

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 374 / 11. KW 2013

PR-Ranking 2012: Der Termin für die Abgabe der Meldungen zum PR-Ranking 2012 wurde **bis zum 27. März verlängert**. Bis jetzt haben 101 Agenturen und Berater ihre Daten übermittelt. Wer noch teilnehmen möchte, kann sich den **PDF-Fragebogen** hier herunterladen:

<http://datenbanken.pr-journal.de/images/stories/ranking/fragebogen%20opr-ranking%202012.pdf>.

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 374. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 61 Einzelmeldungen):

1. *Internationaler Preis für Kommunikationsforscher aus Sachsen*
2. *Neue Dachmarke für Heidelberger PR-Ausbilder*
3. *Ketchum Pleon und Tasso Enzweiler gehen künftig getrennte Wege*
4. *Führungswechsel bei PR-Studenten in Hannover*
5. *Personalien compact - Sonstige (10) (11. KW-2013)*
6. *Personalien compact - Unternehmen (6) (11. KW-2013)*
7. *Personalien compact - Agenturen (4) (11. KW-2013)*
8. *Etats compact (21) (11. KW-2013)*
9. *Marken-Award 2013 vergeben*
10. *Vorsicht Buch!*
11. *Branche compact (2) (11. KW-2013)*
12. *121 Beschwerden: Presserat rügt Veröffentlichungen von Fotos - Schwere Verstöße gegen Opferschutz*
13. *Berdi nicht mehr Chefredakteur der „Absatzwirtschaft“*
14. *Medien compact (1) (11. KW-2013)*
15. *Twitter dominiert Social Media Kommunikation zur ITB*
16. *Studie: Die Deutschen im Social Web*
17. *Social Media compact (7) (11. KW-2013)*

18. *Firmen tricksen für bessere Reputation: Der große Pfusch bei Kundenbewertungen*
19. *Compliance-Policy fördert nachhaltigen Unternehmenserfolg*
20. *Winterkorn mit bester CEO-Reputation*
21. *GfK-Studie: Absage an Greenwashing*
22. *CSR Berichterstattung: GRI und IIRC vereinbaren intensivere Zusammenarbeit*
23. *CSR compact (3) (11. KW-2013)*
24. *Haftet die PR-Agentur für die Rechtmäßigkeit der PR-Inhalte?*
25. *Gericht: Unser Ostermenu – der Hauptgang (Lammcarrée unter der Senfkruste mit Rucola-Risotto)*
26. *Bildung compact (1) (11. KW-2013)*
27. *Marken profitieren von digitaler Crossmedia-Strategie*
28. *Termine compact (5) (11. KW-2013)*
29. *Tipps compact (1) (11. KW-2013)*
30. *Jobbörse*
31. *Impressum*

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site

Ihr Gerhard A. Pfeffer + das PRJ-Team

Seite 1

Internationaler Preis für Kommunikationsforscher aus Sachsen

Über eine hohe internationale Auszeichnung freuten sich Ansgar Zerfaß, Kommunikations-Professor an der Universität Leipzig und Dana Melanie Schramm von Seedmatch, einer Dresdner Crowdfunding-Plattform für Startups. Die beiden Wissenschaftler haben den Jackson-Sharpe-Award für die beste gemeinsame Forschungsarbeit von Wissenschaft und Praxis und einen Top-Paper-Award erhalten. Sie wurden im Rahmen der International Public Relations Research Conference in Miami, die als wichtigste jährliche Fachtagung der PR-Wissenschaft gilt, für ihre Kommunikationsforschung mit zwei Preisen und insgesamt 3.000 US-Dollar geehrt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Dachmarke für Heidelberger PR-Ausbilder

Die Aus- und Weiterbildungsinstitute Öffentlichkeitsarbeit.de und PR plus haben ihre Angebote erweitert und neu strukturiert: Unter der Dachmarke „Initiative Kommunikation Heidelberg“ bieten sie ab sofort neben dem Aus- und Weiterbildungsgeschäft auch die Bereiche Vermittlung, Coaching und Consulting an. Dabei bauen die Heidelberger auf ihre fast 25-jährige Erfahrung und ihr gewachsenes Netzwerk auf. „Unsere Kompetenz im Kommunikationsbereich bildet das Fundament, das unser erweitertes Angebot trägt. Neben dem Aus- und Weiterbildungsprogramm bieten wir jetzt auch Einzel- und Gruppencoaching für Kommunikationsfachleute sowie strategische Beratung zu speziellen Aufgaben und Themen an“, erklärt Marco Bergandi, geschäftsführender Gesellschafter beider Häuser.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Ketchum Pleon und TassoENZweiler gehen künftig getrennte Wege

Mit Wirkung zum 1. Mai 2013 wird TassoENZweiler (49), bislang verantwortlich für den Standort Düsseldorf, die Agentur Ketchum Pleon Deutschland verlassen.ENZweiler wird sich beruflich neu orientieren. Die künftige Standortleitung ist bereits geregelt und wird Anfang April agenturintern neu besetzt.ENZweiler kam im Juli 2011 von Hering Schuppener zu Ketchum Pleon, um als Managing Director den Standort Düsseldorf und das Thema Finanzkommunikation nachhaltig weiterzuentwickeln. Aus Branchenkreisen wird von schweren Differenzen über Planung und Umsetzung der PR-Arbeit berichtet. Weitere



Stationen waren die INSM in Berlin und Berolina PR sowie die Redaktionen von FTD, Welt, Capital und Manager Magazin.

