

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 372 / 09. KW 2013

Zur Erinnerung: PR-Ranking 2012

Am 14. Februar hatten wir die Mail mit der Aufforderung für die Meldungen zum PR-Ranking 2012 verschickt. Bis zum 4. März haben 46 Agenturen geantwortet. Wir bitten alle, die sich noch nicht beteiligt haben, **dies bitte bis zum Abgabetermin am 14. März nachzuholen.**

Danke für Ihre Mitarbeit.

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 372. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 61 Einzelmeldungen):

1. *Knut Bergmann kommuniziert für das Institut der deutschen Wirtschaft*
2. *Trauerfeier für Wolfgang Reineke am 8. März in Heidelberg*
3. *Online-Werbung baut Vorsprung vor Printmarkt aus*
4. *Handels-PR Studie des EHI: Fluch und Segen der Transparenz*
5. *Pressearbeit bei Hyundai jetzt eigenständig*
6. *Personalien compact - Sonstige (7) (09. KW-2013)*
7. *Personalien compact - Unternehmen (5) (09. KW-2013)*
8. *Personalien compact - Agenturen (11) (09. KW-2013)*
9. *Flutlicht für Toshiba Europe*
10. *Etats compact (18) (09. KW-2013)*
11. *Fleishman-Hillard Wikipedia Corporate Index: Lufthansa vor Volkswagen und Adidas*
12. *Streit bei Ketchum Pleon?*
13. *JP Kom meldet erfolgreiches Geschäftsjahr 2012*
14. *Kündigung wegen Homosexualität?*
15. *Digitales Employer Branding: Allianz europaweit an der Spitze*
16. *Branche compact (4) (09. KW-2013)*
17. *Journalisten haben Auskunftsanspruch gegenüber Bundesbehörden*
18. *Medien compact (5) (09. KW-2013)*
19. *Leistungsschutzrecht: Bundestag beschließt Anti-Google-Gesetz*
20. *Vodafone: Jede Woche ein neuer Twitterer – vom CEO bis zum Sachbearbeiter*
21. *Millionenschwere Boni zerstören Reputation*
22. *Gehalts-Revolution: Mutig und gut für die Reputation*
23. *Online-Reputation-Management: Google unter Beschuss*
24. *PR-Interview Nr. 88. Heiko Kretschmer: Die GPRa braucht eine klare Führung, um den Verband insgesamt stärker zu konsolidieren.*
25. *IHK NW: Chef- oder Nebensache? Profis punkten mit PR*
26. *Content Marketing – Nur ein anderer Begriff für zeitgemäße PR?*
27. *Förderung von Master- und Doktorarbeiten*
28. *Masterstudiengang Communication Management in Leipzig: Bewerbungsverfahren eröffnet*
29. *Bildung compact (1) (09. KW-2013)*
30. *Weltweit größte Kommunikations-Umfrage gestartet*
31. *Effizienz und Flexibilität: Was Kunden von ihren Agenturen erwarten*
32. *Studien compact (1) (09. KW-2013)*
33. *Digital Marketing- und Media-Gipfel im Mai in Hamburg*
34. *Kongress für Medienbeobachter*
35. *Termine compact (3) (09. KW-2013)*
36. *PR-Blogger: Wieviel Rechtskenntnisse brauchen PR-Praktiker?*
37. *Tipps compact (1) (09. KW-2013)*
38. *Stamm Medien-Newsletter März 2013*
39. *PR-Journal: 37.349 Besucher im Februar 2013, 41 neue Jobangebote*
40. *Jobbörse*
41. *Impressum*

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site
Ihr Gerhard A. Pfeffer und das PR-J-Team

Seite 1

Knut Bergmann kommuniziert für das Institut der deutschen Wirtschaft

Knut Bergmann (40) wird ab dem 1. März neuer Leiter der Kommunikation des Instituts der

deutschen Wirtschaft Köln (IW). Er übernimmt diese Aufgabe zusätzlich zur Leitung des Hauptstadtbüros, die er seit Juli 2012 inne hat. Bevor Bergmann zum IW kam, arbeitete er in der Abteilung „Presse und Kommunikation“ des Deutschen Bundestages. Seinen Berufsweg hatte der Politikwissenschaftler 2002 als Mitarbeiter der Redaktion von Sabine Christiansen begonnen. Dazwischen war Bergmann unter anderem als Grundsatzreferent und Redenschreiber im Bundespräsidialamt und für zwei gesellschaftspolitische Stiftungen tätig. Seit 2003 lehrt Bergmann u.a. an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin im Fachbereich Wirtschaftskommunikation.

Trauerfeier für Wolfgang Reineke am 8. März in Heidelberg

Für den am 17. Februar an einem Herzschlag in Heidelberg gestorbenen Kommunikationsberater Wolfgang Reineke (72) findet die Trauer- / Gedenkfeier am Freitag, den 8. März um 11:30 Uhr in Heidelberg statt. Die Beisetzung ist im engsten Familien- und Freundeskreis.

Zur Trauerfeier im [Heidelberger Bestattungshaus Kurz-Feuerstein](#), Bergheimer Straße 114 sind Freunde und Kollegen eingeladen. Parkmöglichkeiten finden sich im gegenüberliegenden [Landfriedkomplex](#) oder im [Hotel "Marriott"](#).

Ab 13:00 Uhr treffen sich die Trauergäste in einem historischen Restaurant in der Nähe des Heidelberger Schlosses - dort waren Uschi und Wolfgang Reineke selbst oft zu Gast.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Online-Werbung baut Vorsprung vor Printmarkt aus

Was die Glaubwürdigkeit der Inhalte angeht, so schlägt Print das Internet. Noch am 14. Februar haben wir das im [PR-Journal berichtet](#). Doch was die Attraktivität der beiden Märkte für



Werbekunden anbelangt, so ist es umgekehrt: Internet schlägt Print. Das geht aus der Erhebung der Bruttowerbeinvestitionen durch den Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Düsseldorf, hervor. Der Online-Werbemarkt in Deutschland ist 2012 auf 6,47 Milliarden Euro gewachsen. Damit baut das Internet mit 21,8 Prozent seine Position im Mediamix als zweitstärkstes Werbemedium nach TV aus und vergrößert seinen Vorsprung gegenüber dem Printmarkt im dritten Jahr in Folge. Für 2013 prognostiziert der OVK ein Wachstum der Online-Werbung von elf Prozent auf 7,18 Milliarden Euro Bruttowerbevolumen. Alle Marktzahlen zum Online-Werbemarkt 2012 in Deutschland sowie die Prognose für 2013 finden Sie ab Mitte März im neuen OVK Online-Report 2013/01 unter www.ovk.de und www.bvdw.org.

Handels-PR Studie des EHI: Fluch und Segen der Transparenz

Anspruchsvolle Kunden, kritische Medien und der zunehmende Ruf nach Transparenz setzen die Unternehmenskommunikation unter Druck. Entgegenzusetzen ist dem ein guter Ruf, um den es allerdings im Handel nicht gut bestellt ist – dieser Meinung ist jedenfalls ein Großteil der PR-Verantwortlichen im Handel und sie erhalten Bestätigung durch ihre Chefs. Wie Reputation entsteht und was die Öffentlichkeitsarbeit im Handel dafür tut, hat das Kölner EHI Retail Institute in

seiner aktuellen Studie „PR im Handel 2013“ analysiert.

Wenig überraschend: Nach Ansicht von über 90 Prozent der befragten Kommunikationsverantwortlichen ist Reputation wichtig für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens. Die Relevanz von Reputation sei in den letzten Jahren außerdem deutlich gestiegen. Als Gründe für diesen Bedeutungszuwachs betrachten die PR-Profis vor allem die zunehmend kritischen Kunden und die wachsende Forderung nach Transparenz, besonders durch soziale Medien. Doch Sorge bereitet dem Handel, dass es nicht gut bestellt ist um die eigene Reputation. So glauben 70 Prozent der Befragten, dass der Ruf des Handels schlechter ist als seine tatsächlichen Leistungen. Und dieses schlechte Gesamtbild habe einen Einfluss auf die eigene Reputation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Pressearbeit bei Hyundai jetzt eigenständig

Bernhard Voß ist seit dem 1. März 2013 neuer Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Hyundai Motor Deutschland GmbH in Neckarsulm. In der neu geschaffenen Position verantwortet der gebürtige Saarbrücker alle Themen der Produkt- und Unternehmenskommunikation und berichtet direkt an Geschäftsführer Markus Schrick. Der 51-jährige Germanist kommt von der Peugeot Deutschland GmbH, wo er seit 2008 als Leiter Produktpresse für die Aufgabengebiete Produktkommunikation, Motorsport und Traditionspflege verantwortlich zeichnete. Voß begann seine journalistische Laufbahn 1986 beim Saarländischen Rundfunk und arbeitete viele Jahre freiberuflich im eigenen Redaktionsbüro, unter anderem für den ADAC,

komm.passion



den NDR und den SWR. Aufgrund des Markterfolgs von Hyundai und gestiegener Anforderungen an Marketing und PR hat sich das Unternehmen entschlossen, die Presseabteilung aus dem Bereich Marketing herauszulösen und direkt an die Geschäftsleitung zu binden.

