sich

mit Zukunftsfragen auseinanderzusetzen. Auf die Teilnehmer warten zahlreiche Reden und Workshops, die die neuesten Trends und Ideen für kreati-



ves Denken und Wachstum aufgreifen. Das eu-

robest-Festival ist die europäische Ausgabe des Lions-Festival, das jährlich im französischen Cannes stattfindet und Kreative aus der ganzen Welt zusammenbringt. Das eurobest-Treffen wird vom Cannes-Lions-Team organisiert. Die Teilnahme an der gesamten Veranstaltung in Rom kostet 579,00 Euro zuzüglich Steuern, Young Professionals und Studierende erhalten Vergünstigungen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## MEDIEN

**„Berliner Zeitung“ und „Berliner Kurier“: Weniger Journalisten und Newsroom sollen Rettung bringen →**



Es gab eine Zeit nach der Wiedervereinigung, da war die „Berliner Zeitung“ eine her-

ausragende Regionalzeitung mit überregionalem Anspruch: Hervorragend informierte Korrespondenten im Hauptstadtbüro, originell schreibende Sportjournalisten sowie eine erstklassige Medienredaktion gepaart mit einer für Berliner Zeitungen eher ungewöhnlichen Weltoffenheit zeichneten das Blatt aus. Dazu ein innovatives Format und eben die Nähe zum neuen politischen Entscheidungszentrum des Landes. Der Anspruch, die „Washington Post“ Berlins zu sein, prägte das Selbstverständnis.



Umso schmerzhafter mussten die Redakteure erleben, wie die Auflage der eher in den östlichen Bezirken verbreiteten Zeitung immer weiter schrumpfte: auf 97.952 Exemplare laut IVW-Auflage im zweiten Quartal 2016. Zahlreiche gute Journalisten wechselten zu überregionalen Tages- und Wochenzeitungen oder den Magazinen. Die im gleichen Verlag beheimatete Boulevardzeitung „Berliner Kurier“ verzeichnete ebenfalls deutliche Auflagenrückgänge. Beide Zeitungen gehören inzwischen zur DuMont Mediengruppe.

*Foto von links: die neuen Chefredakteure: Jochen Arntz, Thilo Knott und Elmar Jehn (Foto v. l.).*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Zeitungen: Erstmals mehr als eine Million verkaufte ePaper →**

Die Auflagen digitaler Zeitungsausgaben legen weiter zu. Im 3. Quartal 2016 verkauften die deutschen Zeitungen 1.013.454 ePaper-Exemplare pro Erscheinungstag. Damit hat die digitale Auflage erstmals die Millionengrenze überschritten. Gegenüber dem Vorjahresquartal sind die Verkäufe um 24 Prozent gestiegen. Das zeigt eine Auswertung der aktuellen IVW-Erhebung durch die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, Frankfurt am Main. Allein die Tageszeitungen verzeichnen 820.000 ePaper-Verkäufe pro Tag und damit 23 Prozent mehr als im Vorjahr. Dazu

kommen Sonntagszeitungen und Wochenzeitungen. Immer mehr Menschen beziehen die ePaper-Ausgabe ihrer Zeitung regelmäßig im Abonnement. Die Hälfte der digitalen Zeitungsauflage (49,5 Prozent) war im 3. Quartal 2016 abonniert. Die aktuell 501.000 ePaper-Abos bedeuten eine Zunahme um 25,4 Prozent.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Medien compact (1) (43. KW-2016) →

1. **Auflagenpower für die „Erste Hilfe“:** Erstmals kooperieren mit der „Apotheken Umschau“ und der „ADAC Motorwelt“ die beiden reichweitenstärksten Magazine Deutschlands miteinander. Ziel einer gemeinsamen Aktion der in wenigen Tagen erscheinenden Novemberausgaben ist es, die Leser für das Thema „Erste Hilfe“ zu sensibilisieren und sie mit allen relevanten Informationen zu versorgen. Thematischer Schwerpunkt ist die Erstversorgung bei Unfällen und in lebensbedrohlichen Situationen. Der ADAC erreicht mit seiner „Motorwelt“ mehr als 14 Millionen Leser mit jeder seiner zehn Ausgaben pro Jahr. Die „Apotheken Umschau“ kommt pro Ausgabe ebenfalls auf über 14 Millionen Leser, sie erscheint 24 Mal im Jahr.

