

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 384 / 22. KW 2013

Und hier das Inhaltsverzeichnis des 384. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 63 Einzelmeldungen):

1. *Karrierebarometer Juni 2013: Welches Image haben die Top-Ten-Agenturen in der Branche?*
2. *Analyse von Parteienwebsites: SPD vor den Grünen und der CSU*
3. *Praktikantenbefragung: Sterne am Markenhimmel strahlen nicht allzu hell*
4. *Neue Aufgabenverteilung in der Kommunikation von ProSiebenSat.1*
5. *Vertrauter von Merkel wird Cheflobbyist bei Daimler*
6. *Personalien compact - Unternehmen (6) (22. KW-2013)*
7. *Personalien compact - Agenturen (6) (22. KW-2013)*
8. *Personalien compact - Sonstige (7) (22. KW-2013)*
9. *Neue Etats für Orca van Loon*
10. *Etats compact (19) (22. KW-2013)*
11. *Sabre Awards 2013 in Barcelona vergeben*
12. *Kompass: Kommunikationspreis für Stiftungen ausgeschrieben*
13. *Branche compact (7) (22. KW-2013)*
14. *ZDF baut Vorsprung aus – ProSieben wieder unter den Top 5*
15. *Medien compact (2) (22. KW-2013)*
16. *Gurk: Die fünf größten Social Media-Irrtümer im B-to-B*
17. *Jobsuche 2.0: Wenn der Netzwerkfaktor zum Einstellungskriterium wird*
18. *Kandidatenquelle Social Networks: Noch spielt Facebook kaum eine Rolle.*
19. *Studie: Online-Videos, Filme und Co. sind die Content-Treiber in sozialen Medien*
20. *Social Media compact (8) (22. KW-2013)*
21. *Studie: „Social CEOs“ verbessern den Unternehmensruf*
22. *Konzertierte Aktion zur Nachhaltigkeit in der Chemiebranche*
23. *CSR compact (1) (22. KW-2013)*
24. *Interview Personalkommunikation (II) mit Robin Ullah. Sollen Mitarbeiter kommunizieren?*
25. *Kolumne Salz: Vertrauen ehrt!*
26. *Kerlikowskys Kommentar. Überwachung: Big Brother perfektioniert seine Mittel und Technik*
27. *Lange, IK Heidelberg: Sagt allen, was PR kann!*
28. *Gericht: Unser großes Sommermenu*
29. *So geht New Business heute (Teil 1)*
30. *Pressearbeit: 10 populäre Irrtümer – und wie es tatsächlich ist*
31. *Markenartikel: Jubiläumsausgabe zum 75.*
32. *DAPR setzt Social Media Manager-Seminare fort*
33. *AFK bietet Einzelcoachings*
34. *Studien compact (2) (22. KW-2013)*
35. *10. Kommunikationskongress am 26. und 27. September in Berlin*
36. *Jubiläumsfeier für Blume PR*
37. *Termine compact (4) (22. KW-2013)*
38. *Stamm: Mediendurchblick für Deutschland*
39. *Tipps compact (1) (22. KW-2013)*
40. *PR-Journal: 35.632 Besucher im Mai 2013, 231 Jobangebote seit Januar*
41. *Jobbörse*
42. *Impressum*

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

Seite 1

Karrierebarometer Juni 2013: Welches Image haben die Top-Ten-Agenturen in der Branche?

In der aktuellen Befragung des Karrierebarometers von "PR-Journal" und "PR Career Center" möchten wir wie schon 2012 wissen: Welches Image haben die Top-Ten-Agenturen in der Kommunikationsbranche? Dabei fragen wir die Teilnehmer, welche Attribute sie zehn führenden Agenturen in Deutschland zuordnen. Die Zusammenstellung der Top-Ten-Liste basiert dabei auf dem kürzlich vom "PR-

Journal" veröffentlichten PR-Agentur-Ranking 2013.

Gefragt wird nach Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Gehalt, Aufstiegschancen, Arbeitsklima und Arbeitsplatzsicherheit. Jeder Teilnehmer hat darüber hinaus die Möglichkeit, seinen persönlichen Agentur-Favoriten – auch unabhängig von der Top-Ten-Auswahl – zu bewerten.

Hier geht's zum Fragebogen:

<http://de.surveymonkey.com/s/YWCCRRL>

Das Karrierebarometer ist ein gemeinsamer Service des PR Career Centers und des Internetportals „PR-Journal“. Der Anspruch ist nicht, repräsentative Ergebnisse zu liefern – die Erkenntnisse aus den Befragungen sollen vielmehr dazu beitragen, insbesondere Young Professionals in der PR-Branche bei ihrer beruflichen Weichenstellung zu unterstützen. Die Ergebnisse bisheriger Umfragen können [hier eingesehen werden](#).

Analyse von Parteienwebsites: SPD vor den Grünen und der CSU

Die Sieger stehen fest: Die SPD belegt den ersten Platz, Zweiter wurden die Grünen und den dritten Platz nimmt die CSU ein. Das wäre sicher ein überraschendes Ergebnis der Bundestagswahl. Doch das vorliegende Ergebnis beschreibt nur die Rangfolge der Parteien in Bezug auf ihre Websites. Rund dreieinhalb Monate vor der Bundestagswahl hat die Online-Agentur Mosaik Media aus Stuttgart eine Analyse der Parteienwebsites durchgeführt. Als Instrument diente das von der Agentur entwickelte Tool BrandInteract©. Es kann den Interaktionsgrad zwischen Nutzer und Website untersuchen. Zudem wurde geprüft, wie überzeugend die Websites der einzelnen Parteien sind, ob sie ein klares Bild der Parteiziele vermitteln und damit unentschlossene Wähler überzeugen können. Hier steht also die SPD vor den Grünen und der CSU. Auf Platz vier folgt die CDU vor der FDP (Platz 5), den Piraten (Platz 6)



und der Linken (Platz 7).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Praktikantenbefragung: Sterne am Markenhimmel strahlen nicht allzu hell

Ein leidiges Thema: der Umgang mit Praktikanten in Agenturen und Unternehmen. Aus Sicht der Betroffenen lautet die entscheidende Frage nicht selten: Werde ich als billige Arbeitskraft ausgenutzt oder trägt das Praktikum zu meiner persönlichen Qualifizierung bei? Die **Clevis Group, Absolventa und praktikum.info** haben die Situation von Praktikanten im großen Maßstab untersucht. Die [Neuaufgabe der Praktikantenbefragung](#) hat verdeutlicht, dass in Sachen Arbeitgeber nicht alles Gold ist, was glänzt. Über 5.500 Praktikanten bewerteten im Praktikantenspiegel 2013 ihre Arbeitsbedingungen. Eins der interessanten Ergebnisse: Die leuchtenden Sterne am Markenhimmel schnitten bei der Arbeitgeberqualität nicht durchweg gut ab. Dazu gehören beispielsweise Bosch und Siemens genauso wie die Fraunhofer-Gesellschaft. Sie konnten ihren guten Ruf in diesem Fall nicht bestätigen. Sie fielen bei den Praktikanten durch. Ihr positives Markenimage als Arbeitgeber bestätigen konnten hingegen etwa Hugo Boss, Continental und auch Volkswagen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Neue Aufgabenverteilung in der Kommunikation von ProSiebenSat.1

Die Kommunikationsabteilung von ProSiebenSat.1 sortiert sich neu. Während Konzernsprecher Julian Geist künftig wie bereits berichtet zusätzlich für den Bereich Medienpolitik zuständig sein wird, steigt Diana Schardt zur leitenden Kommunikations- und PR-Managerin auf und spricht damit künftig auch für die ProSiebenSat.1 TV Deutschland. Ungeachtet dessen bleibt sie weiterhin aber auch „Sat.1“-Sprecherin. Ihre Aufgaben als Leiterin der PR-Unit „Fiction“ übergibt sie an ihre bisherige Stellvertreterin Brigitte Bischoff. Nicht mehr im Team ist die bisherige „kabel-eins“-Sprecherin Daniela Allgayer-Koreimann. Ihre Nachfolgerin wird Petra Dandl, die weiterhin auch für Sat.1 Gold zuständig bleibt. Ihre bisherige Aufgabe als „Sixx“-Sprecherin geht hingegen an Sandra Scholz über, die aber weiterhin die PR-Unit „Factual/Sports“ leitet. Keine Änderung gibt es bei „ProSieben“: Christoph Körfer bleibt Sendersprecher und Leiter der PR-Unit „Entertainment“. Sprecher des neuen Senders „ProSieben MAXX“ ist Michael Ostermeier.