Personalien compact - Sonstige (7) (09. KW-2013)

1. **Marlene Binder**, bisher **Generalsekretärin des österreichischen Investor-Relations-Verbands C.I.R.A.**, beendet nach über fünf Jahren ihre Tätigkeit. Sie wechselt als Communications Manager zu einer Nicht-Regierungsorganisation in Wien. Wer künftig die Geschäftsstelle des C.I.R.A. leitet, ist noch nicht bekannt.
2. **Peter Liebe** (49) ist ab dem 1. März **Pressesprecher der Christoffel-Blindenmission** in Bensheim. Er folgt in dieser Position auf **Wolfgang Jochum**. Liebe berichtet an den Direktor für Kommunikation und Fundraising, **Rainer Brockhaus**. Zuvor war Liebe seit 2011 Abteilungsleiter Kommunikation in der Stadt Mannheim. Seine vorherigen Stationen waren Pressereferent bei Brot für die Welt und Chef vom Dienst beim Hessischen Rundfunk.
3. **Christian Wehry** (36) ist seit dem 1. Januar **Pressereferent bei der Kassenzahn-ärztlichen Bundesvereinigung (KZVB)** in Berlin. Die Position wurde neu geschaffen. Wehry berichtet an den Leiter der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, **Reiner Kern**. Wehry war vorher Marketing-Manager bei der BKK Verkehrsbau Union (BKK VBU) in Berlin. Vor dieser Zeit arbeitete er als Berater in den Agenturen Orange:blue Public Relations und Index Agentur für strategische Öffentlichkeitsarbeit und Werbung.

4. **Julian Nebel** (28) ist seit dem 1. Februar **PR- und Kommunikationsmanager** der Wirtschaftskanzlei **Heisse Kursawe Eversheds** in München. Er folgt auf **Frank Knabe**, der sich selbstständig gemacht hat. Nebel berichtet an Managing Partner Matthias Heisse. Nebel war in der Kanzlei bereits als wissenschaftlicher Mitarbeiter tätig.
5. **Susanne Schrammar** (39) wird ab dem 1. März neue **Pressesprecherin des Niedersächsischen Kultusministeriums**. Sie folgt auf **Corinna Fischer**, die in das Referat für Politische Bildung wechselt. Schrammar, die zuvor politische Landeskorrespondentin für das „Deutschlandradio“ in Niedersachsen war, berichtet direkt an Kultusministerin **Frauke Heiligenstadt**.
6. **Stefan Wittke** ist ab sofort **Pressesprecher** des neuen **Niedersächsischen Wirtschaftsministers Olaf Lies**. Er folgt auf **Christian Budde**, der weiterhin im Presseteam tätig ist. Wittke berichtet an Minister Olaf Lies und Staatssekretärin **Daniela Behrens**. Wittke arbeitete Ende 1990-er Jahre als Redakteur bei der „Hannoverschen Allgemeine Zeitung“. Anschließend leitete er die Öffentlichkeitsarbeit der Polizei in Hannover. Zuletzt war er Pressesprecher des SPD-Landesverbandes Niedersachsen.
7. **Kerstin Stooff** verantwortet ab sofort die **Pressearbeit** bei **BB Radio** und dem **Kinderradio Teddy** in Potsdam. Sie folgt **Kathleen Herber**, die in den Mutterschutz gegangen ist. Stooff berichtet an Marketing- und Verkaufsleiterin National, **Christel Tempel**. Zuletzt war sie freiberuflich in der Pressearbeit für mittelständische Unternehmen tätig.

Personalien compact - Unternehmen (5) (09. KW-2013)

1. **Romana Voet** (30) verantwortet als Pressesprecherin die Kommunikation für das Heide Park Resort, das Themenhotel Port Royal und das Holiday Camp. Im Presseteam hat sie die PR-Leitung übernommen. Sie war zuvor für Hapag-Lloyd Kreuzfahrten und TUI Deutschland



- tätig und folgt in Heide auf **Carina Zottl**, die seit Oktober 2012 in der Unternehmenszentrale der Merlin Entertainment Group in Hamburg arbeitet, zu der auch das Heide Park Resort gehört.
2. **Karl Olaf Petters** (44) wird ab dem 1. März **Pressesprecher der Hamburger Hafen und Logistik AG** (HHLA). Petters berichtet an den Leiter der Konzernkommunikation, **Florian Marten**. Zuvor war er Pressesprecher der Elbphilharmonie und Leiter der Öffentlichkeitsarbeit der Kulturbehörde in Hamburg.
3. **Sandra Pöpl** ist seit dem 1. November **Pressesprecherin bei Pierre Lang Europe** in Wien. In der neu geschaffenen Position verantwortet sie die Pressearbeit des Schmuckherstellers. Zuvor war sie im selben Unternehmen Marketing-Leiterin und davor für die Koordination von Events und Reisen verantwortlich.
4. **Max Müller** (37), bis Ende Januar Bereichsleiter Unternehmenskommunikation des Krankenhausbetreibers Rhön-Klinikum in Bad Neustadt a. d. Saale, ist zum 1. Februar **Vorstandsmitglied** des Versandapotheken-Unternehmens **Doc-Morris** geworden. In der neu geschaffenen Position des Chief Strategy Officers soll er das Geschäftsmodell von Doc-Morris weiterentwickeln. Zwischen 2008 und 2012 war er als Head of External Affairs bei der Celesio AG in Stuttgart tätig.
5. **Christian Helms** (38) verantwortet seit Januar den Bereich **Political Affairs** in der Unternehmenskommunikation von **Volkswagen Financial Services AG** (VW FS) in Braunschweig. Helms ist in seiner Position zuständig für die politische Interessenvertretung des Finanzdienstleisters. Zuvor war als Syndikatusanwalt in der Rechtsabteilung von

VW FS tätig. Außerdem verstärkt **Daniela Seibold** seit Januar das Team Political Affairs in Braunschweig.

Personalien compact - Agenturen (11) (09. KW-2013)