## SOCIAL MEDIA

### Influencer-Marketing beim Tatort: achtung! kreiert „Thriller Shopping“ →



Die große Popularität des sonntag-abendlichen Tatorts (hier ein Standbild aus der Folge vom 30. Oktober 2016; ARD-Mediathek)

hat sich die Hamburger Agentur achtung! zunutze gemacht. Da die Krimiserie



mit Millionenpublikum auf Twitter zu den meist kommentierten TV-Ereignissen zählt, hat achtung! den Fokus für den Kunden ebay noch einmal verstärkt, und zwar mit „Thriller Shopping“. Die beiden Top-Twitterer, **Internet-Showmaster Rob Vegas**, sowie Model und **Hardcore-Twitterin Stephanie Marie von den Benken** wurden eingespannt, um Produkte zu bewerben. Sobald während des Tatorts ein bestimmter Gegenstand, ein spezielles Produkt, ein originelles Gadget eine Rolle spielte, haben die Top-Influencer via Twitter zum entsprechenden eBay-Angebot verlinkt. Stets in Echtzeit: eine Art Schleichwerbung bei Twitter. Nach Angaben von **Agenturchef Mirko Kaminski** hat das Experiment die Erwartungen weit übertroffen. Die Reichweite sei immens gewesen, der Traffic auf die Angebote deutlich gesteigert worden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



## AUTOREN-BEITRÄGE

### Nicht nur zur Weihnachtszeit: Mitarbeiter und Kunden sinnvoll beschenken →



Von Nicola Wessinghage  
(Foto)

Viele Agenturen nutzen Weihnachten als Anlass, um sich mit kleinen Aufmerksamkeiten

bei Kunden und Mitarbeitern zu bedanken. Etwas Schokolade oder eine Flasche Wein sind dabei nicht immer die beste Option. Im folgenden Beitrag behandeln wir die Frage, wie man sinnvoll schenkt. Weihnachten ist eine gute Gelegenheit, um den eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren täglichen Einsatz zu danken und um Wertschätzung zu zeigen – auch gegenüber Kunden. Im hektischen Agentur-Alltag kommt beides oftmals zu kurz. Standardgeschenke wie Weine oder Schokoladenkonfekt eignen sich allerdings in den selteneren Fällen dafür und können im Gegenteil auch als ein Zeichen für fehlende Wertschätzung gewertet werden. Der folgende Beitrag zeigt, was beachtet werden sollte und was überhaupt erlaubt ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## TERMINE

### DPRG-BaWü-Junioren laden ein zur „Agentour“ durch Stuttgart →

Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) in Baden-Württemberg lädt ein zur „Agentour“ durch Stuttgart. Am 17. November haben speziell junge DPRG-Mitglieder die Gelegenheit bei einer „BaWü-Juniorenveranstaltung“ die drei PR-Agenturen Ketchum Pleon, Communication Consultants und Ansel & Möllers in Stuttgart zu besuchen. Der Treffpunkt ist um 13:15 Uhr am Rotebühlplatz 23 in Stuttgart. Fanny Hickisch, Senior Account Manager bei Ketchum Pleon, Christine Fröhler, stellvertretende

Geschäftsführerin bei Communication Consultants und Katrin Möllers, Geschäftsführerin bei Ansel & Möllers, geben einen Einblick in ihren Arbeitsalltag und stellen spannende Cases vor. Dabei sollen auch die Fragen der Gäste rund um den Berufseinstieg nicht zu kurz kommen. Im Anschluss an die „Agentour“ findet ein „Netzwerktreffen der Junioren“ statt, bei dem sich die Gelegenheit zum Austausch und zur besseren Vernetzung bietet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Termine compact (1) (43. KW-2016) →