Vertrauter von Merkel wird Cheflobbyist bei Daimler

Eckart von Klaeden, Staatsminister im Kanzleramt, hat seinen Wechsel in die Industrie angekündigt: Zum Jahresende soll er Cheflobbyist bei Daimler in Stuttgart werden. Er soll dort Nachfolger von Martin Jäger werden, der das Amt bei Daimler seit 2008 innehat. Jäger selbst kam auch aus der Politik. Er war im Auswärtigen Amt Sprecher von Frank-Walter Steinmeier (SPD) im Kanzleramt sowie im Außenministerium. Jetzt kehrt er nach Informationen von „Spiegel online“ in den Auswärtigen Dienst zu-

komm.passion

rück und wird Botschafter in Afghanistan. Der aktuell angekündigte Wechsel von von Klaeden in den Daimler-Konzern, dürfte laut „Spiegel online“ erneut eine Diskussion um Rochaden zwischen Politik und Wirtschaft beleben. Lesen Sie selbst den Beitrag auf „[Spiegel online](#)“.

Personalien compact - Unternehmen (6) (22. KW-2013)

1. **Kathrin Amacker** ist seit dem 1. Juni neue Leiterin Kommunikation und Public Affairs der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB), Bern. Ebenfalls seit Anfang Juni ist **Martin Stutz** neuer Medienchef der SBB. Vorgänger **Christoph Rytz**, der übergangsweise den neuen Posten von Stutz innehatte, kehrt zurück in seinen Job als Kommunikationsleiter von SBB Cargo in Basel. Amacker war zuletzt Leiterin Unternehmenskommunikation und Mitglied der Konzernleitung bei der Swisscom. Die verschiedenen Wechsel wurden nach und nach im Laufe der ersten Kalendermonate bekannt gegeben.
2. **Susanne Kunz**, Media & Communications Director DACH der Procter & Gamble Service GmbH, ist neue Vorstandsvorsitzende der Organisation der Werbungtreibenden im Markenverband (OWM), Berlin. Sie folgt auf **Uwe Becker**, der seit sechs Jahren dem OWM-Vorstand vorsah und aufgrund der Geschäftsordnung nicht mehr kandidieren konnte. Zur Stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden wurde **Tina Beuchler**, Head of Media Communication der Nestlé Deutschland AG, bestimmt.
3. **Christian Reiter** hat beim Münchner Elektronikonzern Rohde & Schwarz seinen Verantwortungsbereich ausgeweitet. Seit dem 1. Mai leitet er zusätzlich zur Unternehmenskommunikation auch die Marketing Communications-Services. Reiter, dessen Stelle in dieser Form neu geschaffen wurde, ist dem Leiter Unter-

nehmensmarketing, **Wolfgang Schmittseifer**, zugeordnet. Vor seinem Wechsel zu Rohde & Schwarz im Jahr 2012 war Reiter seit 2008 beim TÜV Süd, zuletzt als Marketing Koordinator für Western Europe.

4. **Ralf Droz** (46) leitet seit dem 30. Mai die externe Kommunikation bei der Deutschen Wertpapier Service Bank (dwpbank) in Frankfurt am Main. Die dwpbank fasst ihre Bereiche Vertriebs- und Unternehmenskommunikation in der Einheit Customer and Media Relations zusammen. Die Stelle wurde neu geschaffen. Zuvor war Droz für die Vertriebskommunikation verantwortlich.
5. **Andreas Enzenbach** (47) verantwortet als Nachfolger von **Hermann Steidle**, der in den Vorruhestand gegangen ist, bereits seit dem 1. Februar die Bereiche Marketing und Corporate Communications beim Hersteller von Präzisionswerkzeug Mapal in Aalen. In seine Zuständigkeit fallen das internationale Produktmarketing sowie die interne und externe Kommunikation des Unternehmens. Er berichtet an den geschäftsführenden Gesellschafter **Dieter Kress**. Enzenbach kam von der B&R Industrie-Elektronik, wo er seit 2005 Leiter Marketing und Unternehmenskommunikation war.
6. **Lorenz Birklbauer** (43) ist als Nachfolger von **Armin Teichert** neuer Leiter der Abteilung Communications und Pressesprecher des österreichischen Fernleitungsnetzbetreibers Gas Connect Austria in Wien. Vorgänger Teichert wechselte als External Communication Adviser zur Dachorganisation der europäischen Fernleitungsnetzbetreiber ENTSOG. Birklbauer berichtet an die Geschäftsführung.

Personalien compact - Agenturen (6) (22. KW-2013)

1. **Nancy Sippach** (28) und **Leo Wehmeier** (24) verstärken seit dem 1. Juni das Team der Berliner Agentur für Markenführung in Social Media, buddybrand GmbH. Als Senior Strategist soll Sippach den Strategie-Bereich der Agentur ausbauen. Sie kommt von der Berliner Strategieagentur different, wo sie Kunden wie Volkswagen, Audi, IKEA und ProSiebenSat.1 betreute. Wehmeier steigt als Konzeptioner bei den Berlinern ein. Er



- kommt von Groupon, wo er als Social Media Manager tätig war.
2. **Maurice Desiderato** steigt bei der Communicators-Gruppe mit Hauptsitz in Zürich auf. Zum 1. Juli wird er Partner der Kommunikationsagentur, für die er seit 2009 tätig ist. Er leitet Public-Affairs-Mandate in den Segmenten Recycling und Rohstoffe, Energieversorgung und Energieeffizienz sowie Ausbildung und Nachwuchsförderung. Zusammen mit **Martin Arnold**, der ebenfalls zum 1. Juli als Partner zu Communicators kommt, hat die Agentur sieben Partner.
3. **Sven Griemert** (43), zuletzt bei Johanssen + Kretschmer als Senior Management Advisor tätig, wird Leiter des neuen Büros von Scholz & Friends Reputation in Frankfurt am Main. Damit eröffnet "Scholz & Friends Reputation, Agentur für Corporate Responsibility (CR) und Nachhaltigkeit", wie die Agentur mit vollem Namen heißt, neben dem Hauptsitz in Berlin den zweiten Standort. Das Leistungsportfolio umfasst unter anderem die Entwicklung von Nachhaltigkeitsstrategien sowie die Konzeption und Umsetzung von Stakeholderdialogen und Nachhaltigkeitsberichten.
4. **Stefan Kombüchen** (38), noch Managing Director der Grayling Deutschland GmbH, wird zum 1. Juli neuer Leiter Marketing und Unternehmenskommunikation beim Kölner Kunststoffhersteller Igus GmbH, einem internationalen Zulieferunternehmen für die Automobil- und Maschinenbauindustrie. Kombüchen war seit 2010 Teil der Geschäftsleitung von Grayling Deutschland (vormals Trimedia) und zuletzt Standortleiter des Düsseldorfer Büros. Er kommt aus dem Rundfunkjournalismus und war vor seiner Tätigkeit für Grayling Gründer

und zehn Jahre lang Geschäftsführer des PR-Ausbilders PR plus in Heidelberg, heute Initiative Kommunikation Heidelberg.

5. **Jennifer Breising** (26) unterstützt seit Anfang Mai die Lieblingsagentur GmbH in Krefeld. Breising wird als Junior Project Managerin im Bereich Live-Marketing und Markeninszenierungen eingesetzt. Bis zu ihrem Wechsel war die studierte Tourismus- und Eventmanagerin als Junior Project Manager bei der Uniplan GmbH & Co KG in Köln beschäftigt. Erfahrungen in der Live-Kommunikation sammelte sie dort bei der Eröffnungs- und Abschlussfeier der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2011.
6. **Christian Thams** (38), leitet ab dem 1. Juni das Public Affairs-Geschäft von Burson-Marsteller in Deutschland. Als Managing Director führt Thams damit auch den Berliner Standort der internationalen Agentur für Public Relations und Public Affairs. Er folgt auf **Niklas Proksch**, der die Agentur auf eigenen Wunsch zum 30. Juni verlassen wird. Thams verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung in Netzwerk-Agenturen in Berlin und Brüssel und arbeitet seit März 2012 am Berliner Standort von Burson-Marsteller.