1. **Nils Seib** verstärkt seit dem 1. März die Agentur **Oliver Schrott Kommunikation**. Als Senior Consultant der Kölner Agentur wird er sich maßgeblich um die Betreuung von Klienten aus dem B2B- und B2C-Bereich kümmern. Er berichtet direkt an **Michael Kemme**, Geschäftsführer Beratung bei OSK. Seib bringt über zehn Jahre Kommunikationserfahrung für internationale Markenunternehmen mit. Nach verschiedenen Stationen bei Sony Deutschland und LG Electronics war er zuletzt seit 2010 für Weber Shandwick in Köln tätig.
2. **Peter Hartmeier**, ist fünfter Partner im Team der Züricher Kommunikationsagentur **Lemongrass Communications** geworden. Zuletzt war er von Juni 2010 bis November 2012 Kommunikationschef von UBS Schweiz. Hartmeier arbeitete davor jahrelang als Journalist für verschiedene Titel. Von 2002 bis 2009 war er Chefredakteur des „Tages-Anzeigers“.
3. **Michelle Besser** (31) leitet seit Jahresbeginn die Food- und Beverage-Practice der Kommunikationsagentur F&H Porter Novelli in München. Sie zeichnet nun verantwortlich für die zahlreichen Klienten im Food- und Consumer-Bereich. Vor F&H war sie in der Kommunikation von Estée Lauder tätig.
4. **Ralph Marko** (31), bislang Referent Marketing und PR bei Tivola Publishing, verlässt das Multimedia-Unternehmen in Hamburg. Er wechselt zum 1. März als **Account Manager PR** zur **Agentur Achtung!** In Hamburg. Die Position des Pressesprechers für den American Football Verein Hamburg **Blue Devils** verantwortet Marko weiterhin.
5. **Björn Korschinowski** (39) leitet ab dem 1. März die Unternehmenskommunikation beim **DekaBank-Konzern** in Frankfurt am Main. Er folgt auf **Rolf Kiefer**, der den Konzern verlässt, um sich als Kommunikationsberater selbstständig zu machen. In seiner neuen Position verantwortet Korschinowski die externe und interne Kommunikation der Bank. Zuvor war er in gleicher Funktion bei der Credit Suisse und der Citibank.
6. **Sandra Steinecke** verstärkt die PR-Unit der **Convensis Group**, Stuttgart. Seit dem 1. Februar ist sie als Project Manager Communications bei Convensis tätig. Nach dem Studium im Bereich Marketing-Management begann die gebürtige Stuttgarterin, die in Kiel aufgewachsen ist, ihre berufliche Laufbahn bei Hugo Boss im Eventmarketing. 2007 wechselte sie den Sektor und übernahm an der Universitätsklinik Tübingen die Verantwortung für die Bereiche Seminarplanung und Medical Marketing.
7. **Vanessa Umek** (32) arbeitet ab dem 1. März für die Bremer **Markenagentur Red Pepper**. Sie unterstützt die Agentur als Mediengestalterin im graphischen Bereich. Als Schnittstelle zwischen Druck, Graphik und Kunde ist sie verantwortlich für die Abstimmung der Layouts und die Erstellung von Reinzeichnungen für sämtliche Printmedien. Zuletzt arbeitete sie in der Marketingabteilung der Raumplus Besitz- und Entwicklungs-GmbH, Bremen.
8. **Andreas Burckhardt** wird ab dem 1. April neuer „Executive Director Corporate Broking“ bei der Münchner **PR-Agentur MC Services AG**, die sich auf Investor Relations spezialisiert hat. Burckhardt kommt von der West LB, wo er als „Executive Director Life Sciences Sales“ tätig war. Er hat über 20 Jahre Erfahrung als Investment-Experte und Analyst und gilt als einer der führenden Experten auf dem Gebiet Life Science. Mit seiner Verpflichtung will die Agentur ihr Geschäft insbesondere im Healthcare-Markt ausbauen.
9. **Sigrid Hummel** ist neue Mitarbeiterin der Augsburger Full Service-Agentur **Friends Media Group**. Zuletzt war sie seit 1997 als selbstständige PR- und Marketingberaterin in München tätig. Gastronomie, Hotellerie, Gesundheit, Wellness und Handel sind ihre Spezialgebiete. Bei der Friends Media Group ist Sigrid Hummel zuständig für Presse- und



Öffentlichkeitsarbeit sowie für Konzept und Text von Online- und Printmedien.

10. **Veit Mathauer**, Geschäftsführer der Stuttgarter PR-Agentur Symptra GmbH, ist in Marrakesch von der Mitgliederversammlung des internationalen **Agenturverbunds Public Relations Network**, PRN, für zwei weitere Jahre als **Member of the Board** bestätigt worden. Er hat diese Position bereits seit sieben Jahren inne. PRN ist ein Verbund inhabergeführter PR-Agenturen.
11. **Eva Olschewski** (24) ist neue Mitarbeiterin bei der Münchner **Agentur Weissenbach-PR**. Anfang Januar hat sie dort als Account Managerin angefangen. Zuvor hat sie an der Cardiff University ihren Master in European Governance and Public Policy erworben. Erste Erfahrungen in der Öffentlichkeitsarbeit, aus dem Journalismus und der Projektplanung im politischen und kulturellen Bereich bringt sie mit.



referentin Digital Products & Services Central Europe, zusammen.

Etats compact (20) (09. KW-2013)

1. Verbindungstechnik-Hersteller Norma Group, Maintal
was: Mitarbeiterzeitung "Let's Connect"
an: **Profilwerkstatt GmbH**, Darmstadt
2. a) Jaguar Land Rover Schweiz AG, Safenwil
was: Social Media
b) SodaStream Schweiz, Hünenberg
Medien- und PR-Arbeit
an: **PR fact AG**, Zürich
3. Anbieter von Motivationslösungen Edenred Deutschland GmbH, München
was: Strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **Maisberger – Gesellschaft für strategische Unternehmenskommunikation mbH**, München
4. Zürich Tourismus
was: Presse- und Medienarbeit, Events
an: **Häberlein & Mauerer**, München
5. Belgischer Matratzenauflagenhersteller AeroSleep, Ninove/Belgien
was: PR und Pressearbeit der neuen Linie AeroMoov
an: **Griffiths Consulting**, Media Relations & Online Relations & Social Media, München
6. Hautpflegehersteller Adonia Germany, Limburg
was: PR für Beauty-Produkte Athena 7 Minute Lift und Adonia Stemulift
an: **Think Inc. Communications**, Leipzig
7. Pflegen & Wohnen Hamburg GmbH
was: Social Media für

Etats

Flutlicht für Toshiba Europe

Die Nürnberger Flutlicht GmbH, eine auf Informations- und Telekommunikationstechnologie sowie die Consumer-Electronics Branche spezialisierte Kommunikationsagentur, hat den PR-Etat der Toshiba Europe GmbH (TEG) gewonnen. Die TEG ist ein Tochterunternehmen der Toshiba Corporation, Tokio, und hat ihren Sitz in Neuss. Die Zusammenarbeit hat am 1. März begonnen und umfasst die gesamte Produkt-, Marken- und Unternehmenskommunikation der Toshiba Digital Products & Services in Deutschland. Hauptaufgaben von Flutlicht sind der Ausbau der Produktbekanntheit sowie die Schärfung des Profils als innovatives Technologieunternehmen. Das fünfköpfige Team unter der Leitung von Oliver Wohlers und Sabine Siemel arbeitet eng mit den TEG-Ansprechpartnerinnen Tanya Quijano Burchardt, Presse-Referentin Digital Products & Services Central Europe, und Kerstin Lindemeyer, Presse-

- Unternehmenskommunikation
an: **Antwerpes AG**, Köln
8. Hausgerätehersteller Ritterwerk GmbH, Gröbenzell
was: Pressearbeit und Social Media
an: **Scrivo Public Relations GbR**, München
9. a) Fremdenverkehrsamt Madagaskar
was: PR und Marketing
b) Turismo Valencia, Spanien
was: PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Medienkooperationen, Social Media
c) australische Region Northern Territory
was: Aufbau, Entwicklung und strategische Führung für Facebook und Co.
an: **KPRN Network GmbH**, Frankfurt am Main
10. Wirtschaftsförderungsgesellschaft ABA-Invest in Austria, Wien
was: Standort-PR für Österreich in Deutschland
an: **Hill+Knowlton Strategies**, Frankfurt
11. Messe Salon du Chocolat, Zürich
was: Medienarbeit, VIP-Betreuung
an: **Union 3 Communications**, Zürich
12. Nahrungsmittelhändler Orior AG, Zürich
was: Verpackungsgestaltung, Marken-PR
an: **Wirz Corporate**, Zürich
13. Adidas Eyewear, Linz
was: Lobbying, Pressearbeit
an: **PPR Media Relations AG**, Zürich
14. Nolte Küchen, Löhne
was: Hausmagazin Cookoon
an: **Bauer de Buhr Corporate**, Hamburg
15. IT-Spezialist Mindlab Solutions GmbH, Esslingen am Neckar
was: Positionierung, Nutzenkommunikation, Vertriebsunterstützung
an: **Dr. Haffa & Partner GmbH**, München
16. Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV), Köln
was: VDV-Zeitschrift
an: **Ad Hoc Gesellschaft für Public Relations mbH**, Gütersloh
17. Garmin Deutschland, Anbieter von mobilen GPS-Navigationslösungen, Garching
was: Corporate Communications und Produkt-PR
an: **FischerAppelt**, Hamburg
18. Paketdienstleister General Logistics Systems, GLS, Neuenstein
was: Websiteentwicklung und Umsetzung inkl. Redaktion
an: **Stroomer PR**, Hamburg

Zu schnell für Ziele?