Führungswechsel bei PR-Studenten in Hannover

Nina Krake (24), Lan Anh Nguyen (21), Julia-Maria Blesin (24) und Christian Thorens (30) sind die neuen Vorstandsmitglieder des Public Relations Studenten Hannover e.V., PRSH. Die Vereinigung der Journalismus- und PR-Studenten auf der Expo Plaza wurde bisher von Joana Witt, Fabian Radix, Nora Zumdick und Tom Lueke geführt. Der gemeinnützige Verein fördert seit vier Jahren die Lehre in der PR durch die Organisation von Fachvorträgen, Exkursionen und sieht sich auch als Alumni-Organisation aller hannoverschen PR-Studenten. Nina Krake, Vorsitzende des Vorstands: „Der PRSH schlägt eine Brücke zwischen Lehre und Wirtschaft und bietet den Studierenden Chancen, sich mit PR-Professionals zu vernetzen.“ [Weitere Informationen auf der Webseite des Vereins.](#)

Personalien compact - Sonstige (10) (11. KW-2013)

1. **Peter Limbourg** (52) wird neuer Intendant der Deutschen Welle (DW). Das gab der Vorsitzende des Rundfunkrates, **Valentin**

Schmidt, nach der Sitzung des Aufsichtsgremiums am 15. März in Berlin bekannt. Der 17-köpfige Rundfunkrat habe den derzeitigen Informationsdirektor von ProSiebenSat.1 TV Deutschland auf Vorschlag einer Findungskommission im ersten Wahlgang mit großer Mehrheit (14 Ja-Stimmen, eine Nein-Stimme, zwei Enthaltungen) zum Nachfolger von **Erik Bettermann** (68) gewählt, so Schmidt. Die Amtszeit von Bettermann endet am 30. September. Er steht seit 2001 an der Spitze des deutschen Auslandssenders und hat dessen Neuausrichtung geprägt.

2. **Constanze Buck** (30) verstärkt als PR Coordinator Kids Networks seit dem 14. März die Kommunikation der Unterhaltungssparte von Turner Broadcasting System im deutschsprachigen Raum. In ihren Aufgabenbereich fallen die Kommunikationsmaßnahmen für die Pay-TV-Sender Cartoon Network, Boomerang und die Vorschulmarke Cartoonito. Buck wechselte von der Münchner PR-Agentur White Hart Popular Group zu Turner. Zuvor arbeitete sie für F&H Public Relations, Porter Novelli.
3. **Wolfgang Kuhlmann** (28) ist seit Dezember neuer Geschäftsführer beim Nawito-Verlag in Gelsenkirchen. Zuvor war er in verschiedenen Positionen bei in BASF in Ludwigshafen: Kuhlmann war zuletzt Exhibition Manager im BASF Visitor Center, davor Manager Corporate Publications und Trainee im Bereich Corporate Communications und Governmental Relations.
4. **Stefan Hirsch** ist seit Anfang März der Nachfolger von Oliver Wagner als Kommunikationschef der Sozialdemokratischen Partei Österreich (SPÖ). Hirsch hat langjährige Erfahrungen in der Politik gesammelt. Zuvor war er zweimal Pressesprecher des Bundesministeriums für Landesverteidigung und zwischenzeitlich von Bundeskanzler **Alfred Gusenbauer**. In seiner neuen Funktion berichtet Hirsch an die beiden Bundesgeschäftsführer **Norbert Darabos** und **Laura Rudas**.

komm.passion



5. **Melanie Schindler** (30) ist bereits seit dem 1. November Membership-PR-Managerin beim Berlin Capital Club. Zuvor war sie in der Unternehmenskommunikation von Fleurop und als PR-Trainee bei Häberlein & Maurer tätig. Sie folgte auf **Ortrud Hinkel**, die seither freiberuflich tätig ist. Schindler berichtet an Assistent Club Manager **Manuel Handlechner** und Regional Manager **Manfred Gugere**.
6. **Christoph Grosjean-Sommer** (45) ist seit dem 1. März Kommunikationsverantwortlicher für die „Schweizer Pärke“, das Netzwerk der National-, Natur- und Erlebnisparks im Land der Eidgenossen in Bern. Die Position wurde neu geschaffen. Grosjean berichtet an den Sektionschef Landschaftsqualität und Ökosystemleistungen, **Matthias Stremow**. „Schweizer Pärke“ werden vom Bundesamt für Umwelt in Bern unterstützt. Zuvor war Grosjean-Sommer seit 2004 Pressesprecher der Schweizer Milchproduzenten.
7. **Gabriele-Aisha Bichler** (40) ist bereits seit dem 1. Oktober 2012 die Verantwortliche für PR und Spenderkommunikation bei der Patientenorganisation Debra Austria in Wien. Sie wurde Nachfolgerin von **Patricia Santo-Passo**, die das Unternehmen verlassen hat. Bichler berichtet an Geschäftsführer Rainer Riedl. Bickler kam von Horizont 3000 der österreichischen Organisation für Entwicklungszusammenarbeit, wo sie seit 2003 tätig war. Ebenfalls neu bei Debra Austria ist **Sandra Eder** (30), die seit dem 1. Januar für die Firmenkooperation und Kommunikation des Unternehmens zuständig ist. Sie wurde Nachfolgerin von **Ulla Epler**, die bei Herzkinder Österreich den Bereich Kommunikation und Marketing, Projektleitung und -betreuung übernommen hat.