Personalien compact - Sonstige (7) (22. KW-2013)

1. **Matthias Schröter** (41) ist neuer Pressesprecher des Bundesverbandes Deutscher Omnibusunternehmer (bdo) in Berlin. Als Referent Wirtschaft und Öffentlichkeitsarbeit ist der ehemalige dpa-Nachrichtenredakteur zuständig für die Presse- und Medienarbeit und das Verbandsmarketing. Zudem unterstützt er die Geschäftsführung in der strategischen Ausrichtung des Verbandes. Zuletzt war er seit 2009 Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Grünen-Fraktion im Berliner Abgeordnetenhaus.
2. **Marco Diggioia** ist bei der europäischen Vertretung des internationalen Kreuzfahrtverbands Cruise Lines International Association (CLIA) in Brüssel zum Director of Government Affairs für die Region Europa ernannt worden. In dieser Funktion ist Diggioia seit dem 1. Mai dafür verantwortlich, die Positionen der Kreuzfahrtbranche gegenüber den EU-Institutionen zu vertreten. Er arbeitet eng

A&B One

mit dem Communications Director von CLIA Europe und dem globalen Kommunikationsteam zusammen.

3. **Nicola Haake** (34), zuletzt als PR-Managerin beim eBay-Tochterunternehmen StubHub tätig, ist seit Anfang Juni als PR-Redakteurin bei der Kanzlei Hengeler Mueller in Berlin beschäftigt. Sie unterstützt **Christian Seidenabel**, der in der Kanzlei die Kommunikation vom Büro in Frankfurt am Main aus leitet. Haake war vor ihrer Tätigkeit für StubHub als PR-Managerin für diverse TV-Kanäle aus dem Hause Viacom im Bereich Consumer-Kommunikation tätig.
4. **Rolf Elsener** (37), seit 17 Jahren als Print- und Fernsehjournalist in der Schweiz tätig, wird zum 1. November neuer Kommunikationsleiter der Stadt Zug. In den vergangenen zehn Jahren war er als stellvertretender Redaktionsleiter bei „Schweiz aktuell“ im Schweizer Fernsehen tätig. Zuvor arbeitete er bei der „Neuen Zuger Zeitung“ sowie bei der „Luzerner Zeitung“.
5. **Bernd Schwintowski** ist seit April verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Olympiastadion Berlin. Die Stelle wurde in dieser Form neu geschaffen. Schwintowski berichtet an **Joachim E. Thomas**, den Geschäftsführer, und **Christoph Meyer**, der sowohl Direktor des Veranstaltungsbetriebs als auch Pressesprecher ist. Schwintowski war zuvor seit 2001 mit einer Agentur selbständig.
6. **Veit Swoboda** (35) leitet seit dem 15. Mai das Referat Presse, Öffentlichkeitsarbeit und Protokollangelegenheiten in der Landesvertretung (LV) Bremens beim Bund. Zuvor war er seit 2009 Geschäftsführer beim Berliner Forum „Demokratische Linke 21 e.V. – Die Linke in der SPD“.
7. **Andreas Lechner** (39), bisher Director Communications, ist ab sofort Vice President Programming & Communications bei Fox International Channels in Unterföhring. In der neu geschaffenen Funktion verantwortet er neben seinen bisherigen Bereichen, Marketing, PR und On Air, künftig auch das Programm für die Sender Fox, National Geographic Channel und Nat Geo Wild sowie die Programmakquise

und die Produktion von Eigenformaten. Lechner berichtet an **Diego Londono**, COO von Fox International Channels Europa & Afrika.

Etats

Neue Etats für Orca van Loon

Die Hamburger Kommunikationsberatung Orca van Loon Communications GmbH ist auf Wachstumskurs und vermeldet im ersten Halbjahr mehrere Etatgewinne. So konnte die Beratungsgesellschaft, die sich zu Beginn des Jahres der ORCA-Agenturgruppe um Klaus Utermöhle angeschlossen hat, zuletzt die Pitches um die Gemeinsame Klassenlotterie der Länder (GKL) und das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur Mecklenburg Vorpommern für sich entscheiden. Als Neukunden konnten darüber hinaus die Engagement Global gGmbH mit dem Deutschen Entwicklungstag, das Immobilienberatungsunternehmen Robert C. Spies KG sowie die Stadtwerke Solingen gewonnen werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (19) (22. KW-2013)

1. Verband der Diagnostica-Industrie (VDGH), Berlin
was: Relaunch, redaktionelle Betreuung und strategische Neuausrichtung des Portals vorsorge-online.de
an: **Mann beißt Hund – Agentur für Kommunikation GmbH**, Hamburg
2. JDA Software Group Inc., Scottsdale, (USA, Arizona)
was: Pressearbeit in DACH
an: **Möller Horcher Public Relations GmbH**, Offenbach
3. Lufthansa Consulting GmbH, Köln
was: Website-Relaunch
an: **denkwerk GmbH**, Köln



4. R+V Versicherungs-Gruppe, Wiesbaden
was: Employer Branding und Recruiting-Maßnahmen
an: **Westpress GmbH & Co. KG**, Agentur für Personalmarketing, Hamm
5. Graubünden Ferien, Chur (Schweiz)
was: Begleitkommunikation zur Sommerkampagne
an: **Faktor 3 AG**, Hamburg
6. Mediamobile, Ivry sur Seine (Frankreich)
was: Kommunikation zur Einführung des digitalen Verkehrsdienstes "V-Traffic"
an: **TDUB Kommunikationsberatung**, Hamburg
7. Süßwarenhersteller Paul Reber GmbH + Co. KG, Bad Reichenhall
was: Design- und Markenstrategie
an: **Serviceplan Design**, München
8. Volkswagen AG, Wolfsburg
was: Integriertes Kommunikationskonzept für das GTI-Treffen 2013
an: **Hagen Invent**, Düsseldorf
9. Cloud Computing Anbieter salesforce.com Germany GmbH, München
was: Strategische Kommunikation und Pressearche in DACH
an: **Hill+Knowlton Strategies GmbH**, Frankfurt am Main
10. a) Solarstrom AG, Freiburg im Breisgau
was: Geschäftsbericht
b) Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW), Stuttgart
was: Kommunikation zur Gründung der DHBW Stiftung
c) Stuttgarter Straßenbahnen AG (SSB)
was: Kampagne zur Steigerung der Fahrgastzahlen
an: **Jung: Kommunikation GmbH**, Stuttgart

11. a) Daimler AG, Stuttgart
b) Deutschen Lufthansa AG, Frankfurt am Main
was: Durchführung Hauptversammlung
an: **CB.e Clausecker | Bingel AG**, Berlin
12. Eletromotores WEG AG, Kerpen
was: Kampagne zur Steigerung der Bekanntheit
an: **Technical Publicity UG**, Buchholz (Nähe Hamburg)
13. Weco Pyrotechnische Fabrik GmbH, Eitorf / Sieg
was: Kommunikationskonzept und PR-Umsetzung, Social Media
an: **Public Affairs PR Agentur GmbH**, Köln
14. AfB gemeinnützige GmbH, Essen
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Kontaktabbau zu Kooperationspartnern
an: **Bonne Nouvelle Sozialkommunikation**, Bonn
15. a) Deutsche Telekom AG, Bonn
was: Kommunikationskampagne zur Partnerschaft mit Depeche Mode
b) Klassik.tv media broadcast GmbH, Berlin
was: PR für die Einführung des Online-Musikfernsehens Klassik.tv in DACH
c) Arts Alliance Advisors, London
was: Kommunikation für das Fan-Filmprojekt „Springsteen & I“ (Start: 22. Juli)
an: **Kruger Media GmbH – Public Relations & Brand Communication**, Berlin
16. E-Plus Tochter Ortel Mobile GmbH, Düsseldorf
was: Produktkommunikation
an: **markenzeichen GmbH**, Frankfurt am Main
17. Kongressveranstalter red onion GmbH, Berlin
was: PR für die Innovationskonferenz TEDx in Hamburg, Thema: City 2.0
an: **achtung! GmbH**, Hamburg
18. Schleicher Electronic GmbH & Co. KG (Spezialist für Automatisierungslösungen), Berlin
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **möller pr GmbH**, Köln
19. Galantos Genetics GmbH, Mainz
was: Kampagne für einen "Geburtsrucksack" für Männer als PR-Aktion für das Labor für Vaterschaftstests
an: **MRM Worldwide GmbH und McCann Worldgroup Deutschland**, beide Frankfurt am Main