1. **Sattelberger hält Gastvortrag bei Fresenius in Köln:** Der frühere Personalvorstand und Arbeitsdirektor von Continental und der Deutschen Telekom, Thomas Sattelberger, hält am Kölner Standort der Hochschule Fresenius einen Gastvortrag im Fachbereich Wirtschaft & Medien. Der mehrfache Buchautor und Kolumnist beim „Manager Magazin“ spricht am **21. November ab 16:25 Uhr** vor Studenten und externen Gästen über „Wirtschaft im Umbruch - Im Spannungsfeld von Ethik und Innovation“. Anschließend stellt Sattelberger sich den Fragen der Teilnehmer. Die Veranstaltung findet im Kölner Mediapark 4E, Erdgeschoss 2 (E2), Raum Atrium statt. Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeit finden sich auf [dieser Website](#).

## BILDUNG

### Fernstudium „Crossmediale Marketingkommunikation“: Bonus-Event für Frühmelder →



Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR), Düsseldorf, sucht noch Teilnehmerinnen und Teilnehmer für das Online-Studium „Crossmediale Marketingkommunikation“.



(MA)“. Es hat eine Mindeststudiendauer von nur zwei Semestern; wer berufsbegleitend studiert, kann den Abschluss in 18 Monaten schaffen. Der Lehrgang deckt inhaltlich die für ein modernes, integriertes Kommunikationsmanagement notwendigen Bereiche ab, darunter Eventkommunikation, Text und Visualisierung, aber auch Reputationsmanagement oder Krisenkommunikation. Auf der [DAPR-Website](#) vermittelt ein Demo-Campus einen Eindruck der Lernplattform, mit der die Studierenden arbeiten. Auch die Einschreibung ist hier per Online-Formular möglich. Wer sich bis zum 15. November anmeldet, kann zusätzlich an einem Online-Karriere-Webinar mit Thomas Lüdeke, Geschäftsführer der PRCC Personal- und Unternehmensberatung, teilnehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## LESEHINWEISE

### Lesehinweise compact (1) (43. KW-2016) →

1. **Lesehinweis: Als Pressesprecher Mitglied im Journalisten-Verband?** Bleibt der Journalist noch Journalist, wenn er nicht mehr für Medien arbeitet? Dieser Frage geht der Bonner Journalist und Redenschreiber Claudius Kroker nach. In einem Beitrag für den „Pressesprecher“ zeigt er die Bandbreite der Meinungen auf. Von „Ich finde, das geht gar nicht“ bis zu „Wenn ich journalistisch arbeite, bin ich ein Journalist – egal ob in einer Redaktion oder einer Pressestelle“ reichen die Meinungen. Den vollständigen Beitrag von Kroker finden Sie auf der [Website des „Pressesprechers“](#).

## PREISE UND AWARDS

### Deutsche Telekom und fischerAppelt sind die Econ Awardees 2016 →



Das Berliner ewerk war am 27. Oktober Veranstaltungsort der Econ Awards Preisverleihung 2016. Aber nicht nur die Preisträger (Foto; © *Thomas Rosenthal für Econ*) hatten Grund zur Freude: Der vom Econ Verlag in Kooperation mit dem Handelsblatt ausgeschriebene Wettbewerb für Unternehmenskommunikation feierte seinen 10. Geburtstag. Mehr als 200 Gäste begleiteten die von Aline von Drateln und dem Juryvorsitzenden Klaus Rainer Kirchhoff moderierte Veranstaltung, auf der in diesem Jahr erstmals die Auszeichnung Econ Awardee of the Year an die erfolgreichsten Teilnehmer des Wettbewerbs vergeben wurde. Bei den Unternehmen ging die Auszeichnung an die Deutsche Telekom. Mit insgesamt vier Awards, darunter der Platin-Award in der Kategorie Geschäftsbericht, setzte sich das Unternehmen gegen die Konkurrenz durch. Econ Awardee bei den Agenturen ist fischerAppelt. Die Videoreihe für das Mercedes-Benz Museum (Gold), die Microsite „Something in the Water“ für GSA/Merck (Special Award), das Digitalmagazin „Merton“ (Special Award) sowie eine eigene Recruiting-Kampagne (Bronze) sorgten für einen Vorsprung im Ranking der erfolgreichsten Agenturen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**„PR Report“-Awards:  
Finalisten-Cases sind am 22. November  
vorab im Kino zu sehen →**