8. **Daniel Hitzig** wird ab dem 1. September neuer Leiter der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit der Alliance Sud. Alliance Sud ist die gemeinsame entwicklungspolitische Lobbyorganisation der sechs großen Schweizer Hilfswerke mit Sitz in Bern. Er wird Nachfolger von **Pepo Hofstetter**, der zur Gewerkschaft Unia geht. Hitzig war seit 1986 als Redakteur, Produzent und Projektverantwortlicher in verschiedenen Unternehmenseinheiten der Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft, SRG, tätig. Zuletzt war er bei Radio SRF 1 unter anderem Gastgeber der Gesprächssendung „Persönlich“.
9. **Anna Keller** (31) wird zum 1. Mai Kommunikationsleiterin des Wirtschaftsverbandes für die digitale Schweiz (Swico) in Zürich. In der neu geschaffenen Funktion ist sie für den Ausbau der integrierten Kommunikation des Wirtschaftsverbandes verantwortlich und als Pressesprecherin tätig. Keller kommt von Microsoft Schweiz, wo sie seit 2008 in der Presseabteilung beschäftigt ist.
10. **Tobias Kaufmann** (36) wird Nachfolger von **Gerd Koslowski** als Leiter der Abteilung Medien und Kommunikation beim Fußball-Zweitligisten 1. FC Köln. Kaufmann wird seine neue Position am 1. Juni antreten. Bis dahin wird er noch seiner Aufgabe als Chef vom Dienst beim „Kölner Stadt-Anzeiger“ nachgehen. Kaufmann wird direkt an FC-Köln-Geschäftsführer **Alexander Wehrle** berichten. Seit 2006 war er beim „Kölner Stadt-Anzeiger“, wo er unter anderem Leiter der Online-Redaktion war.

Personalien compact - Unternehmen (6) (11. KW-2013)

1. **Sophie Guggenberger**, Head of Communications & Public Relations beim Schnäppchenportal Groupon in Berlin, verläßt nach einer Meldung des Branchendienstes "PR Report" nach zweieinhalb Jahren das Unternehmen. Sie kam vom Holtzbrinck-Verlag

7. Fachtagung 25.-26. April 2013 - Berlin

KRISENKOMMUNIKATION
STRATEGIEN UND TOOLS IM LEBENSZYKLUS DER KRISE

Pferdefleischskandal & Plagiatsaffäre:
Krisen sind ein hochaktuelles Thema. Die 7. Tagung Krisenkommunikation zeigt, wie Sie in Krisenzeiten erfolgreich kommunizieren.

Referenten (u.a.): Alexandra Bufe, Ergo Versicherungen
- Dr. Stefan Hartwig, Karstadt - Patrick Kammerer, Coca-Cola - Thomas Voigt, Otto Group - Georg Streiter, Presse- und Informationsamt der Bundesregierung

www.tagung-krisenkommunikation.de DEUTSCHE PRESSEAKADEMIE

- ("Tagesspiegel"). Nachfolgeregelung und ihr nächstes Ziel: noch offen.
2. **Christoph Habereeder** (34) ist Nachfolger von **Angela Grundey** als Communications Director Europe bei GE Healthcare (GEHC) in München. Seine bisherigen Aufgaben als PR- und Communications Leader bei GEHC in Deutschland wird er vorübergehend noch weiterführen. Grundey hat neue Aufgaben bei GE Capital übernommen, sie arbeitet dort als Kommunikationsleiterin für Europa und Middle East. Habereeder, bereits seit 2011 bei GE, berichtet an **Jean-Michel Malbrancq**, President und Chief Executive Officer GEHC Europe, und **Jeff DeMarrais**, Chief Communications Officer von GEHC.
 3. **Mathias Brandes** (48), bereits seit 2007 Leiter Unternehmenskommunikation für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Reiseveranstalter Thomas Cook in Oberursel, hat sein Aufgabengebiet ausgeweitet. Jetzt ist er auch für die Medienarbeit im neuen Segment Continental Europe der Thomas Cook Group zuständig. Er berichtet an den Vorstandsvorsitzenden **Peter Fankhauser**. Bevor Brandes im Jahr 2006 zu Thomas

- Cook kam, war er als Redaktionsleiter bei SAT 1 tätig.
4. **Wendelin Hübner** (41) ist seit dem 1. März bei Adidas Deutschland in Herzogenaurach Nachfolger von **Hendrik Lange** als Brand PR Manager Performance für den deutschsprachigen Raum. Hübner kommt von EHL Livekommentatoren, wo er als Geschäftsführer die Webseite „marcelist-reif.de“ betreut hat. Zuvor war er Chefredakteur beim Laufportal „Achim-Achilles.de“. Bei Adidas berichtet er an **Oliver Brügggen**, Director PR Market Central. Lange hat das Unternehmen verlassen.
 5. **Manuela Höhne** (44) leitet seit dem 1. März die Media Relations beim Automobilhersteller Bugatti in Molsheim (Frankreich). Sie ist damit Nachfolgerin von **Emanuela Wilm**, die als General Manager Marketing, Events and Customer Relationship in den USA für das Unternehmen tätig ist. Höhne bringt Automobilerfahrung mit. Zuvor war sie bereits bei Aston Martin und beim Verband der Automobilindustrie Pressesprecherin. Bei Bugatti berichtet sie an **Wolfgang Glabus**, Direktor Kommunikation.
 6. **Christof Birringer** (43) folgt **Nikolaus Reichert** als Leiter der Kommunikation bei der Škoda Auto Deutschland GmbH. Am 1. April übernimmt Birringer die Aufgaben von Reichert, der nach 15 Jahren in dieser Funktion mit Vollendung seines 64. Lebensjahres in Ruhestand gehen wird. Birringer ist schon seit vielen Jahren in der Automobilindustrie tätig. Zuletzt war er Leiter der Produkt- und Markenkommunikation bei Opel.