Branche

Sabre Awards 2013 in Barcelona vergeben

Während Ketchum Pleon als „Europäische Agentur des Jahres“ ausgezeichnet wurde, erhielt Stockholm Media den Diamond Sabre Award in der Kategorie „CEO of the Year“ für die beste CEO-Beratung. Die Preise wurden am 30. Mai in Barcelona übergeben. Alljährlich zeichnet die New Yorker Holmes Group herausragende Leistungen im internationalen Kommunikationsgeschäft mit den „Superior Achievement in Branding and Reputation Awards“ (SABRE) aus. Sie zählen international zu den angesehensten Preisen in der PR-Branche. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kompass: Kommunikationspreis für Stiftungen ausgeschrieben

Erfolgreiche Stiftungsarbeit braucht gute Kommunikation. Deshalb würdigt der Bundesverband Deutscher Stiftungen, Berlin, herausragende Kommunikationsarbeit mit dem Preis „Kompass“. Dieser trägt zur weiteren Professionalisierung der Stiftungskommunikation, der Bekanntmachung von Best-Practice-Beispielen und der Stärkung des Stiftungsgedankens in der Öffentlichkeit bei. Bewerben können sich Stiftungen in den drei Kategorien: Gesamtauftritt, Kommunikation oder Kampagne zu einem bestimmten Projekt und einzelne Kommunikationsmaßnahme. Ein Sonderpreis wird in diesem Jahr für den besten Internetauftritt einer Stiftung vergeben. Bewerbungsschluss ist der 12. August.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (7) (22. KW-2013)

1. Die **Kommunikationsberatung ergo Kommunikation** (ergo) hat in **Berlin** zum 1. Juni **neue Räume** in der Charlottenstraße bezogen. Der Umzug war nötig geworden, da sich seit Gründung der Hauptstadtniederlassung im Mai 2007 die Mitarbeiterzahl von ergo an der Spree vervierfacht hat. Mittlerweile arbeiten über 60 Berater, Redakteure, Projektmanager und Grafiker am Berliner Standort. Erstmals werden in den neuen Räumen alle Kompetenzteams auf 1.500 Quadratmetern, verteilt auf zwei Etagen, zusammengeführt.
2. **Venture Pursuit PR**, die in Deutschland (München) und England ansässige PR-Agentur für Technologieunternehmen, und **SpecOps Communications**, die amerikanische Agentur für Kommunikation und PR aus New York, gaben am 3. Juni bekannt, dass sie eine **strategische Partnerschaft** eingegangen sind. Kunden sollen künftig nicht nur vom Dienstleistungsportfolio und Fachwissen der Berater profitieren, sondern in Europa und den USA Dienstleistungen aus einer Hand erhalten. Jüngster Erfolg der Zusammenarbeit war der erfolgreiche
3. Marktstart von Coriant, einem weltweit agierenden Hersteller für optische Netze, Anfang Mai.
3. Am 3. Juni begann die Einreichungsphase für den **DMMA OnlineStar 2013**. Für den **Kreativpreis der Online-Branche in Deutschland, Österreich und der Schweiz** können Werbe- und Kommunikationsagenturen ihre besten digitalen Projekte und Kampagnen einreichen. Der DMMA OnlineStar wird vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V., Düsseldorf, und der MFG Innovationsagentur für IT und Medien Baden-Württemberg, Stuttgart, verliehen. **Bewerbungsschluss ist der 5. Juli**. Die Preisverleihung mit Gala-Dinner findet am 17. Oktober in Berlin statt.
4. **Neue Agenturpartnerschaft in der Schweiz:** Die **Zürcher C-matrix** hat sich mit **Maurer Partner** aus Bern zusammengeschlossen. Damit sind die beiden Firmen mit Standorten in Zürich, Bern und Genf vertreten. Die Portfolios der beiden Agenturen würden sich bestens ergänzen, hieß es bei der Berner PR-Agentur. In der neuen Aufstellung wollen C-matrix und Maurer Partner verstärkt im Politbereich beraten, etwa bei parlamentarischen Geschäften, Wahlen und Abstimmungskämpfen. Ein weiterer Arbeitsschwerpunkt sei die Kommunikation bei komplexen Bau- und Planungsprojekten.
5. Der **Schweizerische Public Relations Verband PR Suisse** und das **Schweizerische Public Relations Institut (SPRI)** werden künftig **enger zusammenarbeiten**. Das berichtet der „Klein Report“, Zürich. Die beiden Organisationen haben sich im Rahmen einer Reorganisation neu aufgestellt. PR Suisse und SPRI sollen auch in Zukunft rechtlich selbstständig bleiben, werden aber ihre strategischen und operativen Gremien (Zentral-



vorstand PR Suisse/Stiftungsrat SPRI und Geschäftsstelle) personell zusammenzuführen. Als Präsident von beiden Organisationen wird Peter Eberhard vorgeschlagen. Weitere Einzelheiten direkt im „*Klein Report*“.

6. **Christian Wick** bleibt **Präsident der Zürcher Public Relations Gesellschaft** (ZPRG). Das ist eins der Ergebnisse der 27. Generalversammlung, die am 29. Mai im Zentrum Karl der Grosse in der Zürcher Altstadt stattfand. Ebenfalls für ein weiteres Jahr im Amt bestätigt wurden die Vorstandsmitglieder Pascale Lehmann (Lehmann Horat Partners), Grazia Grassi (Denner), Dominik Allemann (BernetPR), Holger Rungwerth (ewz), Michael Loss (Wilmaa) sowie Matthias Wipf (Speakers.ch). Neu in den Vorstand berufen wurde der Kulturkommunikationsspezialist Silvio Gardoni.
7. **PR Cloud** (www.prcloud.de) nennt sich das neu gegründete PR Netzwerk der drei inhabergeführten Agenturen Uhlmann PR, Melanie Syring Public Relations und markenglühen. Die drei Inhaberinnen **Annette Uhlmann, Melanie Syring und Daniela Wittig** versprechen ihren Kunden eine „dauerhafte Zusammenarbeit auf Geschäftsführerebene“. Ein Seitenhieb auf die Großen am Markt verneinen sie sich dabei nicht. „Wir kennen die oftmals unnötig aufgeblähte Maschinerie in großen Agenturen. Absprachen auf Seniorenniveau enden in der Regel sowie der Pitch gewonnen ist. Dann rutscht das Tagesgeschäft auf Juniorlevel ab“, heißt es in der Pressemitteilung. Und weiter: „Kunden der PR Cloud erhalten mit Top-Beraterqualität einen echten Gegenwert für ihr PR-Budget.“ – Ein selbstbewusster Auftritt des neuen PR-Netzwerks, der sicher genau beobachtet wird in der PR-Branche.



Medien

ZDF baut Vorsprung aus – ProSieben wieder unter den Top 5

Die öffentlich-rechtlichen Sender liegen in der Gunst des Fernsehpublikums weiter vorn. Auch im Monat Mai konnte das ZDF seine führende Rolle beim Gesamtpublikum klar behaupten. Der Marktanteil blieb im Vergleich zum April stabil bei 12,9 Prozent, im Vergleich zum Mai 2012 ein Zuwachs von 0,8 Prozentpunkten. Der Vorsprung auf den Zweitplatzierten, Das Erste, wuchs auf 1,2 Prozentpunkte an. RTL an Platz drei verlor jedoch weiter an Boden beim Gesamtpublikum. Zwar behauptete der Kölner Sender seine Marktführung bei den 14- bis 49-Jährigen, sackte jedoch beim Gesamtpublikum um 0,8 auf 11,3 Prozent ab. Platz vier belegt SAT.1 mit 8,3 Prozent (minus 0,5 %). Als einziger Sender unter den Top 5 verzeichnete ProSieben einen Zuwachs. Der Marktanteil beim Gesamtpublikum konnte um 0,5 auf 5,9 Prozent gesteigert werden. Somit konnte auch Vox vom 5. Platz im Ranking verdrängt werden.