Kommunikationsplanung bei Lautenbach Sass.

www.lautenbachsass.de T 0 69) 2 57 82 65 - 0

19. Pharmagroßhändler Andreae-Noris Zahn AG, Frankfurt
was: Kommunikation für die Pflegemarke Boots Laboratories
an: **Brandzeichen, Markenberatung und Kommunikation GmbH**, München
20. Deichmann, Essen
was: Deichmann-Magazin "Shoe Fashion"
an: „**Neue Geschäftsfelder**“ der Axel Springer AG, Berlin

Branche

Fleishman-Hillard Wikipedia Corporate Index: Lufthansa vor Volkswagen und Adidas

Gemessen an der Qualität des Unternehmensartikels ist Lufthansa das DAX-Unternehmen mit der besten Unternehmensdarstellung in der deutschsprachigen Wikipedia, gefolgt von Volkswagen und Adidas. Im Wikipedia Corporate Index analysiert die Kommunikationsagentur

Fleishman-Hillard alle rund 15.000 Unternehmensartikel. Mit 96 von möglichen 100 Punkten führt Lufthansa die Liste der 30 DAX-Unternehmen klar an. Auf dem zweiten Platz folgt Volkswagen mit 91 Punkten, Adidas erreicht mit 89 Punkten Platz 3 des Rankings. Schlusslicht ist Fresenius Medical Care mit 58 Punkten.

Der Wikipedia Corporate Index basiert auf rund 40 einzelnen Kriterien, die in vier Kategorien aufgeteilt sind. Ausgewertet werden dabei die Bearbeitungsintensität, Inhalt und Struktur der Unternehmensbeiträge sowie die Verlinkung zu anderen Artikeln. Auch die Zahl der Seitenaufrufe fließt in die Bewertung ein. Spitzenreiter unter den DAX-Unternehmen in dieser Kategorie ist BMW mit über 200.000 Besuchern im Monat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Streit bei Ketchum Pleon?

Ketchum Pleon scheint in diesen Tagen ein Dauerthema in den Branchenmedien zu sein. Nach dem dicken Etatgewinn in Sachsen und Mutmaßungen über ein Comeback von Paul Kohtes und Joachim Klewes (wir berichteten) geht es jetzt möglicherweise um einen Streit zwischen ehemaligen Führungskräften und deren Ex-Arbeitgeber. Wie die „W&V“ auf ihrer Webseite und der „Kontakter“ berichten, geht es ums liebe Geld. Der ehemalige Europa-CEO Timo Sieg, der Ex-Deutschland-CEO Frank Behrendt, Ex-Partner Ralf Langen und ein weiterer Ex-Geschäftsführer werfen der BBDO-Holding vor, ihre Zusagen aus dem Verkauf von Anteilen nicht einzuhalten. [Die „W&V“ berichtet wie folgt: über den Streit bei Ketchum Pleon.](#)

JP Kom meldet erfolgreiches Geschäftsjahr 2012

Die Düsseldorfer Agentur JP Kom GmbH meldet für das vergangene Jahr eine Steigerung des



Honorarumsatzes von 31 Prozent auf 4,1 Millionen Euro. Die Zahl der Mitarbeiter wurde von 30 auf 33 im Jahresdurchschnitt gesteigert. Als Hauptgründe für das Wachstum werden die Nachfrage nach Beratung und Implementierung in den Bereichen Web 2.0 und Healthcare angeführt. Zudem sei die Agentur auch bei Veränderungs-, B2B- und Finanzkommunikation erfolgreich gewesen. Im laufenden Jahr will die Agentur noch einmal um rund 20 Prozent zulegen. Damit das gelingt wurden die personellen Strukturen verändert: Oliver Chaudhuri wurde zum 1. Januar zum Stellvertretenden Geschäftsführer ernannt. Anke Bihn, Anne Tessmer und Christopher Tesch sind jetzt als Senior-Berater für ihre Kunden tätig.

Kündigung wegen Homosexualität?

Unter der Überschrift „Schwulenfeindlich? Gefeuerter PR-Mann kämpft vor dem Kadi um Job und Ruf“ greift Petra Schwegler auf der Webseite von „W&V“ einen aktuellen Fall auf, der am 28. Februar vor dem Kölner Arbeitsgericht verhandelt wird. Stefan Susbauer hat Kündigungsschutzklage gegen seinen Arbeitgeber Oliver Schrott Kommunikation GmbH (OSK), Köln, eingereicht. Im Kern geht es dabei um die Frage, inwieweit Susbauer seine Homosexualität angelastet wurde, und ob ihm deshalb gekündigt worden sei. Das Gericht muss nun entscheiden, ob die Kündigung rechters ist. [Hier geht es zum W&V-Beitrag.](#)

Digitales Employer Branding: Allianz europaweit an der Spitze

Die Allianz-Gruppe, München, wurde zur attraktivsten Online-Arbeitgebermarke in Europa gekürt. Sowohl beim „*Employer Branding Online Award*“ der Mailänder Kommunikationsagentur Lundquist als auch beim Ranking „*Online Talent Communication*“ (OTaC) des Stockholmer Marktforschungsinstituts Potentialpark belegt die Allianz den ersten Platz. Beide Unternehmen zeichneten die Online-Aktivitäten der Allianz im Bereich Employer Branding, darunter auch die Karriereseite www.allianz.com/careers, als attraktivstes Arbeitgeber-Onlineangebot in Europa aus. Die Allianz wird beim Employer Branding von der Agentur Virtual Identity aus Freiburg betreut. Sie entwickelt seit 1995 webbasierte Lösungen die Unternehmenskommunikation und die Marketingkommunikation. Virtual Identity beschäftigt rund 150 Mitarbeiter in Freiburg, München, Berlin und Wien.

Branche compact (4) (09. KW-2013)

1. Unter dem Namen **Spider Design GmbH** hat **Wolfgang Raike** in seinem Netzwerk in Hamburg eine neue Agentur gegründet, die spezialisiert ist auf Print- und Digitalwerbung. Sie bietet Services von der Grafik bis zur Produktion. Geschäftsführerin und Teilhaberin ist **Sarah Winkelmann**, die in den letzten zwei Jahren die Kreation und Produktion bei Raike Kommunikation verantwortet hat.
2. Agentur Wildcard eröffnet Büro in München: Die **Wildcard Communications GmbH** expandiert nach Süddeutschland und wird unter der Leitung von **Markus Y. Soffner** in **München** ein neues Büro eröffnen. Ab März startet die neue bayerische Niederlassung der 2008 gegründeten Agentur für Public Relations und Marketing Communications, die bisher zwei Niederlassungen in Krefeld und Köln betreibt. Der Standort München ist für wildcard vor allem wegen der

- Konzentration von Medien und High-Tech-Industrie interessant.
3. Employer Branding in eigener Sache: Die Münchener Agentur **Consense Communications GmbH** gehört zu den **zehn besten Arbeitgebern Bayerns**. Das hat jetzt die Arbeitgeber-Bewertungsplattform Kununu ermittelt. Bereits Anfang des Jahres belegte Consense bei einer gemeinsamen Analyse von Kununu und dem Branchenmagazin "W&V" einen Spitzenplatz unter den deutschen Agenturen. Das *PR-Journal berichtete darüber*. Consense erreichte jetzt den achten Platz der neuen Erhebung. Kollegenzusammenhalt, Arbeitsatmosphäre, Gleichberechtigung und Image bewerten ehemalige und aktuelle Mitarbeiter von Consense dabei besonders hoch.
4. Zum zweijährigen Bestehen der **Henkel-Forscherwelt** in Düsseldorf wird die Bildungseinrichtung erneut ausgezeichnet. Die Forscherwelt erhält den „**IF Communication Design Award 2013**“ für die hohe Designqualität des Raumkonzepts. In der Forscherwelt von Henkel können Kindergarten- und Grundschulkindern seit 2011 forschen und experimentieren. Das gemeinnützige Unternehmen **Wonderlabz** aus Solingen hat gemeinsam mit Henkel eine einzigartige Lernlandschaft konzipiert und umgesetzt. Das IF international Forum Design verleiht jährlich in den drei Kategorien Product, Communication und Packaging Preise, die weltweit als anerkanntes Siegel für exzellentes Design gelten.