Personalien compact - Agenturen (4) (11. KW-2013)

1. **Frederik Barnard** wurde neuer Geschäftsführer von K 12 Agentur für Kommunikation und Innovation in Düsseldorf. Er hat seine Münsteraner Agentur FBKB aufgelöst und betreut



- seine Kunden bei K12 weiter. Bernard wird sich daneben als Publishing- und Online-Experte vor allem um die Weiterentwicklung des digitalen Publishings kümmern.
2. **Markus Schmid** (39) wird neuer IT-Fachredakteur bei der Agentur PR-Com in München. Der Diplom-Historiker kommt von der Stuttgarter Agentur PRX.
 3. **Michael T. Schröder** wird Nachfolger des Holländers **Cas Jenster** als Präsident des globalen Kommunikationsnetzwerks IPREX. Für den Zusammenschluss der inhabergeführten Agenturen übernimmt Schröder die Aufgabe für die Region EMEA. Bereits seit Oktober 2011 war Director Business Development Worldwide bei IPREX. Im Hauptberuf ist er seit Mai 2007 Geschäftsführender Inhaber der Wbpr Public Relations in Berlin, die im vergangenen Jahr zur Orca Affairs GmbH, Berlin, wurde.
 4. **Stefan Karpenstein** (42) ist seit Mitte Februar PR-Senior-Berater bei der GIW Gesellschaft für Informationen aus der und für die Wirtschaft mbH in Essen und unterstützt dort das PR-Team unter der Leitung von Geschäftsführer **Ralf Wallbruch**. Karpenstein wechselt mit diesem Schritt auf die Agenturseite. Zuvor war er für Ströer und die DB AutoZug GmbH tätig.

Etats

Etats compact (21) (11. KW-2013)

1. Asklepios Fachkliniken München-Gauting (größte Lungenklinik Bayerns)
was: Presse- und Medienarbeit, PR-Beratung
an: **Weimer & Paulus**, Agentur für Media, Design und Kommunikation, Dachau
2. Footware Label Boombuz (Schuhe aus 100 Prozent Natur), Wien
was: Öffentlichkeitsarbeit
an: **Greenside PR**, München
3. Bundesvereinigung Logistik (BVL), Bremen
was: Kommunikationsberatung und Medienarbeit
an: **wbpr_Kommunikation**, Unterföhring
4. Deutscher Kniggebund e.V., Nürnberg
was: Pressearbeit, Fachveranstaltungen
an: **Agentur Bonne Nouvelle**, Bonn
5. Business-Netzwerk LinkedIn, Mountain View (USA)
was: PR in der DACH-Region
an: **Hotwire PR**, München
6. Thurgauer Hauseigentümergeverband, Amriswil (Schweiz)
was: Redaktion des Magazins "Thurgauer Hauseigentümer"
an: **Salcom.Biz Public Relations**, Bischofszell (Schweiz)
7. Modeunternehmen Tanzmuster OHG, München
was: Strategische Marketing- und Unternehmenskommunikation
an: **Marketing- und PR-Agentur Comprisma**, München
8. Baustoffhersteller KLB Klimaleichtblock, Andernach
was: Imagepflege, Produkt-PR und Nachhaltigkeitskommunikation
an: **Dako PR GmbH**, Leverkusen
9. Online-Marktplatz Auxmoney GmbH, Düsseldorf
was: Relaunch der Webseite
an: **Havas PR**, Düsseldorf, in Kooperation mit **Newskontor GmbH**, Ratingen
10. a) Berlin Partner GmbH
was: Online-Redaktion für das Wissenschaftsportal Berlin Sciences
b) Hochschule Bremerhaven
was: Relaunch des Internet- und Intranetportals
c) Forschungsverbund Berlin e.V.
was: Öffentlichkeitsarbeit und Messe-PR
an: **Familie Redlich, Agentur für Marken und Kommunikation GmbH**, Berlin
11. Competence-Center für mobile Anwendungen Appseleration GmbH, Düsseldorf
was: Presse- und Medienarbeit
an: **Lewis PR**, Düsseldorf
12. Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH, Meerbusch
was: PR-Roadshow in acht deutschen Städten
an: **Kontrapunkt Agentur für Kommunikation GmbH**, Hamburg
13. Rennbahn Hoppegarten, Berlin
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **PR-Agentur Publiplikator GmbH**, Berlin
14. Brillenhersteller Rodenstock, München
was: Marken- und Produkt-PR
an: **Edelman Deutschland**, Hamburg und München
15. Messe Stuttgart
was: PR-Arbeit für die R+T (Messe für Rollläden, Tore, Sonnenschutz)
an: **Echolot Public Relations GmbH & Co. KG**, Stuttgart
16. Modelabels Topshop und Topman, London
was: B-t-B- und B-t-C-Kommunikation in Deutschland
an: **Häberlein & Mauerer**, Berlin
17. Canon Deutschland GmbH, Krefeld
was: Blogger-Relations
an: **Wildcard Communications GmbH**, Krefeld
18. Fluggesellschaft Air Baltic, Riga (Lettland)
was: PR in der D-A-CH-Region
an: **Schwartz Public Relations**, München

A&B One

19. Pumpenhersteller Watson-Marlow, Falmouth (England)
was: PR, Fachpressearbeit, Messekommunikation
an: **Komm.Passion GmbH**, Düsseldorf
20. Legoland, Billund (Dänemark)
was: Pressearbeit in Deutschland
an: **Rabach Kommunikation**, Hamburg
21. Papierverarbeitende Industrie Österreich, Wien
was: Employer Branding
an: **MarkenStern Strategic Consulting GmbH**, Wien



Branche

Marken-Award 2013 vergeben

Die Sieger des Marken-Award 2013 sind gekürt: Der Preis für die „Beste Neue Marke“ ging an Kraft Foods für die Etablierung der US-Kultmarke Bull’s-Eye in Deutschland. Der „Beste Marken Relaunch“ gelang Mattel für die erfolgreiche Neupositionierung der Spielzeugmarke Barbie. Und Rügenwalder Mühle erhielt den Award für die „Beste Marken-Dehnung“ mit der gelungenen Platzierung der Marke „Mühlen Würstchen“ als herzhaftes Snacks. Der begehrten Preise der Marketingzeitschrift „Absatzwirtschaft“ und des Deutschen Marketingverbandes (DMV) wurden Mitte März zum 13. Mal für exzellente Leistungen in der Markenführung vergeben. Rund 1.000 Gäste aus Management, Marketing, Medien und Agenturen feierten im Düsseldorfer Musical-Theater „Capitol“ die Preisverleihung im Rahmen der „Night of the Brands“.