Die TV-Marktanteile für Mai 2013 beim Gesamtpublikum - ab drei Jahren. 1. ZDF (12,9%), 2. Das Erste (11,7) 3. RTL (11,3) 4. Sat.1 (8,3), 5. ProSieben (5,9). (Quelle: Meedia.de)

Medien compact (2) (22. KW-2013)

1. Das **Zeitungssterben** geht weiter: Am 30. Mai hat die Lühmanndruck Harburger Zeitungsgesellschaft mbH & Co KG angekündigt, die „**Harburger Anzeigen und Nachrichten**“

(HAN) zum 30. September einzustellen. Als Grund für die Schließung gibt der Verlag an, die Erlöse aus Verkauf und Anzeigen seien seit Jahren rückläufig. 32 festangestellte Mitarbeiter, darunter elf Journalisten, sind von der Schließung betroffen, zusätzlich elf Pauschalisten. Die erste Ausgabe der HAN erschien am 5. Oktober 1844. Die HAN erschien im Wahlkreis berühmter Politiker wie Herbert Wehner, Volker Rühle und Hans-Ulrich Klose.

2. Beim Deutschen **Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung** wurde der „Express“ für die Serie „Sarah und Sarah – die Schülerpraktikanten“ ausgezeichnet. Die Autorinnen waren Nadine Brkic, Linda Klein, Julia Rosicki und Tamara Mamedova, alle **samt Journalistik-Studentinnen vom Campus Köln der MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation**. Sie überzeugten die Jury des renommierten Lokaljournalisten-Preises mit einer Artikelserie über zwei körperlich und geistig behinderte Mädchen. Für das Thema hatten die Studentinnen die beiden körperlich und geistig schwerstbehinderten Mädchen im Sommersemester 2012 mehrere Wochen lang begleitet.

Social Media

Gurk: Die fünf größten Social Media-Irrtümer im B-to-B

Liegen Ihnen Ihre Marketing-Manager auch ständig in den Ohren, endlich eine Präsenz auf Facebook einzurichten? Als B-to-B-Unternehmen muss diese Strategie nicht der Weisheit letzter Schluss sein, meint LEAD digital-Gastautor Hans D. Gurk, Social Media Berater bei der Agentur Conrad Caine, München. Der Berater entlarvt die fünf häufigsten Social-Media-Irrtümer. Social Media hat im Consumerbereich zahlreiche Best-Practice-Cases hervorgebracht: Zielgruppen wurden in ihrem natürlichen digitalen Raum äußerst kreativ angesprochen und emotional mit

einer Marke verbunden. Doch in den B-to-B-Bereich übertragen lassen sich solche Erfolge nicht immer: Produkte sind komplexer, Zielgruppen spitzer, Sales-Cycles länger, Käufer anspruchsvoller und Kaufprozesse langwieriger. Diese grundlegenden Unterschiede bedürfen gänzlich anderer Social-Media-Strategien.

Hier kommen fünf beliebte Behauptungen rund um Social Media aus der B-to-C-Welt, die Sie hinterfragen sollten, wenn Sie als Firma mit B-to-B-Produkten und -Services im Social Web Erfolg haben wollen.

Den Artikel von Hans D. Gurk, München am 03. Juni im Blog "Upload" [hier online weiterlesen](#).

Jobsuche 2.0: Wenn der Netzwerkfaktor zum Einstellungskriterium wird

Wer auf der Suche nach einem neuen Job ist, muss dafür heute nicht mehr unbedingt die Stellenanzeigen der regionalen Tageszeitungen durchforsten und auch die Stellenrecherche im Internet muss nicht mehr sein. Kreative Menschen drehen einfach den Spieß um und lassen die potentiellen Arbeitgeber auf sich zu kommen. Damit das gelingt, müssen allerdings einige Voraussetzungen erfüllt werden. Das Internet hat seit seinem Bestehen für viele neue Arbeitsplätze gesorgt und sogar neue Berufe entstehen lassen. Vor allem kreativ-schöpferische Tätigkeiten in Bereichen wie Webdesign, Webentwicklung, Marketing, Multimedia, Texterstellung und natürlich Social Media sind zum Teil neu hinzugekommen und stehen bei Arbeitgebern wie auch bei den Arbeitnehmern hoch im Kurs. Klassische Bewerbungen als Mappe mit Lebenslauf und Zeugnissen von der Grundschule bis zum Hochschulstudium und einem noch schnell beim Fotografen um die Ecke besorgtem Bewerbungsbild, werden für solche Berufe immer mehr zur Ausnahme. Zeugnisnoten verlieren schnell ihren Reiz und auch ihre Notwendigkeit, wenn digitale Arbeitsproben vorliegen und sich der Arbeitgeber genau anschauen kann, was ein potentieller neuer Mitarbeiter zu leisten im Stande ist.

Durch den Aufstieg der sozialen Netzwerke in den letzten Jahren kommt nun noch ein neue Komponente hinzu, die die Jobsuche auf die Ebene 2.0 bewegt: Virtuell aufgebaute Beziehungsgeflechte können heute entscheidend bei der Jobsuche sein, der Netzwerkfaktor wird zum zusätzlichen Einstellungskriterium – und das gleich zweifach.

Den Artikel von Falk Hedemann am 03. Juni im Magazin "Upload" [hier online weiterlesen](#).

Kandidatenquelle Social Networks: Noch spielt Facebook kaum eine Rolle.

Welchen Status haben Soziale Netzwerke als Instrument der Personalrekrutierung und unter welchen kommunikativen Bedingungen entfalten sie ihr Potenzial trotz der eingeschränkten Glaubwürdigkeit? Dieser Frage widmete sich Anja Beckmann in ihrer sehr lesenswerten Masterarbeit „Kandidatenquelle Social Networks“, die sie an der Hochschule Hannover vorgelegt hatte. Das Thema ist ausgesprochen aktuell, sowohl in HR als auch in PR. HR kann auf einige Erfahrung im Einsatz von Social Media verweisen. Mittlerweile ist es dort so ruhig um Facebook & Co. geworden, dass die w&v unter dem Titel „Still ruht der See ...“

(http://www.wuv.de/blogs/hrmarketingblog/social_media/still_ruht_der_see) fragte, warum denn darüber nicht mehr viel zu hören sei. Die Antwort ist einfach: Social Media ist nach wie vor auf der Agenda der Unternehmen. Allerdings ist irgendwann der Hype vorbei und dann wird in Ruhe abgearbeitet. Das ist momentan in den Unternehmen der Fall.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Online-Videos, Filme und Co. sind die Content-Treiber in sozialen Medien

Entertainment-Inhalte sind der wichtigste Treiber für Social Media. In Deutschland verbreiten 71 Prozent der Nutzer Inhalte aus TV-Shows, Film-Trailer oder Musik-Videos. Erst an zweiter Stelle folgen News über Freunde (68 Prozent). Nachrichten über sich selbst posten 57 Prozent, über Neues aus der eigenen Familie berichten 50 Prozent. Das ist sind die zentralen Ergebnisse der Edelman Global Entertainment Studie 2013 für Deutschland. Die Studie hat die Haltung von Verbrauchern gegenüber der Unterhaltungsindustrie in Deutschland, Brasilien, China, Indien, Korea, der Türkei, Großbritannien und den USA untersucht. Befragt wurden 6.500 Menschen im Alter von 18 bis 54 Jahren. Die Global Entertainment Studie wird von Edelman und Matter Inc. in Auftrag gegeben und vom Marktforschungsunternehmen Edelman Berland durchgeführt. Die Datenerhebung fand online im Zeitraum vom 1. bis 12. April statt. Weitere Informationen direkt auf der [Website der PR-Agentur Edelman](#).

Social Media compact (8) (22. KW-2013)

1. **Wie tickt eigentlich ein Troll?** Dieses [Video](#) verrät es.
2. Sobald Unternehmen ein soziales Netzwerk verwenden, dauert es nicht lange und die ersten Statistik Tools erscheinen auf dem Markt. **Nun gibt es Nitrogram als Instagram Statistik Tool für Unternehmen.**
3. Die fünf großen Internetkonzerne Amazon, Google, Facebook, Ebay und Apple rufen bei den privaten Nutzern positive Reaktionen hervor. **Nur Facebook wird skeptisch gesehen, das ergibt eine [Onlineumfrage von Fittkau & Maaß Consulting](#).**
4. Google schafft eine neue literarische Gattung: **Das Google-Gedicht entleiht seine Zeilen der Autovervollständigung von Google** und ist im Moment schwer angesagt. Zu aktuellen Beispielen bei [Twitter](#).