Medien

Journalisten haben Auskunftsanspruch gegenüber Bundesbehörden

Ein wichtiges Thema für PR-Schaffende und Journalisten gerät zunehmend in die politische Diskussion: die Auskunftsspflicht für Bundesbehörden. Nachdem das Bundesverwaltungsgericht am 20. Februar einen Auskunftsanspruch grundsätzlich bejaht, aber für den Umfang der Auskünfte nur einen Mindeststandard

vorgeschrieben hatte, hat die SPD-Bundestagsfraktion einen Entwurf für ein Presseauskunftsgesetz in den Bundestag eingebracht. Dies sei notwendig, argumentiert sie, da die Pressegesetze der Länder nicht auf Bundesbehörden anwendbar seien. Der Entwurf, mit dem sich der Deutsche Bundestag in erster Lesung beschäftigt, räumt Journalistinnen und Journalisten die gleichen Rechte gegenüber Bundesbehörden ein, wie sie sie in allen 16 Bundesländern gegenüber Landesbehörden haben. Der Vorsitzende des Deutschen Journalistenverbandes, DJV, Michael Konken unterstützt das Vorhaben: „Die Journalistinnen und Journalisten brauchen jetzt ein Auskunftsrecht, das ihre Informationsansprüche klar regelt. Sonst besteht die Gefahr, dass Bundesbehörden mit Informationen knausern, wenn ihnen die Fragen zu kritisch sind.“

Medien compact (5) (09. KW-2013)

1. Die Kommunikationsagentur **IR.on** aus Köln hat zum zweiten Mal nach 2010 eine Studie zum Thema „**Die wichtigsten Finanz- und Wirtschaftsmedien für Small & Mid Caps**“ veröffentlicht. An erster Stelle stehen für die befragten Analysten demzufolge Tageszeitungen, die im Vergleich zur Befragung von 2010 Nachrichtendienste von der Spitze abgelöst haben. In der Qualität der Berichterstattung werden die Tageszeitungen mit einer Durchschnittsnote von 2,1 ebenfalls am besten bewertet. Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ erhielt gar einen Wert von 1,5 und lag damit knapp vor der Børsen-Zeitung. Weitere Informationen finden Sie unter goingpublic.de.
2. Bei den **TV-Marktanteilen im Gesamtpublikum** (ab drei Jahren) liegt im **Februar** das ZDF erneut vorne - mit 13,5 Prozent. Auf Platz 2 rangiert nun die ARD (Das Erste) (12,4%), das damit RTL auf Rang 3 (11,3% / -1,8) verwiesen hat. Auf den Plätzen vier bis sechs folgen: Sat.1 (7,8%), Vox (5,9%) und ProSieben (5,5%).
3. Die **Deutsche Journalisten Dienste GmbH** (djd), Reichenberg, setzt ihr Wachstum fort. Der nach eigenen Angaben führende Pressedienst für Verbraucherthemen hat mit **Katharina Münkel** (37) erneut Zuwachs bekommen. Sie ist neu im Team Medienbetreuung und soll helfen, die Kontakte zu den mehr als 1.200 Print-Redaktionen zu pflegen, die regelmäßig djd nutzen. Damit hat sich die Zahl der festen Mitarbeiter in den vergangenen zehn Jahren auf 33 Festangestellte verdoppelt. Das gilt für den Umsatz: 2002 setzten 16 feste Mitarbeiter rund 2,2 Millionen Euro um, im vergangenen Jahr waren es über 5,5 Millionen Euro.
4. Das **Radio** behauptet seinen guten Platz in der **Reichweitenanalyse**: Nach kontinuierlichen Steigerungen der letzten Jahre bleiben die Radiowerte auf hohem Niveau: Radio wird montags bis freitags von **80 Prozent** der deutschsprachigen Bevölkerung ab zehn Jahren genutzt, das sind täglich knapp **60 Millionen Hörer**. Das ist der zweithöchste Wert seit sieben Jahren. Und wer Radio hört, der nutzt es durchschnittlich über **vier Stunden**. Das sind die Eckdaten der **Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma)**, Frankfurt am Main, zur Reichweite von insgesamt 101 Radiosendern und 103 Vermarktungskombinationen. Details der „Medianalyse 2013 Radio I“ veröffentlicht die Agma am 6. März.
5. Die Fachzeitschrift „**AfP – Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsrecht**“ hat den Verlag gewechselt. Die bisher im Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt erschienene Zeitschrift wird seit Januar 2013 vom **Verlag Dr. Otto Schmidt** publiziert. Die Zeitschrift informiert alle zwei Monate über die neuesten Entwicklungen im Medien- und Kommunikationsrecht im Bereich Presse, Buch, Hörfunk, Fernsehen und Multimedia. Mitherausgeber **Georg Wallraf** wird die AfP auch weiterhin als Chefredakteur betreuen. Das nächste Heft erscheint Ende Februar. Der Verlag Dr. Otto Schmidt ist ein multimedialer Fachverlag für Informationen aus dem Bereich Recht, Wirtschaft, Steuern. Weitere Informationen auf der [Webseite des Verlages](#).

Social Media

Leistungsschutzrecht: Bundestag beschließt Anti-Google-Gesetz

Widerstand zwecklos: Der Bundestag hat das umstrittene Leistungsschutzrecht verabschiedet - gegen vehementen Protest vieler Netzpolitiker und Aktivisten. Selbst in Reihen der Union gab es Abweichler. Für ein so sperriges Gesetz ging es in der Debatte ganz schön zur Sache. (ab) *Zum Artikel in Spiegel Online*

Nun bleibt abzuwarten, was der Bundesrat dazu sagt und ob das unsinnige Gesetz spätestens im Vermittlungsausschuss gestoppt werden kann - dort hat seit der Niedersachsen-Wahl Rot-Grün die notwendige Mehrheit. Interessant wäre auch, ob die vielen Ankündiger ihre Initiativen Richtung Bundesverfassungsgericht und europäische Regelungen auf den Weg bringen. -fff- *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

Vodafone: Jede Woche ein neuer Twitterer – vom CEO bis zum Sachbearbeiter

Unter dem neu gestarteten Twitter-Account [@being_vodafone](#) twittern ab sofort Mitarbeiter von Vodafone Deutschland auch selbst: vom CEO über den Abteilungsleiter bis zum Sachbearbeiter. Regelmäßig wechseln sich die Teilnehmer aus allen Hierarchieebenen ab und geben einen direkten Einblick in ihren Arbeitsalltag. Mit [@being_vodafone](#) starten die Düsseldorfer ein Experiment, das in dieser Form wohl weltweit einmalig ist. Inspiriert von Regionen und Staaten, die mit solchen Accounts ihre Kultur und Menschen vorstellen, will Vodafone "die Vielschichtigkeit seiner Unternehmenskultur lebendig werden lassen". Mehr dazu erzählt

Christian Rapp (Chief Social Media Officer) im Interview.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Reputation Management

Millionenschwere Boni zerstören Reputation

Die EU will extrem hohen Bonuszahlungen an Banker Einhalt gebieten. Zweistelligen Millionenbeträge als Prämie zum Festgehalt, das soll der Vergangenheit angehören. So werden auch schwere Reputationsschäden für Unternehmen vermieden, denn viele Bürger empfinden die Höhe der Boni als unmoralisch.

Es ist ein historisches Ereignis in der Geschichte der europäischen Finanzmarktregulierung: Erstmals sollen die Bonuszahlungen für Banker gedeckelt werden. Diesen Beschluss haben das Europäische Parlament und die EU-Mitgliedstaaten nach monatelangen Verhandlungen Ende Februar verabschiedet.

Die Regelung soll ab 2014 greifen. Demnach darf die Bonuszahlung nur noch so hoch ausfallen wie das feste Grundgehalt. Die Aktionäre können auf der Hauptversammlung eine Ausnahme verabschieden – dann könnte der Bonus maximal doppelt so hoch ausfallen wie das Grundgehalt.