Vorsicht Buch!

Was haben ein äußerst korrekt wirkender Herr, eine sehr blonde Dame und der Osterhase gemeinsam? Und wie sollen sie die Menschen dazu bewegen, „es“ mal wieder öfter zu tun? Alle

drei sind Protagonisten der groß angelegten „Vorsicht Buch!“-Kampagne, die es sich zum Ziel gesetzt hat, Spaß an Büchern und am Lesen zu vermitteln. Entwickelt wurde die Kampagne als Initiative der gesamten Buchbranche. Humorvoll und zum Teil überraschend warnen die Motive der Kampagne unter dem Motto „Vorsicht Buch!“ vor der Kraft, die Büchern innewohnt und neue Erlebniswelten eröffnet. Mit dem Start der Leipziger Buchmesse am 14. März wird „Vorsicht Buch!“ erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt und ist auch deutschlandweit sichtbar.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (2) (11. KW-2013)

1. K12 Agentur für Kommunikation und Innovation in Düsseldorf baut den Beratungsbereich Innovation aus: **Dafür hat die Agentur eine Schwesterfirma, das Labor für Innovation „40 Grad“, gegründet.** Das Labor unterstützt Unternehmen dabei, schneller erfolgreiche Innovationen zu entwickeln. „K12 zieht damit die Konsequenz aus der langjährigen Erfahrung, dass Innovationen nicht nur, sondern auch an der Kommunikation scheitern“, kommentiert Geschäftsführer Michael Jansen. Häufig mangle es am zielführenden Arbeiten oder der sicheren Bewertung von Innovationsvorhaben. Das Innovationslabor befähigt Unternehmen,

- flexibel und erfolgreich zu agieren, auch wenn sich das Umfeld ständig verändert.
2. **Auseinandersetzung beigelegt:** Nachdem die Kündigungsschutzklage von **Stefan Susbauer** gegen die **Oliver Schrott Kommunikation GmbH** vom Kölner Arbeitsgericht abgewiesen wurde – PR-Journal berichtete am 5. März darüber – sind beide Parteien aktiv aufeinander zugegangen, um eine Klärung herbeizuführen. Wie die „W&V“ am 14. März auf ihrer Webseite darstellt, beendeten Stefan Susbauer und Oliver Schrott Kommunikation ihre Auseinandersetzung und nahmen die gegenseitigen Vorwürfe vollständig zurück. *Lesen Sie selbst bei „W&V“.*

Medien

121 Beschwerden: Presserat rügt Veröffentlichungen von Fotos - Schwere Verstöße gegen Opferschutz

Die drei Beschwerdeausschüsse des Deutschen Presserats tagten vom 12. bis 14. März in Berlin und sprachen insgesamt acht Rügen aus, davon fünfmal gegen "Bild". "Bild Online" erhielt z.B. eine öffentliche Rüge für die Berichterstattung über ein Unfallopfer: Ein Hubschrauberpilot war über einer Autobahn abgestürzt und bei dem Unfall ums Leben gekommen. Illustriert war der Artikel mit einem Foto des Mannes, das im Stil einer Collage vor das Bild der Absturzstelle montiert war. Der Ausschuss sah darin einen schweren Verstoß gegen Ziffer 8, Richtlinie 8.1, Absatz 2 des Pressekodex. Eine weitere Rüge für die Darstellung eines Unfallopfers erhielt die "Bild"-Regionalausgabe Hamburg. Ebenfalls öffentlich gerügt wurde wiederum "Bild Online" wegen der Berichterstattung über den Tod einer 47-jährigen Frau, die als „Nymphomanin“

bezeichnet wurde.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Berdi nicht mehr Chefredakteur der „Absatzwirtschaft“

Christoph Berdi, seit 18 Jahren Mitarbeiter der Verlagsgruppe Handelsblatt, Düsseldorf, davon seit 13 Jahren als Chefredakteur der „Absatzwirtschaft“, verlässt den Fachverlag nach einer „einvernehmlichen Trennung“. In einer Pressemitteilung der Verlagsgruppe Handelsblatt werden als Gründe „unterschiedliche Auffassungen zum künftigen Kurs der Fachzeitschrift „Absatzwirtschaft““ angeführt. Ein Nachfolger steht noch nicht fest.

Medien compact (1) (11. KW-2013)

1. **Werner Bartens**, Redakteur der **Süddeutschen Zeitung** in München, hat den **Medienpreis der AHG Klinik Tönisstein**, Bad-Neuenahr, gewonnen. Der bereits mehrfach ausgezeichnete Journalist

hat am 13. März den Preis für seine umfangreiche Berichterstattung über den Zusammenhang zwischen Arbeitsbedingungen und psychischen Erkrankungen erhalten. Der Mediziner Bartens ist leitender Redakteur im Wissenschaftsressort der Süddeutschen Zeitung und schreibt regelmäßig für das SZ-Magazin. Der Tönissteiner Medienpreis wurde in diesem Jahr zum elften Mal verliehen. Ziel der Auszeichnung ist es, journalistische Berichterstattung rund um Suchterkrankungen zu fördern.

Social Media

Twitter dominiert Social Media Kommunikation zur ITB

Fast die gesamte deutsche Web 2.0-Kommunikation über die weltweit größte Tourismusbörse ITB hat auf Twitter stattgefunden. Reisejournalisten, Blogger und ITB-eigene Kanäle bildeten die zentralen Schnittstellen in der Diskussion über die ITB 2013. Das ist das Ergebnis einer Social Media Analyse zu Tourismus und ITB, die Ausschnitt Medienbeobachtung, Berlin vom 5. bis 10. März durchgeführt hat.