5. Das Marktforschungsinstitut BIA/Kelsey prognostiziert für den Bereich **Social Media für 2017 einen Werbeumsatz von 11 Milliarden Dollar**. Zum Artikel bei businessinsider.com.
6. **Immer mehr Menschen lesen ihre Zeitung auch online**. 23,1 Millionen Unique User verzeichnet die AGOF im durchschnittlichen Monat (Januar bis März 2013) auf den Seiten der regionalen Abonnement-Zeitungen. Das entspricht einem Drittel der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren, so eine [ZMG-Sonderauswertung](#) der aktuellen AGOF internet facts.
7. **Die Status Updates und Inhalte für die Facebook Chronik können nun durch verschiedene Smileys und Angaben über Aktivitäten ergänzt werden**. Das gilt im Moment aber nur für die US-Spracheinstellung. Zum Artikel bei Futurebiz.de.
8. **Corporate Blogs leben von der Kompetenz der Mitarbeitenden eines Unternehmens. Doch wie kann man Mitarbeiter bewegen mitzumachen?** Das beschreibt der Beitrag bei Blogwerk.com.

Reputation Management

Studie: „Social CEOs“ verbessern den Unternehmensruf

Rund drei Viertel aller Führungskräfte (76 Prozent) ist der Überzeugung, dass CEOs sich aktiv in sozialen Medien engagieren sollten. Dies ist eins der bemerkenswertesten Ergebnisse einer am 29. Mai veröffentlichten Studie der internationalen PR-Agentur Weber Shandwick, Berlin, in Kooperation mit dem Marktforschungspartner KRC Research. Befragt wurden rund 630 Führungskräfte aus zehn verschiedenen Ländern in Nordamerika, Europa, Lateinamerika und im asiatisch-pazifischen Raum, darunter auch Schwellenländer. Im Rahmen der Studie wurden CEOs je nach Aktivität in den sozialen Netzwer-

ken als „social“ oder „unsocial“ klassifiziert. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR Unternehmensverantwortung

Konzertierte Aktion zur Nachhaltigkeit in der Chemiebranche

Die chemische Industrie bündelt ihre Kräfte unter einem Dach, um das Prinzip Nachhaltigkeit voranzutreiben. Mit der gemeinsamen Initiative Chemie³ von Wirtschaftsverband (VCI), Frankfurt am Main, Gewerkschaft (IG BCE), Hannover, und Arbeitgeberverband (BAVC), Wiesbaden, arbeitet erstmals eine ganze Branche daran, Nachhaltigkeit als Leitbild zu verankern. Nachhaltigkeit wird als Verpflichtung gegenüber den jetzigen und künftigen Generationen verstanden – und als Zukunftsstrategie, in der wirtschaftlicher Erfolg mit sozialer Gerechtigkeit und ökologischer Verantwortung verknüpft ist. Kern der Initiative Chemie³ sind 12 Leitlinien zur Nachhaltigkeit für die chemische Industrie in Deutschland. Als branchenspezifischer Rahmen geben die Leitlinien den Unternehmen und ihren Beschäftigten Orientierung für ihr Handeln – ob es um Investitionsentscheidungen, Energiefragen oder beispielsweise Sozialpartnerschaft geht. Entstanden sind die Leitlinien in einem intensiven Dialog, unter anderem mit Vertretern aus Gesellschaft und Politik, Wissenschaft und Wirtschaft. Mehr Informationen finden sich auf der eigens eingerichteten [Website](#).

CSR compact (1) (22. KW-2013)

1. Ab September startet das **Institut für nachhaltige Unternehmensführung und Ressourcenplanung**, INUR e.V., gemeinsam mit der **HTW Dresden** einen Weiterbildungskurs mit Hochschulzertifikatsabschluss zum zertifizieren CSR-Manager bzw. CSR-Consultant. In diesem Kurs lernen die Teilnehmer alle erforderlichen Grundlagen und

praktische Umsetzungen, um CSR im eigenen Unternehmen oder beim Kunden/ Mandanten als gesamtheitlichen Managementprozess einzuführen. Weitere Informationen wie auch die Veranstaltungsflyer finden sich auf der [Website des Instituts](#).

Das PR-Interview

Interview Personalkommunikation (II) mit Robindro Ullah. Sollen Mitarbeiter kommunizieren?



Teil 2 >> des Interviews mit Robindro Ullah (Foto), Leiter Personalmarketing und Recruiting Süd der Deutschen Bahn AG
PR-Journal (PRJ): Die Leipziger PR-Studenten schreiben: „Können Kommunikationsverantwortliche

den Mitarbeitern eine Stimme verleihen ohne einen Kontrollverlust zu riskieren?“ Teilt HR diese Ängste?

Robindro Ullah: Ich persönlich teile diese Angst nicht, möchte da jetzt aber nicht für den HR-Bereich sprechen. Wenn ich nur für mich spreche, da sage ich ganz klar „davor habe ich keine Angst“. Ich glaube, es war ein PR-Mann, der gesagt hat „über das Unternehmen dürfen alle sprechen, für das Unternehmen spreche nur ich“.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

tat einer aktuellen Umfrage der deutschen Verbraucherzentralen. 57 Prozent der Konsumenten hält die Informationen über Waren und Dienstleistungen für nicht ausreichend. Ein Armutszeugnis für die deutschen Hersteller, Importeure und Händler - und ein theoretisch endlos weites Feld für die korrigierende Arbeit von Kommunikationsberatern und PR-Agenturen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kerlikowskys Kommentar. Überwachung: Big Brother perfektioniert seine Mittel und Technik



Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble (CDU) sieht die Möglichkeit, die Zahlungen der Bürger fast total zu kontrollieren. Mehrfach hat er bereits öffentlich erklärt, dass er das Bargeld am liebsten abschaffen möchte. Für ihn ist Bargeld ein „intransparentes Zahlungsmittel“, das vor allem „Geldwäschern“ zugutekomme, die die Herkunft des Geldes verschleiern wollen. Schäuble testet mit solchen Bemerkungen, wie groß der Aufschrei der Empörung in der Bevölkerung ist. Was auf uns zukommt, das beleuchtet ein Bericht des amerikanischen Geheimdienstes CIA aus dessen Frankfurter Zentrale, den der in Liechtenstein erscheinende Vertrauliche Schweizer Brief zugespielt bekam.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lange, IK Heidelberg: Sagt allen, was PR kann!

Ein Debattenbeitrag von Carsten Lange - Absolvent und Korrektor von IK Heidelberg am 29. Mai im "IK-Letter 3/2013"

Die PR-Branche kämpft gleichzeitig an mehreren Fronten. Viel gewonnen wäre schon, wenn alle PR-Leute an einem Strang ziehen würden, sich auf die Stärken der PR besinnen und sie offensiv nach außen kommunizieren würden.

Kommentare

Kolumne Salz: Vertrauen ehrt!

Nahezu zwei Drittel der Deutschen misstrauen den Produzenten und Anbietern, wenn sie Lebensmittel einkaufen oder sich von einem Geldinstitut beraten lassen. So lautet das Resul-

Erstens: Wer aufmerksam verfolgt, was in renommierten Printmedien über PR geschrieben wird, kann den Eindruck gewinnen, PR-Berater und PR-Agenturen seien vor allem gewiefte Manipulatoren, gerissene Trickser und manchmal auch schlichtweg Lügner. In vielen Fällen wird PR mit „Werbung“ und „Reklame“ in einen Topf geworfen. „PR“ kommt in den Prestigemedien fast nur in negativen Zusammenhängen vor.

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Unser großes Sommermenu



(nsb - Foto) Es mag mit Blick auf die Wetterlage etwas verwegen erscheinen, ein „Großes Sommermenü“ anzukündigen, dass in den nächsten sechs Wochen nach und nach hier zusammenwachsen wird. Aber die Hoffnung stirbt zuletzt, heißt es. Und wenn wir froh sein müssen, dass es draußen immerhin nicht schneit, dann holen wir uns den Sommer eben auf die Teller.