Mehr Transparenz, damit besser nachvollziehbar ist, warum welche Kampagne preiswürdig ist. Mit diesem Anspruch startet der „PR Report“ seine Feierlichkeiten zur Vergabe seiner Awards am 22. November mit einem Tagesprogramm, das bereits um 9:00 Uhr morgens beginnt. Unter dem Motto „PR-Cases im Kino“ präsentieren die von der Jury ausgewählten Finalisten ihre Kampagnen tagsüber im Kosmos Berlin. Das ehemalige Filmtheater in der Karl-Marx-Allee ist am Abend auch zum ersten Mal Schauplatz der Preisverleihung, die seit 14 Jahren in der Hauptstadt stattfindet. Von 9:00 bis 16:00 Uhr gibt es für die Fachbesucher Kommunikations-Kampagnen am laufenden Band: Mehr als 30 Nominierte präsentieren in 21 Kategorien ihre Cases. Die Finalisten des Wettbewerbs konnten ihre freiwilligen Kurzpräsentationen bis Mitte Oktober anmelden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Preise und Awards compact (2) (43. KW-2016) →

1. **Goldene Feder: „Globe“ schafft Hattrick in der Schweiz** – Zum dritten Mal in Folge gewinnt das von der Mannheimer Agentur Signum produzierte Mitarbeitermagazin des Industrieunternehmens GF (Georg Fischer) die Goldene Feder des Schweizer Verbands für interne Kommunikation (SVIK). Die Jury lobte „Globe“ als „Mitarbeitermagazin der Extraklasse. Signum hatte das Magazin 2013 neu konzipiert und ist seither für Redaktion,

Gestaltung und Produktion verantwortlich. Die 40-seitige „Globe“ erscheint viermal im Jahr in sieben Sprachen. Seit fast 70 Jahren zeichnet der Schweizerische Verband für interne Kommunikation (SVIK) mit der Goldenen Feder die besten internen Kommunikationsmittel aus.

2. **PRVA schreibt erneut Wissenschaftspreis für PR aus:** Der „Franz-Bogner-Wissenschaftspreis für PR“ zeichnet wissenschaftliche Arbeiten in „unerforschten Wissensbereichen der Öffentlichkeitsarbeit“ aus. Das Preisgeld beträgt 12.000 Euro. Die Ausschreibung läuft zum 31. Januar 2017. Der Wissenschaftliche Senat des Public Relations Verbandes Austria (PRVA) zeichnet Masterthesen, Master- und Magisterarbeiten aus. Die Arbeiten müssen in 2016 an einer österreichischen Universität oder Fachhochschule erstellt worden sein. Die Preisverleihung erfolgt im Frühsommer 2017. Weitere Informationen [sind hier zu finden](#).

## TIPPS

### DEBA ruft „Monate des Employer Brandings“ aus →



Muss Employer Branding „cool“ sein? Darüber diskutierten die Teilnehmer einer Fachtagung Anfang Oktober. Auch die Kommunikation von Arbeitgebermarken war in den letzten Monaten ein Thema in der HR-Fachwelt. Grund genug für die Deutsche Employer Branding Akademie (DEBA), Klarheit zu schaffen und die „Monate des Employer Brandings“ auszurufen.