Tourismus ist ein Dauerbrenner in deutschen Social Media. Fast 100.000 Beiträge beschäftigten sich mit diesem Lifestyle-Thema im Zeitraum der Messe. Die ITB schafft davon rund 6.000 auf sich zu vereinen. Ihre eigenen Themen setzt die Tourismusbörse nur bedingt: 10 Prozent der ITB-Beiträge beschäftigen sich mit deren Trendthemen: Top-Themen waren hier „Mobile Travel Services“, also Apps und mobile Angebote rund ums Reisen, gefolgt von Kreuzfahrten und nachhaltigem Tourismus.

Die Studie von Ausschnitt Medienbeobachtung kann hier heruntergeladen werden.



Studie: Die Deutschen im Social Web

Wie wichtig ist den Deutschen Social Media? Das Beratungsunternehmen Roland Berger hat in der Studie *"German Social Media Report 2012/2013"* zusammen mit der Universität Münster untersucht, welche Deutschen am meisten Social Media nutzen und wie sich das auf ihr Konsumverhalten auswirkt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (7) (11. KW-2013)

1. Entweder, man findet **Til Schweiger** als **"Tatort"**-Kommissar super - oder daneben. Im Social Web wird über den neuen Kommissar dementsprechend intensiv diskutiert. Die Social-Media-Spezialisten der **Gesellschaft für Konsumforschung** (GfK) haben die Äußerungen analysiert und festgestellt, dass sich nur 26 Prozent aller Inhalte um die Handlung und das Format drehen. Zum Artikel bei wuv.de.
2. **"Give me Four für den Tierschutz!"**, so nennt sich die neue Online-Kampagne von "Vier Pfoten" anlässlich des 25jährigen

- Jubiläums der Tierschutzorganisation. Auf der [Facebook-Seite](#) können User virtuell abklatschen und ihr „Give me Four“ abgeben.
3. Neue Umfrage des **BVDW: 77 Prozent der deutschen Internetnutzer schauen Online-Videos**, 50 Prozent sehen Filme und 47 Prozent schauen bei Live-Events über das Internet zu. Hier geht's zu den [Ergebnissen](#).
 4. **Pinterest führt eigenes Analytics-Tool für Business Accounts ein**, das berichtet [Futurebiz.de](#).
 5. **Marktforscher wollen via Smartphone an Informationen:**
Marktforschungsunternehmen wie die GfK setzen große Hoffnungen in die Auswertung entstprechender Daten. Die GfK wird ihren Kunden deshalb in diesem Jahr zum ersten Mal die Erhebung und Verknüpfung von sogenannten mobilen Daten anbieten. Zum Artikel bei [lead-digital.de](#).
 6. **Studie von eMarketer und Ipsos OTX:** 48 % deutschen Internetnutzergaben an, dass sie keine Markenauftritte auf Facebook, Twitter und Co. aufsuchen. Weitere 46 % gaben an, dass sie die Seiten nur ab und zu aufrufen. Lediglich 6 % sind regelmäßig auf den Präsenzen unterwegs und suchen nach neuen Informationen.
 7. **Automobilmarken erhalten die meisten Interaktionen auf Facebook**, das ergibt eine [Untersuchung von socialbakers](#).



verbessern. Wie sie vorgehen, was Web-Firmen dagegen tun – und wie Sie Fakes erkennen.

Inhalt: Der große Pfuscher bei Kundenbewertungen; Anbieter markieren Manipulationen; Fälschungen erkennen; Bezahlte Likes werden zum Problem; Freundeändler vor Gericht.

Den Artikel von Oliver Voß am 12. März in "WirtschaftsWoche - Online" hier weiterlesen.

Compliance-Policy fördert nachhaltigen Unternehmenserfolg

Die jüngsten Exzesse im Bankensektor und die Korruptionsskandale in Teilen der deutschen Wirtschaft veranlassen immer mehr Unternehmen, ein umfassendes Regelwerk für ihre Manager zu definieren, um Rechtsverstöße und unternehmensschädigendes Verhalten künftig zu unterbinden: Geschäftsführer und Vorstände müssen mit Hilfe einer Compliance-Policy die Einhaltung von Gesetzen, Richtlinien und internen Standards überwachen und nachhaltiges Handeln fördern und fordern, um langfristig wirtschaftlichen Erfolg sicherstellen zu können. Wichtig ist, dass die Unternehmen ihre Risiken individuell identifizieren; nur so können sie ein effizientes und effektives Compliance-Management betreiben.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Winterkorn mit bester CEO-Reputation

Martin Winterkorn, VW, ist der Spitzenreiter unter den Dax-CEOs in der Frühjahrsumfrage des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doebelin bei Wirtschaftsjournalisten. Er wird besonders gelobt

Reputation Management

Firmen tricksen für bessere Reputation: Große Pfuscher bei Kundenbewertungen

Facebook-Fans, Twitter-Follower und gute Kundenbewertungen sind die wichtigste Währung im Internet. Unternehmen, Restaurants und Hotelbetreiber spüren das – und versuchen mit technischen Tricks, ihre Reputation zu

für Kompetenz und Persönlichkeit sowie seine strategischen Konzepte. Winterkorn gilt als "mutig, zupackend, offensiv" und offen gegenüber den Medien. Kritisch hinterfragen einige Journalisten allerdings die Berechtigung seines – trotz Teilverzichts – immer noch sehr hohen Gehaltes.

Dieter Zetsche, Daimler, kann bei den Wirtschaftsjournalisten eine sehr gute Bewertung für seinen offenen Umgang mit den Medien verbuchen ("Kein aalglatter Typ, wirkt menschlich"). Er ist den Journalisten unverändert der sympathischste CEO aufgrund seiner "Bodenständigkeit" und der "Fähigkeit zur Selbstironie". Die hohe Sympathie-Bewertung vermag allerdings nicht gänzlich die Zweifel an seiner Fähigkeit zu beseitigen, Daimler wieder auf die Erfolgsspur zu führen.