Der vollständige Artikel <http://tinyurl.com/cfyxcbk>

Gehalts-Revolution: Mutig und gut für die Reputation

(cw) Welchem Personalverantwortlichen wird es nicht etwas seltsam in der Magengegend, wenn es um das Thema selbstbestimmtes Gehalt geht. Ein Modell, das bereits erfolgreich in der Praxis angewendet wird. Motivation, hohe Identifikation mit Job und Arbeitgeber, geringe Fluktuation sind die praktischen Erfahrungen. Eine kleine Maßnahme mit großer Wirkung für die Unternehmensreputation

als attraktiver Arbeitgeber. Und die PR gibt es frei Haus dazu.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Online-Reputation-Management: Google unter Beschuss

Google steht unter Beschuss: Zuletzt wollte Bettina Wulff die Verknüpfung ihres Namens mit bestimmten Inhalten unterbinden, jetzt zieht ein Spanier vor den Europäischen Gerichtshof, um für seine Online-Reputation zu kämpfen. Der spanische Kläger verlangt von Google Spain, dass bei Eingabe seines Namens nicht länger die amtliche Bekanntmachung einer Zwangsversteigerung seines Hauses aus dem Jahr 1998 angezeigt wird. "Es gibt ein Recht auf Vergessen", pflichtete der Anwalt Joaquín Muñoz Rodríguez seinem Kläger bei.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

Heiko Kretschmer: Die GPRA braucht eine klare Führung, um den Verband insgesamt stärker zu konsolidieren.

Am 26. April wählt die GPRA Gesellschaft Public Relations bei ihrer Jahrestagung ein neues Präsidium. Der bisherige Präsident, Alexander Güttler (52), komm.passion, Düsseldorf, kann lt. Satzung nach vier Jahren nicht erneut kandidieren. In Branchenkreisen wird spekuliert, dass sich das bisherige Präsidiumsmitglied Uwe A. Kohrs (56), impact Agentur für Kommunikation, Frankfurt am Main, zur Wahl stellt. Das "PR-Journal" fragte den scheidenden bisherigen Vizepräsidenten Heiko Kretschmer (45) nach der Verbandsarbeit und den Erwartungen an die Zukunft.

PR-Journal: Ende April stehen die Neuwahlen des Präsidiums der GPRA bevor. Damit endet die vierjährige Amtszeit des Teams um Alexander Güttler. Steht die GPRA vor einer Neuausrichtung?



Heiko Kretschmer (Foto): Das scheidende Vorstandsteam hat einige wichtige Eckpfeiler eingeschlagen. Die Strategiediskussion in der ersten Hälfte der Amtszeit hat deutlich gezeigt, dass sich die PR-Agenturen in Richtung ganzheitlicher Corporate Kommunikationsberatungen entwickeln müssen. Denn die Kernkompetenz unserer Mitglieder ist die auf Content basierte und auf die Stakeholder orientierte Kommunikation. Von hier ausgehend muss sich die Branche neu definieren und das Selbstverständnis artikulieren. Zum Zweiten hat die GPRA es mit dem Vertrauensindex geschafft, den zentralen Begriff unserer Kommunikationsaufgabe zu besetzen: Vertrauen. Das schafft keine Marketingkommunikation und keine Werbung. Hier kommt Organisationskommunikation auf das Spielfeld.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

IHK NW: Chef- oder Nebensache? Profis punkten mit PR

Chefsache oder Nebensache? „Keine Zeit für PR! Ich muss mich ums Geschäft kümmern“. - Viele mittelständische Unternehmer halten nicht viel von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Für sie ist es ein „Schaulaufen der Herren“, ein überflüssiger Schaukampf, der im harmlosesten Fall nur wertvolle Arbeitszeit kostet. Sie konzentrieren sich auf das Kerngeschäft, zu dem sie Public Relations nicht zählen, und verschenken dadurch nicht selten die entscheidenden Pluspunkte im Wettbewerb mit der Konkurrenz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Content Marketing – Nur ein anderer Begriff für zeitgemäße PR?

Ein neuer Trendbegriff geistert durch die Kommunikationswelt. Eigentlich schon seit letztem Jahr aber auch in diesen Wochen immer wieder gern: Content Marketing. Scheint eine ziemlich heiße Sache zu sein – "Content erobert die Marketing-Welt" schreibt da ein Blog. Beschrieben wird das ganze andernorts z.B. auch als "moderne Marketing-Disziplin, die mit hochwertigen Inhalten den Kontakt zu potentiellen Käufern ermöglicht". Was ich mich dabei Frage: Ist das wirklich neu, oder beschreibt der Begriff nicht einfach ein zeitgemäßes PR-Verständnis? Anhand einiger Eckpunkte will ich den Zusammenhang zwischen Content Marketing und PR deutlich machen und ein paar Beispiele für diese Marketingform geben.

1. Inhalte statt Werbung / 2. Kompetenz statt Versprechungen / 3. Crossmediales Denken / 4. Content Marketing ist SEO / 5. Story statt Marke.

Den Artikel von **Rico-Thore Kauert** in seinem Blog "[PRonline.de](#)" am 26. Februar hier [weiterlesen](#).

Bildung

Förderung von Master- und Doktorarbeiten

Eine internationale Pressemitteilung muss lesenswert sein, Nachrichtenwert besitzen und weltweit funktionieren. Zum Verfassen solcher Meldungen müssen PR-Verantwortliche interkulturelle Unterschiede identifizieren und überwinden. Eine aktuelle Untersuchungsreihe des Passauer Beratungsunternehmens für interkulturelle Fragen, ICUnet AG, und der Kölner Agentur PR People liefert jetzt erste Ergebnisse über Pressemitteilungen im Spannungsfeld interkultureller Unterschiede. Gemeinsam fördern

die ICUnet.AG und PR People Abschlussarbeiten, die kulturelle Besonderheiten untersuchen – zunächst am Beispiel der B2B-Kommunikation globaler Technologiekonzerne und international agierender Mittelstandsunternehmen aus Transport, Logistik und Mobilität.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Masterstudiengang Communication Management in Leipzig: Bewerbungsverfahren eröffnet

Der Startschuss für das Bewerbungsverfahren um einen Platz im Master Studiengang Communication Management der Universität Leipzig ist gefallen. Voraussetzungen für die Teilnahme sind ein abgeschlossenes kommunikationswissenschaftliches Erststudium und erste Praxiserfahrungen im PR-Beruf. Das Studium vermittelt in vier Semestern theoretische Grundlagen, praxisrelevante Anwendungen und aktuelle Forschungsthemen in den Bereichen Strategisches Kommunikationsmanagement, Empirische Kommunikationsforschung und Internationale Kommunikation. Das Bewerbungsverfahren umfasst zwei Teile: Erstens eine erfolgreiche Teilnahme an der zweistufigen Eignungsprüfung, für die die schriftlichen Unterlagen ab sofort bis zum 31. Mai 2013 beim Institut einzureichen sind. Zweitens die Bewerbung um den Studienplatz beim Studentensekretariat der Universität Leipzig zwischen dem 1. und 31. Mai. Das gebührenfreie Studium startet im Oktober 2013. Umfassende Informationen und eine PDF-Broschüre zum Download finden sich im Internet unter www.communicationmanagement.de

Bildung compact (1) (09. KW-2013)

1. Der erste CAS Interne/HR-Kommunikation unter Eigenregie der **HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich** ist abgeschlossen. Insgesamt elf Absolventinnen und Absolventen haben am 28. Februar 2013 ihr Certificate of Advanced Studies (CAS) erhalten. Die HWZ

hat den Studiengang im Sommer 2012 vom **Schweizerischen PR-Institut (SPRI)** übernommen. Den besten Abschluss erzielte **Isabelle Kieser**, ABB Schweiz.