In der warmen Jahreszeit verlangt der Körper leichte Speisen. Nach und nach werden die Gemüse reif, Fisch und Fleisch spielen nicht mehr die wichtigste Rolle. Frische Salate, Kräuter, Obst und Beeren stehen zur Verfügung – der Sommer bietet eine Aromenfülle wie keine andere Jahreszeit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

So geht New Business heute (Teil 1)



Ein Autorenbeitrag von Heiko Burack (Foto), Frankfurt am Main, [New Business Advice](#)

Was sagen eigentlich Marketingentscheider zu den New Business-Aktivitäten der Agenturen? Wie beurteilen sie deren Ansprache? Was finden sie gut? Was könnten Agenturen aus ihrer Sicht besser machen? Im Rahmen meiner Recherche für mein letztes Buch „Die Werbepropheten und ihre dröhnenden Lautsprecher“ wollte ich genau dies von der primären Zielgruppe der Agenturen wissen. Das Ergebnis sind einige hilfreiche und spannende Learnings. Unisono findet man die Meinung der Marketer, dass Agenturen in der Akquise zu stark über sich selbst reden. Alle sagen, dass sie perfekt arbeiten, tolle Tools und Leute haben. Die gute Entwicklung ist, dass weniger Agenturen behaupten, alles zu können. Das Thema 360-Grad-Kommunikation hat an Bedeutung verloren. Damit wir uns beim Thema „Tolle-Agentur“ nicht missverstehen: Natürlich bin ich stolz auf meine Arbeit und erzähle auch gerne darüber. Was die Entscheider aus dem Marketing aber abschreckt, ist die Vehemenz mit der das getan wird. Es wird zu laut und manchmal zu inhaltsleer in dieses Horn gedöhnt. Kein Marketing-Mensch möchte eine Präsentation sehen, die eine einzige Lobhudelei ist. Dafür haben sie keine Zeit. Eine zeitgemäße Agenturpräsentation hat, wenn sich mit dem potenziellen Neukunden insgesamt eine Stunde trifft, einen Rahmen von 20 Minuten. Alles was über eine halbe Stunde hinausgeht, respektiert nicht den straffen Zeitplan der Entscheider. Agenturen dürfen keine Time-Bandits mehr sein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Pressearbeit: 10 populäre Irrtümer – und wie es tatsächlich ist

Häufig rufen Neukunden mit einer konkreten Idee, wie sie schnell reich und berühmt werden, bei mir an. Und ich fühle dann, mit welcher Begeisterung sie sich ausgemalt haben, wie leicht ihre Vorstellung mit ein bisschen Unterstützung von mir bald wahr sein wird. Eine dieser typischen Ideen ist: "Ich habe ein tolles neues Angebot, und jetzt möchte ich dazu eine Pressekonferenz per Webinar veranstalten. Bitte holen Sie mir die gesamte A-Pressen da hinein." Natürlich gibt es solche immer wiederkehrenden Vorstellungen zu fast allen Medien und Maßnahmen. Aber an dieser Stelle will ich mich speziell näher dem Thema Pressearbeit widmen, weil es gerade in letzter Zeit so oft an mich herangetragen wurde.

Denn erstaunlicherweise herrschen auch in großen Unternehmen oft sehr überraschende Vorstellungen. Nicht selten ist Pressearbeit in Firmen sehr marketinglastig, wo journalistische Kenntnisse und Erfahrungen (mit) gefragt wären. Daher richtet sich dieser Beitrag an Entscheider in Unternehmen aller Größen.

Den Artikel von [Kerstin Hoffmann](#) am 29. Mai in ihrem Blog "PR-Doktor" [hier online weiterlesen](#).

Markenartikel: Jubiläumsausgabe zum 75.

Ein Lesetipp von „*CP-Monitor*“: Die Zeitschrift „Markenartikel“ - Das Magazin für Markenführung beschäftigt sich seit 75 Jahren mit Themen rund um die Marke. Die Sonderausgabe anlässlich des Jubiläums beinhaltet Rück- und Ausblicke auf die zentralen Themen im Marketing und Kommunikation sowie unter anderem das Thema Mediennutzung.

Bildung

DAPR setzt Social Media Manager-Seminare fort

Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR), Düsseldorf bietet nach dem erfolgreichen Start im Frühjahr neue Termine für die viertägige Ausbildung zum Social Media Manager an. Das Kompakt-Seminar der DAPR bereitet auf die optionale Prüfung zum Social Media Manager bei der PR-Prüfungsorganisation PZOK, Berlin vor. Die nächsten Termine sind: 25. bis 28. September in Hamburg und 24. bis 27. Oktober 2013 in Frankfurt am Main sowie vom 16. bis 19. Januar 2014 in Frankfurt am Main. Die Anmeldung ist ab sofort unter www.dapr.de möglich.

„Das Seminar zielt darauf ab, strategische Kompetenzen mit Social Media Fachwissen in Einklang zu bringen“, sagt Thomas Lüdeke, Geschäftsführer der DAPR. „Um Social Media wirkungsvoll einsetzen zu können, ist es wichtig zu wissen, welche Rolle diese in der Gesamtkommunikation spielen – mit allen Vor- und Nachteilen.“ Das DAPR-Seminar macht die Teilnehmer fit für den richtigen strategischen Einsatz von Social Media und vermittelt den Umgang mit aktuellen Tools. Leiter des Lehrgangs ist der Berliner Online-Relations-Experte Dominik Ruisinger, der auch in den Herbstkursen wieder auf eine Mischung aus theoretischem Fundament und praktischen Fallbeispielen setzt.

AFK bietet Einzelcoachings

„AFK Individual“ heißt das neue Premium-Angebot der AFK Akademie Führung und Kommunikation, Oberursel. Es bietet (Quer-)Einsteigern in die Kommunikation ebenso wie Berufserfahrenen fundiertes Training in individualisierter Form. Ein Trainer betreut einen Teilnehmer. Das Trainingsinstitut bietet damit Training und Coaching für Kommunikation all denjenigen an, die besonderen Wert auf Diskretion und Individualität legen. Trai-

ningszeiten und –orte vereinbaren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ebenso individuell mit ihren Trainern wie die Inhalte einzelner Übungen. Das Training richtet sich also nach den terminlichen, örtlichen und inhaltlichen Bedürfnissen der Teilnehmer.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

ausgeprägt, bei Banken auf durchschnittlichem Niveau. Insgesamt wurden 59 Online-Auftritte von Kreditinstituten, Versicherungen und ausgewählten Spezialanbietern in Deutschland untersucht. 29 Unternehmen davon beteiligten sich zusätzlich an einer Befragung zu ihrer Online-Strategie.

Studien

Studien compact (2) (22. KW-2013)

1. Social Media sind ein nicht mehr wegzudenkender Bestandteil der Kommunikation. Enterprise 2.0 verspricht vereinfachte Kommunikation und Kollaboration, Informationsaustausch und Wissensmanagement. Damit wird Social Software für Unternehmen zunehmend interessant. Doch welche Rolle spielen Social-Software-Plattformen tatsächlich? Welche Plattformen werden in der Öffentlichkeit besonders häufig thematisiert? Antwort auf diese Fragen liefert die gemeinsame **Studie „Enterprise 2.0 Watch“** der Kommunikationsagentur Kuhn, Kammann und Kuhn GmbH und der school for communication and management, scm, die im Zeitraum von August 2012 bis Januar 2013 durchgeführt wurde. Die vollständige Studie kann *per E-Mail* bei der scm bestellt werden. Titel: Enterprise 2.0 Watch; Paperback; Umfang: 90 Seiten; erschienen am: 15. Mai 2013; ISBN: 978-3-940543-28-8; Preis: 39,95 Euro
2. Laut einer **Studie des E-Commerce- und Multi-Channel-Anbieters dgroup**, Düsseldorf, gibt es bei den **Online-Auftritten deutscher Finanzdienstleister** aus Kundensicht **Optimierungspotenzial**. Die wichtigsten Ergebnisse: Produktinformation und Beratung über die Webseiten sind bestenfalls durchschnittlich. Der Dialog mit den Kunden wird nur in Ausnahmen ermöglicht. Der Ausbau mobiler Dienste zur Nutzung von Services oder Ausführung von Transaktionen über Smartphones und Tablets steckt noch in den Kinderschuhen. Bei Versicherungen ist der Ausbau besonders schwach