Quelle: markenartikel <http://tinyurl.com/cgqyoox>

CSR Unternehmensverantwortung

GfK-Studie: Absage an Greenwashing

Deutsche Verbraucher fordern einen Nachweis durch unabhängige Siegel für Werbeaussagen zu Ökologie und Nachhaltigkeit

(ots) Unternehmen, die mit Ökologie und Nachhaltigkeit werben, sollten ihr Engagement "schwarz auf weiß" beweisen können. Das ist die Meinung von 80,1 Prozent der Deutschen, ermittelt von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag von PEFC Deutschland e.V. Vier von fünf Bundesbürgern halten firmenunabhängige Zertifikate für diesen Nachweis geeignet, beispielsweise das PEFC-Siegel für nachhaltig produzierte Holz- und Papierprodukte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR Berichterstattung: GRI + IIRC vereinbaren intensivere Zusammenarbeit

Spannende Entwicklungen im Bereich der Berichterstattung zeichnen sich ab. Was in Expertenkreisen bereits seit langer Zeit diskutiert und angemahnt wird ist nun mit der Vereinbarung einer intensiveren Zusammenarbeit auf den Weg gebracht worden. Die Global Reporting Initiative (GRI) und die Vereinigung für integrierte Berichterstattung haben ein so genanntes "Memorandum of Understanding" unterzeichnet, das zunächst bis Ende September 2014 gültig sein wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR compact (3) (11. KW-2013)

1. **Deutscher Engagementpreis 2013 gestartet.** Das Bündnis für Gemeinnützigkeit ruft dazu auf, freiwillig engagierte Personen und Organisationen für den Deutschen Engagementpreis zu nominieren. Die Schwerpunktkategorie in diesem Jahr ist "Gemeinsam wirken - mit Kooperationen Brücken bauen". [Mehr Infos.](#)
2. **Weiterbildung.** Am 11. April - direkt im Anschluß an das 9. Deutsche CSR-Forum bietet die **dokeo-CSR Akademie** verschiedene Seminare zu CSR Kommunikation und Nachhaltigkeitsmanagement an. [Weitere Infos.](#)
3. **BMU: Der "Blaue Engel"** soll international werden. Das Bundesumweltministerium (BMU) hat im Rahmen der nationalen Klimaschutzinitiative das Projekt „Stärkung der internationalen Nutzung des Blauen Engel als Klimaschutzzeichen“ ins Leben gerufen. Laut BMU sollen zukünftig auch globale Unternehmen das Klimaschutzzeichen als Marketinginstrument nutzen können. Mehr auf [CSR-News.net](#)

Rothes Rechts-Rubrik

Haftet die PR-Agentur für die Rechtmäßigkeit der PR-Inhalte?

Ein klassisches Beispiel aus der Praxis: Eine PR-Agentur oder ein PR-Berater schließt einen Beratungsvertrag mit einem Kunden. Dessen Aufgabe ist es, die Agentur mit geeignetem Basismaterial zu versorgen als Grundlage für qualifizierte Presseinformationen, Fachbeiträge etc. Doch wer haftet, wenn die Inhalte falsch sind? In vielen Fällen kann die Agentur in Ermangelung von profundem Branchen- oder Detailwissen die inhaltliche Richtigkeit gar nicht prüfen. Aber - so viel sein vorweg gesagt - sie muss dafür einstehen.

Die PR-Agentur (oder der Berater) haftet nicht nur für die Rechtmäßigkeit der von ihr entwickelten PR-Inhalte, sie muss dafür auch einstehen. Und Sie hat die Pflicht, den Kunden auf rechtliche Bedenken hinzuweisen. Auch ohne vertragliche Vereinbarung gehört es zu ihren Sorgfaltspflichten, ihren Auftraggeber über rechtliche Bedenken aufzuklären, zu beraten und zu warnen. Dies hat der Bundesgerichtshof in seinem Urteil vom 25. Mai 1972 (Az: VII ZR 49/71) im Hinblick auf eine Werbeagentur entschieden, wobei die Rechtsprechung in solchen Punkten PR und Werbung gleichsetzt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Unser Ostermenu – der Hauptgang (Lammcarrée unter der Senfruste mit Rucola-Risotto)

(nsb) Seit dem siebten Jahrhundert ist der Brauch nachweisbar, als Lamm geformte Brote am Ostertag in die Kirche zu tragen und dort

weihen zu lassen. Viel älter ist die Sitte, junge Lämmer zum Frühlingsfest zu schlachten und so der Natur und ihrer neu erwachten Lebenskraft zu opfern. Und weil die Menschen Spiritualität und Pragmatismus schon immer gut zu verbinden wussten, bekamen die Götter das Blut, die Menschen aber hatten einen herrlichen Braten ...

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Bildung compact (1) (11. KW-2013)

1. Die **Georg von Holtzbrinck-Schule** für Wirtschaftsjournalisten bietet eine Reihe von **Seminaren**, die das **PR- und Kommunikationswissen** für verschiedene Zielgruppen vertiefen sollen. Das Ausbildungsinstitut der Verlagsgruppe Handelsblatt veranstaltet zwischen dem 16. und 23. April Tagesseminare zu den Themen Social-Media-Manager, Content-Strategien, PR für Rechtsanwälte und Kanzleien sowie Schreibcoaching für Einsteiger. Detaillierte Informationen und ein Anmeldeformular zu diesen Seminaren finden sich unter diesem [Link in einem Informations-PDF](#).