Studien

Weltweit größte Kommunikations-Umfrage gestartet

Der „European Communication Monitor“ ist online. Im Rahmen der weltweit größten Branchenumfrage werden aktuelle Herausforderungen und künftige Trends des europäischen Kommunikationsmarktes ermittelt. Befragt werden Kommunikationsexperten aus ganz Europa. Bis Ende März ist die Umfrage unter www.communicationmonitor.eu abrufbar. Verantwortlich für die Umfrage ist die EUPRERA (European Public Relations Education and Research Association), ein Zusammenschluss von Wissenschaftlern aus den Bereichen PR und Unternehmenskommunikation. Die aktuelle Umfrage wird von elf renommierten europäischen Universitäten und der European Association of Communication Directors (EACD) gemeinsam durchgeführt. Kooperationspartner ist mit Ketchum Pleon, eine der weltweit führenden Kommunikationsagenturen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Effizienz und Flexibilität: Was Kunden von ihren Agenturen erwarten

Um nicht nur selbst in Zukunft gefragt zu sein sondern vor allem auch, um ihre Kunden zukunftsfähig zu machen, müssen Agenturen in erster Linie effizient und flexibel sein. Das ist das Kernergebnis einer aktuellen Studie von Facit Research. Das Marktforschungsunternehmen der

Serviceplan Gruppe fragte dabei auch nach, wie gut diese Ansprüche bereits erfüllt werden. Was die künftigen Herausforderungen für Agenturen aus Sicht der Kunden sind, hat Facit Research jetzt mittels einer Online-Studie unter 154 Marketingentscheidern erhoben. Der Großteil der befragten Geschäftsführer und Marketingleiter stammt aus den Branchen IT & Telekommunikation (16 Prozent), Handel (12 Prozent) sowie Finanz- und Versicherungswesen (zehn Prozent). Die Hälfte der Unternehmen arbeitet dabei im Lead mit einer klassischen Werbeagentur zusammen, immerhin ein Viertel mit einer digitalen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien compact (1) (09. KW-2013)

1. **Kunden** sind vor allem dann wirtschaftlich attraktiv für Unternehmen, wenn sie nicht nur hochzufrieden, sondern auch **emotional gebunden** sind. Das ist das Ergebnis einer groß angelegten **Online-Studie**, für die das Mainzer Marktforschungsinstitut Forum! insgesamt 3112 Personen zu Unternehmen aus zehn B2C-Branchen befragt hat. Demnach wirkt eine enge Bindung an ein Unternehmen in vielen Fällen stärker als die Meinungen aus dem sozialen Umfeld: So geben vier von fünf Fans an, auch dann nicht den Anbieter wechseln zu wollen, wenn ihnen Freunde oder Bekannte von diesem abraten würden. Forum! ist spezialisiert auf die Analyse und Optimierung des Beziehungsmanagements.
- [Mehr](#)*

Termine

Digital Marketing- und Media-Gipfel im Mai in Hamburg

„360 Grad Social Media Experience“ heißt das Schwerpunktthema beim Digital Marketing & Media Summit am 15. und 16. Mai in Hamburg. Beim diesjährigen Gipfel diskutieren Experten und

Projektverantwortliche aktuelle Trends und Erfahrungswerte rund um digitale Strategien in der Kommunikation und im Marketing. Im Mittelpunkt steht die Diskussion von 360 Grad Ansätzen, die die Interaktion und Diskussion mit dem Kunden im Internet und auf sozialen Medien strategisch verstehen und die daraus gewonnenen Erkenntnisse für die Aussteuerung dieser Aktivitäten ganzheitlich über alle Kanäle nutzen. Auf der Veranstaltung werden Projekterfahrungen diskutiert zum digitalen Storytelling, zum Brand-Engagement-Management und zum digitalen Kundenservice-Management, deren Ziel es ist, eine ganzheitliche „Social Experience“ zu schaffen. Informationen zur Konferenz finden Sie unter: www.d2m-summit.de. PR-Journal-Leser, die bei der Anmeldung den Code prjournal15 unter <http://www.d2m-summit.de/anmeldung> eingeben, erhalten einen Rabatt in Höhe von 15 Prozent auf den Teilnahmepreis.

Kongress für Medienbeobachter

Medienbeobachtung, aber auch Suchmaschinenoptimierung durch PR, Kommunikationscontrolling und Meinungsforschung gewinnen rasant an Bedeutung in Zeiten des „digitalen Wandels“. Entsprechend viel Bewegung gibt es bei den Medienbeobachtern: Der Markt wächst nicht nur quantitativ sondern auch qualitativ. Und in den Fokus rückt immer stärker die Frage, was wirklich relevant ist in der Ergebnisflut der Medienbeobachtung, und was zum Erfolg der Unternehmenskommunikation beiträgt. Einen Überblick über innovative Anbieter und ihre „Best Practices“, ausgereifte Fallstudien, aktuelles Know-How und Forschungsergebnisse bietet der 4. Deutsche Medienbeobachterkongress am 29. April 2013 in der Messe Düsseldorf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (3) (09. KW-2013)

1. Unter der Überschrift „Shitstorm: Chancen und Risiken der Sozialen Netzwerke“ lädt der Fachausschuss Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Journalistenverbandes NRW zu seinem 3. MediaMeeting nach Duisburg ein. Am 21. März berichten drei Experten anhand von Beispielen, wo die Chancen und Risiken der Sozialen Netzwerke im Krisenmanagement liegen und wie diese das tradierte Krisenmanagement verändert haben. Podiumsteilnehmer sind Anja Beckmann, Autorin der DVD Facebook-Marketing, Agenturinhaberin Red Mod Communications (Köln) und PR-Journal-Autorin, Alexander Güttler, Präsident der Gesellschaft PR-Agenturen und CEO der Agentur Komm.Passion (Düsseldorf), und Frank Kopatschek, Kommunikationsleiter der Stadt Duisburg. Die Veranstaltung beginnt um 18.00 Uhr im Konferenzzentrum „Der kleine Prinz“. Anmeldung an e.wuehle@gmx.de.
2. Die **DPRG-Landesgruppe NRW** lädt ein zum **PR-Talk** nach Essen am **21. März**. Den Frauen der DPRG-Mitglieder stellt sich an diesem Tag **Alexander Jobst, Vorstand Marketing beim FC Schalke 04**. Jobst nimmt eine Einordnung vor, wie sich Schalke 04 im Spannungsfeld zwischen Markenkern, Kommerzialisierung und Ligaerfolg in diesem Jahr positionieren kann. Die Veranstaltung findet statt im Sheraton Hotel, sie beginnt um 19.00 Uhr. Die DPRG bittet ihre Mitglieder, die Online-Anmeldung unter <http://www.otseinladung.de/event/bc024fe160> bis zum 18. März zu nutzen. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt und richtet sich nach dem Eingang der Anmeldungen.
3. Bereits zum fünften Mal veranstaltet die **Kölner Journalistenschule** in diesem Jahr den **Tag des Wirtschaftsjournalismus**. In diesem Jahr steht der Kongress unter der Überschrift: „Wir können auch anders - Wirtschaftsjournalismus im Medienwandel“. Redner in diesem Jahr sind unter anderem Bundesbankpräsident Jens Weidmann, der US-amerikanische Medienanalyst und Buch-Autor Ken Doctor, Ellen Ehni (Wirtschaft und Recht beim WDR), Heike Göbel (Wirtschaftspolitik FAZ), Lutz Knappmann (SZ Online) und Roland Tichy (Wirtschaftswoche). Das aktuelle Programm für die Veranstaltung am **13. März in Köln** finden Sie [hier](#).

Tipps

PR-Blogger: Wieviel Rechtskenntnisse brauchen PR-Praktiker?

Wer gut kommunizieren will, muss wissen, wann, wie und wo er überhaupt kommunizieren darf. Studien zeigen, dass Rechts-Kenntnisse in der PR – wenn überhaupt – nur mittelmäßig verbreitet sind. Und das, obwohl Kommunikation nicht im rechtsfreien Raum stattfindet. Ein Forschungsprojekt an der Universität Leipzig versucht nun herauszufinden, wie viel Recht tatsächlich im Berufsalltag der Kommunikatoren vorkommt.

Verhältnis zwischen PR-Praktikern und Juristen

Die einen wollen Kommunikation. Sie mögen Transparenz. Sie wollen möglichst viel wissen und überall dabei sein. Sie müssen frei sein, wie ein Vogel. Die Anderen behalten lieber den Boden unter ihren Füßen. Sie wollen lieber nicht die Kontrolle zu verlieren. Sie kommunizieren nur das Notwendigste; aber wenn, dann nur wenig und leise. Sie sind sich der Risiken bewusst und „zocken“ nicht. So könnte man grob Juristen und PR-Praktikern in zwei verschiedene Schubladen stecken.

Den Artikel von **Stefan Schicker in Klaus Ecks Blog "PR-Blogger"** am 26. Februar hier online weiterlesen.