Von November 2016 bis Januar 2017 finden Veranstaltungen und Seminare zum Thema statt, so die Employer Branding Praxiskreise oder das Intensivseminar „Arbeitgeberranking-Management“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## GPRA IM DIALOG

**Beratung und strategische Kommunikation: So bekämpft ORCA van Loon den „Content Schock“ →**



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 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. Sie haben so Gelegenheit, alle Fragen über das Agenturgeschäft

zu stellen, die sie für relevant halten. In der elften Folge stellten sich Timo Lommatzsch (Foto I.), Geschäftsführer von ORCA van Loon, und Nina Marie Wehmeier (r.), Junior-Beraterin in der Agentur ORCA van Loon, den Fragen von Maïke Grunenberg, Studentin des Bachelorstudiengangs Kommunikationswissenschaft in Münster und Vorstandsmitglied der Studierendeninitiative campus relations e.V., und Megan Heather Suzanne Neumann, Studentin des Masterstudiengangs Strategische Kommunikationswissenschaft in Münster und Mitglied von campus relations e.V..

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## JOBANGEBOTE

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

### Angebote (46)

#### Stellenangebote der Agenturen

- PR Manager/in für den Standort Berlin (Vollzeit)
- Senior-Redakteur/Senior-PR-Berater (m/w), Hamburg
- (Junior-)PR-Berater (m/w) Markenkommunikation inkl. Social Influencer Relations, Hamburg
- Juniorberater PR (m/w), München
- PR-Agentur mit touristischem Schwerpunkt sucht PR Manager(in) ab Dezember 2016 oder später, München
- PR-Berater/-in (Vollzeit oder Teilzeit), Montabaur
- Junior Digital Communications (m/w), Frankfurt
- Client Service Director (m/w) mit Schwerpunkt PR und Social Media, Mannheim
- redroses communications sucht PR-Berater (m/w), Hamburg
- PR-Redakteur/-in (Vollzeit oder Teilzeit), Montabaur
- PR-Juniorberater/in für Team Energie und Umwelt, Hamburg
- PR-Berater (Account Manager) (w/m) für den Bereich Technology, München
- Head Technology Communications (m/w), Frankfurt a.M. oder Düsseldorf
- PR Berater (m/w) mit Fokus Projektmanagement, Köln
- PR-Berater (m/w) in Teilzeit in Köln
- PR-Berater (m/w) - Junior & Senior, Berlin
- Volontär/-in für Hamburg
- (Senior) Account Manager Public Relations (w/m) für den Bereich (Consumer) Technology, Düsseldorf
- Berater/in Public Relations, Berlin
- Senior Berater/in Public Relations, Berlin
- Junior-Berater/in Public Relations, Berlin
- PR Junior-Berater/in, Hamburg
- Berater/Seniorberater (m/w), JP KOM Düsseldorf
- Mitarbeiter Office Management (m/w), JP KOM Düsseldorf
- Projekt- und PR-Assistenz Schwerpunkt Food & Beverage, Bonn

#### Stellenangebote der Unternehmen

- Junior Consultant Public and Investor Relations (m/f), Düsseldorf & Munich
- Assistent/in Kommunikation/Marketing in Teilzeit, Essen
- Senior Manager PR und Öffentlichkeitsarbeit (m/w), Düsseldorf
- Spezialist PR – Content Marketing (m/w), Dortmund
- Referent/in Unternehmenskommunikation, Stuttgart
- Leiter/Leiterin Unternehmenskommunikation & PR, Essen
- Redakteur (m/w) Print / Online Medien, Berlin

#### Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- Projektleiter/in Dialog & Veranstaltungen, Berlin

---

### Volontariat/Trainee

Die 10 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

---

### Praktikum

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



Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 31. Oktober 2016 um 17:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.337 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 25,5 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.864 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](mailto: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](http://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](http://www.pr-journal.de/fotos.html). Zum ausführlichen **Impressum** geht es hier: [www.pr-journal.de/impressum.html](http://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](mailto:redaktion@pr-journal.de)

URL: [www.pr-journal.de](http://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.