Studien

Marken profitieren von digitaler Crossmedia-Strategie

Als Einzelkanäle steigern Online und Mobile die Werbewirkung einer Kampagne bereits deutlich, jedoch ist die crossmediale Kombination beider Kanäle am effektivsten. Die parallele Kampagnenaussteuerung über Online und Mobile liefert die stärksten Wirkungseffekte. Das ist das zentrale Ergebnis einer aktuellen Werbewirkungsstudie des Bundesverbandes

Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Düsseldorf.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Termine compact (5) (11. KW-2013)

1. „Marken, Media, Mittelstand“ – unter diesem Motto steht am **16. April** in Düsseldorf die diesjährige **PR Report Konferenz**. Befinden sich Agenturen und Unternehmen auf Augenhöhe? Welcher Kommunikationsmix aus Paid, Owned und Earned Media hat die größte Wirkung? Die relevantesten Fragen für Kommunikation, PR, Digital, Corporate Publishing sowie Werbung und Marketing werden bei Konferenz aufgegriffen und ausführlich diskutiert. Zu den wichtigsten Impulsgebern in diesem Jahr dürfte Monsignore Paul Tighe, der „Social-Media-Guru des Papstes“, zählen. Er ist einer von zahlreichen Gastrednern. Weitere Informationen und die Anmeldemöglichkeit finden Sie auf der [Veranstaltungsw Webseite](#).
2. Freund oder Feind? Der **PR Club Hamburg** lädt am **21. März** ein zu einer Diskussion über die **Beziehung zwischen Fashion-Bloggern und Unternehmen**. Wie können es Unternehmen schaffen, aus modeinteressierten, erfolgreichen Bloggern echte Markenfans zu machen? Über diese Fragestellung diskutieren Modebloggerin Anna Frost und Harriet Weiler, Social Media Managerin der Tom Tailor Group, mit Torsten Panzer, PR Club Hamburg. Die Veranstaltung beginnt um 19:30 Uhr im Mercure Hotel Hamburg Mitte. [Anmeldungen werden unter diesem Link erbeten](#).
3. Was hat die **Energiewende mit Glück** zu tun? Was müssen Stadtwerke tun, um sich als attraktive und sympathische Marken ins Bewusstsein der Kunden zu bringen? Ideen, Impulse und unkonventionelle Antworten auf diese Fragen erwarten die Teilnehmer des **Trurnit Forums vom 16. bis zum 17. Mai** im Münchner Künstlerhaus. Die Tagung lädt Führungskräfte aus Marketing und Kommunikation der Energiebranche ein, sich über Entwicklungen und Innovationen auszutauschen. Wer sich bis zum 15. März anmeldet, erhält mit dem Aktionscode „Muc13“ einen Frühbucherrabatt von zehn Prozent. [Das Programm finden Sie hier](#). Interessierte können sich über diesen [Link anmelden](#).
4. Save the date: Am **16. Mai findet der 4. Stuttgarter Medienkongress** statt. In diesem Jahr bietet er eine breite Diskussions- und Netzwerkplattform für aktuelle Fragestellungen in der Medienbranche. Eine der zentralen Fragestellungen in diesem Jahr: Wie verteilt sich die Aufmerksamkeit in der digitalen Medienwelt? Wie können sich Anbieter in der Medienflut behaupten und ihren Anteil am Zuschauer- und Werbemarkt weiter ausbauen? Antworten auf diese Fragen liefern zahlreiche Fachvorträge und Diskussionen. Weitere Informationen direkt auf der [Webseite zum Medienkongress](#).
5. Unter dem Motto: „Alles ist verbunden – die Trends im Digitalmarketing“ findet am **28. und 29. Mai** in Berlin der **Jahreskongress Online Marketing 2013** statt. Alles ist verbunden – und die entscheidende Frage lautet nicht mehr, welche technische Plattform die richtige ist, sondern „was soll erreicht werden?“ Antworten darauf bieten Trendsetter, Brancheninsider und Netzprofis beim diesjährigen Online Marketing Kongress. Veranstalter ist das **Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt**. Die Moderation hat der Social Media Berater und Blogger Thomas Knüwer. Weitere Informationen finden Sie [unter diesem Link beim Management Forum](#).

Tipps

Tipps compact (1) (11. KW-2013)

1. Eigentlich sollte es selbstverständlich sein: Jeder Pressemitteilung, die per E-Mail verschickt wird, sollte eine **aussagefähige**

Betreffzeile vorangestellt werden. Doch die Realität sieht anders aus. Das **Online-Magazin „deutsche-startups.de“** hat jetzt eine **Hitliste der Negativbeispiele** veröffentlicht. Unter der Überschrift „10 E-Mail-Betreffzeilen, um garantiert nicht beachtet zu werden“ hat Chefredakteur Alexander Hüsing zusammengestellt, wie man es nicht machen sollte. [Lesen Sie selbst bei „deutsche-startups.de“](#).

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 5 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (59)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- [Senior PR-Berater \(m/w\), Mannheim](#)
- [PR-Consultant \(m/w\)/Teamleiter\(in\), Mülheim an der Ruhr](#)
- [PR-Berater/in Fashion/Lifestyle, Düsseldorf](#)
- [Account Manager PR \(m/w\) Schwerpunkt Fashion](#)
- [Brand Associates GmbH sucht Projekt-Manager Public Affairs/PR, Berlin](#)
- [Junior PR-Berater/in und PR-Berater/in, Frankfurt](#)

- [Account-Manager PR \(m/w\) für Consumer Goods/Consumer Electronics](#)
- [presigno sucht PR-Redakteur/in für den Bereich Architektur/Bauen und Wohnen, Dortmund](#)
- [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](#)

Unternehmen

- [Online-PR und Social Media Profi \(m/w\), Grevenbroich](#)
- [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*

Verbände (Non-Profit)

- *Projektmanager (m/w) Digital, Frankfurt a.M.*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 18. März 2013 um 22:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.248 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](mailto: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](mailto:redaktion[at]pr-journal.de),
[gerhard\[at\]pfeffer.de](mailto: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](#)