Tipps compact (1) (09. KW-2013)

1. Die Bonner **Telekom** hat Großes vor: Ab dem kommenden Sommer will sie mit dem **WLAN-Netzbetreiber Fon** kooperieren und unter dem Produktnamen "**WLAN To Go**" bis 2016 **2,5 Millionen Hotspots** anbieten. Wie [golem.de berichtet](#), integriert sie dazu die Fon-Software in ihre eigenen Router. Künftig soll so jeder Router, den die Telekom ausliefert, Fon unterstützen, so dass der Router neben dem privaten WLAN auch ein halböffentliches WLAN für

registrierte Nutzer von „WLAN To Go“ anbieten kann. Der eigene Breitbandanschluss wird so geteilt, soll aber nicht langsamer werden, da die fremden WLAN-Kunden nur freie Kapazitäten nutzen. Das neue WLAN-Angebot soll die bisher verfügbaren mobilen Angebote ergänzen. So will die Telekom dem steigenden Bedarf an mobiler Bandbreite gerecht werden.

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter März 2013

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). Im Februar 2013 wurden 4.433 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 13.931 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter" informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen/Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 37.349 Besucher im Februar 2013, 41 neue Jobangebote

Die **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin bilanzierte für das "**PR-Journal**" im Februar 2013 insgesamt 37.349 Besucher. Knapp 45 Prozent der Besucher starten ihre PR-Journal-Durchsicht auf den Seiten der PR-Jobbörse. IVW errechnete insgesamt einen **Tagesdurchschnitt von 1.334 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,6 Seiten an - daraus errechnen sich 95.912 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet.

Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im Februar eine Besuchszeit je Visit von 12:54 Minuten festgestellt. 58 Prozent waren neue Besucher - 53,1 Prozent kamen über Suchmaschinen auf die Homepage, 22,7 Prozent waren direkte Zugriffe und 12,5 Prozent erreichten das "PR-Journal" über Verweise in anderen Internetseiten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 2 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (75)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- [Berater \(m/w\), München und Hamburg](#)
- [PR-Redakteur \(m/w\) Schwerpunkt Finanzen/Versicherungen](#)
- [Junior-Berater/in, Hamburg](#)
- [Manager Public Relations regional \(w/m\), Mannheim](#)
- [PR-Berater \(m/w\) mit „gesundem“ Menschenverstand, Hannover](#)
- [Kampagnenerfahrene/n Projektleiterin/Projektleiter \(Vollzeit\), Köln](#)

- [PR-Berater / PR-Juniorberater \(m/w\), München](#)
- [PR-Berater und Fachjournalisten mit Architekturaffinität oder Architekten mit Sprachkompetenz, Filderstadt](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [Strategieberatung sucht PR-Redakteur/in](#)
- [Grayling Frankfurt sucht PR-Berater](#)
- [PR-Berater\(in\) / Kommunikationsmanager\(in\), Hannover](#)
- [PR-Berater/in Unternehmenskommunikation, Berlin](#)
- [Hamburger PR-Agentur sucht Junior PR-Berater und PR-Berater \(m/w\)](#)
- [PR Account Manager \(w/m\) für Tourismus-PR, Hannover](#)
- [PR- und Corporate Communications Manager \(w/m\), München](#)
- [Account Manager PR \(m/w\) für Lifestyle Kommunikation, Hamburg](#)
- [PR Assistent Mode/Lifestyle \(m/w\), München](#)
- [PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [Senior Berater / Unit Manager \(m/w\), Wiesbaden](#)
- [red roses communications sucht Junior-PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [Kölner PR-Agentur VOCATO sucht PR-Berater/-in zum 1. April](#)
- [Senior PR Berater\(in\), München](#)
- [Berater \(w/m\) für Consumer PR Schwerpunkt Consumer Electronics/Telekommunikation, Köln](#)
- [Medienkontakter/in Schwerpunkt Markenkommunikation, Hamburg](#)
- [PR Junior Berater\(in\), Düsseldorf](#)
- [PR Junior-Projektleitung, Berlin](#)
- [MediaCompany - Agentur für Kommunikation GmbH sucht Berater, Texter, Konzeptioner \(m/w\)](#)
- [PR-Trainee \(m/w\) / Juniorberater \(m/w\) Healthcare, Eltville](#)
- [PR-Berater \(m/w\) Schwerpunkt Healthcare, Hamburg](#)
- [Erfahrene\(r\) PR-Berater\(in\), Ingolstadt](#)
- [PR-Berater \(m/w\), Raum Rhein-Main](#)
- [Junior-PR-Berater / PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [Senior-PR-Berater/in aus Leidenschaft für Agentur in Stuttgart](#)
- [Citigate Frankfurt sucht ab sofort Junior Consultant Financial Services](#)

Unternehmen

- *Mitarbeiter/in Unternehmenskommunikation (in Teilzeit, 20 Std./Woche), Bremen*
- *Junior Manager Communications (m/w) Produkt-PR*
- *Head Of Corporate Communications (m/w), München*
- *Press & PR Officer (m/f), Berlin*
- *(Jr.) Social Media Manager (m/w), Berlin*
- *Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit, Frankfurt a.M.*
- *Leitung PR Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (m/w) für den Bereich Unternehmenskommunikation, Braunschweig*
- *Vielseitiger Textprofi (m/w), Stuttgart*
- *Pressesprecher (m/w) für den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Braunschweig*
- *Manager Corporate Communications (w/m), Köln*
- *PR Manager On- und Offline (m/w), München*

Verbände (Non-Profit)

- *Projektmanager (m/w) Digital, Frankfurt a.M.*
- *Deutscher Marketing-Verband sucht Junior Referenten/in Kommunikation (m/w), Düsseldorf*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 04. März 2013 um 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.124 Empfänger** versandt.

Impressum



Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
 Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer , Siegburg
 Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Anja Beckmann (ab), Köln (beckmann[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Thomas Dillmann, Bad Honnef (dillmann[at]pr-journal.de); Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; RA Rainer Rothe, Hamburg (rothe[at]wanke-rothe.de) – Rubrik „Rothes Rechts-Rubrik“; Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Schebens Karriererat"; Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Riccardo Wagner, Köln (wagner[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Ressort: "Reputation Management".

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview": Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Kartte und Gunter Ortlieb (info[at]k1-agentur.de).

Rubrik "PR-Websitecheck": N.N.

Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine": Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

Korrespondenten: Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (public.relations[at]achelis.com);

München/Oberbayern: Frederic Sturm, München, (muenchen[at]pr-journal.de);
Düsseldorf/Rhein-Ruhr: Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept (fuerstenberg[at]pr-journal.de); **Berlin/Potsdam:** Birgit Grigoriou, Berlin (grigoriou[at]pr-journal.de);
Hamburg/Norddeutschland: Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation (weinberg[at]pr-journal.de);
Frankfurt/M./Rhein-Main: N.N.; **freie Themenwahl:** Sascha Stoltenow, Waldems (Bendler-Blog) (stoltenow[at]pr-journal.de).

Rezensionen: Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg (mavridis[at]pr-kanzlei.de); Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach (ulrike.mellenthin[at]pr-journal.de); Manfred Piwinger, Wuppertal (consultant[at]piwinger.de); PR PLUS, Heidelberg (Koordination: Simone Heinrich (simone.heinrich[at]prplus.de)).

Die Gesichter zu den Namen der "Mitmacher" in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir auf unserer neuen [Serviceseite](#) dokumentiert.

Autoren 2012/2013: siehe [Impressum](#) auf der Homepage

Marketing - MediaService -Anzeigen-/Banner-Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (s.u.), E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de.

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)160 9463.57.77

E-Mail: redaktion[at]pr-journal.de,
gerhard[at]pfeffer.de

URL: <http://www.pr-journal.de>; <http://www.pr-journal.at>; <http://www.pr-journal.ch>; <http://www.pr-journal.com>; <http://www.pr-journal.info>;

<http://www.pr-journal.net>;
<http://www.agenturcafe.de>; <http://www.neues-prportal.de>.

Laufend neue Informationen und Meldungen aus der Kommunikationsbranche finden Sie wie immer auf unserer Homepage

- und auch bei Twitter: [@prjournal](#) und [@prjobboerse](#)
- sowie auf unseren Fanseiten bei Facebook: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- auch bei Google+: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- und bei [Pinterest](#)

Und schauen Sie doch auch mal auf unsere anderen Internetangebote:

- Jobangebote und -gesuche: [PR-Jobboerse](#)
- PR-Datenbank [Agenturen](#)
- PR-Datenbank [Dienstleister](#)
- PR-Datenbank [Ausbilder](#)
- PR-Datenbank [PR-Ranking](#)
- PR-Datenbank [PR-Termine](#)