Termine

10. Kommunikationskongress am 26. und 27. September in Berlin

Der Kommunikationskongress feiert in diesem Jahr ein kleines Jubiläum: Am 26. und 27. September veranstaltet der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) das Branchentreffen zum 10. Mal. Thematisch soll das Thema „Exzellenz“ in Berlin den Vordergrund gerückt werden. Als Keynote-Speaker zu den Themen Ökonomie, Kultur und Medien konnten Hans-Werner Sinn, Präsident des ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, Richard David Precht, Philosoph und Schriftsteller, sowie Thomas Rabe, Vorstandsvorsitzender von Bertelsmann, gewonnen werden. In insgesamt neun Themenschwerpunkten sollen die rund 120 Referenten nahezu alle Felder der PR behandeln. Erfahrene Kommunikationsstrategen aus DAX-Unternehmen, innovative Kampagnenmacher aus Non-Profit-Organisationen und führende Pressesprecher aus öffentlichen Institutionen präsentieren ihre Erfahrungen. Der Veranstalter verspricht sich wertvolle Impulse und spannende Anregungen für die Teilnehmer. Das Programm ist jetzt auf der [Website des Kommunikationskongresses](#) veröffentlicht worden. Unter diesem Link findet sich auch die Anmeldemöglichkeit. Bis zum 28. Juni verspricht der Veranstalter Vergünstigungen für Frühbücher.

Jubiläumsfeier für Blume PR

Blume PR hat ihren Sitz in Hamburg und gilt mit dem Gründungsjahr 1962 als eine der ältesten PR-Agenturen Deutschlands. Am 13. Juni wird die Gründerin Stella Blume zusammen mit der jetzigen Inhaberin von Blume PR, Monika Brune, die Erfolgsgeschichte der Agentur Revue passieren lassen. Veranstalter des Jubiläumsevents ist der PR Club Hamburg. Er verspricht in seiner Einladung Geschichten aus dem Nähkästchen. Die Veranstaltung beginnt um 19:30 Uhr in der Event-Location „The Box“ in Hamburg.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (4) (22. KW-2013)

1. Für das **5. Sommer Symposium des PR Career Centers am 6. Juli in Düsseldorf** sponsert die **PR-Agentur Edelman** zehn Tickets für Young Professionals. Die Veranstaltung steht unter dem Motto „Web 2.0, Weiterentwicklung, Work/Life – stellen Sie die Weichen richtig“. Das Programm bietet Vorträge zu aktuellen Karriere-Themen. Wer eine der zehn Freikarten gewinnen möchte, sollte bis zum 10. Juni eine **E-Mail mit seinen Kontaktdaten an das PR Career Center** schicken. Die Adresse: symposium@pr-career-center.com. Im Betreff bitte das Stichwort „Edelman-Freikarte“ verwenden. Die Gewinner werden am 11. Juni informiert. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.
2. **Innovationskommunikation** lautet das Thema der **Vortragsreihe „WISSENSCHAFTPRAXIS“**, zu der die **Leipziger Public Relations Studenten (LPRS) am 11. Juni** einladen. Referent ist Matthias von Glischinski-Kurc, Direktor Unternehmenskommunikation und Wirtschaftspolitik der Shell Oil Deutschland GmbH. Im Rahmen seines Vortrags wird er über die Bedeutung, die das innovative Denken seit mehr als 100 Jahren für das Unternehmen hat, berichten. Innovationen gelten dabei als Voraussetzung für Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit. Die Veranstaltung beginnt im Neuen Seminargebäude (NSG)

- im Raum 420 um 19.00 Uhr. Nähere Informationen direkt auf der [Website der LPRS](#).
3. Am 15. September wählt Bayern seinen Landtag und bereits eine Woche später findet die Bundestagswahl statt. Schadet der kurze zeitliche Abstand der Wahlbeteiligung? Was werden die Parteien unternehmen, um ihre Wähler in die Wahllokale zu bekommen? Rund dreieinhalb Monate vor den Wahlterminen lädt die **DPRG Landesgruppe Bayern am 6. Juni, 19.00 Uhr**, zu einer **Podiumsdiskussion zum Thema „Wahlkampfkommunikation 2013“** ein. Veranstaltungsort ist das Münchner Hotel Cristal. Durch den Abend mit Gästen aus allen großen Parteien führt Hans-Peter Meier, Mitglied im Landesvorstand der DPRG. Der Veranstalter bittet um namentliche Anmeldung unter diesem [Link](#).
 4. Im Rahmen der [Münchner Webwoche](#), die vom 31. Mai bis zum 8. Juni stattfindet, gibt es am **5. Juni ab 19.00 Uhr** im „Heart“ eine Veranstaltung, zu der **„Social Secrets“** einlädt. „Social Secrets“ ist ein deutschsprachiger Blog, der von Daili Fürg gegründet wurde und aktuelle Themen aus der Welt der Online-Kommunikation und des Social Media Marketing für Kommunikationsprofis aus PR, Marketing und Journalismus aufgreift. Eingeladen sind vor allem Vertreter der digitalen Wirtschaft und ihre Kommunikatoren. Erwartet werden rund 400 Gäste. Im Programm der Münchner Webwoche ist das Event unter dem Hashtag [#SNMUC](#) zu finden. Der Eintritt ist frei, eine Anmeldung vorab jedoch unter diesem [Link](#) erforderlich.

Tipps

Stamm: Mediendurchblick für Deutschland

Die 66. Auflage des „Stamm“ ist erschienen. Rund 20.000 Zeitungen, Zeitschriften, Radio- und TV-Stationen listet die aktuelle Ausgabe des „Stamm Leitfaden durch Presse und Werbung“ auf. Im „Stamm“ finden sich außer den Adressaten der Medien und Verlage auch die Namen und Kontakt-

daten der Redakteure sowie umfangreiche Informationen zu den jeweiligen Werbemöglichkeiten. Allein bei den deutschen Zeitungen werden rund 10.000 Ansprechpartner mit ihren Kontaktdaten aufgeführt, insgesamt enthält der „Stamm“ rund 150.000 Adressen der Medienschaffenden in Deutschland. Neben der klassischen Buchausgabe mit ca. 2.000 Seiten in zwei Bänden veröffentlicht der Stamm Verlag seine detaillierten Informationen zweimal jährlich auf der „Stamm Medien-CD“, die als Nachschlagewerk auf Windows und Mac läuft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps compact (1) (22. KW-2013)

1. **Telefonische Warteschleifen in Service-Hotlines** sind ab 1.Juni grundsätzlich **kostenfrei**. Verstößt der Anbieter gegen die Vorgaben, so entfällt sein Entgeltanspruch künftig ganz und der Anruf ist für den Verbraucher kostenfrei. Zudem drohen dem Anbieter hohe Bußgelder. Auf diese Änderungen weist der Hightech-Verband Bitkom hin. Nähere Informationen zu diesem Thema direkt auf der [Bitkom-Website](#).

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 35.632 Besucher im Mai 2013, 231 Jobangebote seit Januar

Die **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin bilanzierte für das "PR-Journal" im Mai 2013 insgesamt 35.632 Besucher. Knapp 55 Prozent der Besucher starten ihre PR-Journal-Durchsicht auf den Seiten der PRJ-Jobbörse. IVW errechnete insgesamt einen **Tagesdurchschnitt von 1.149 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,5 Seiten an - daraus errechnen sich 89.292 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im

Mai eine Besuchszeit je Visit von 13:58 Minuten festgestellt. 55,1 Prozent waren neue Besucher – 50,3 Prozent kamen über Suchmaschinen auf die Homepage, 24,7 Prozent waren direkte Zugriffe und 12,7 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 14 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (58)

Volontariat/Trainee

Die 22 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [PR-Berater bei document1 - auf an den Niederrhein!](#)
- [PR-Junior-Berater \(m/w\), Frankfurt am Main](#)
- [KOOB sucht Junior PR-Consultant \(m/w\), Mülheim a.d.R.](#)
- [PR Berater/in, Heidelberg](#)
- [Yamaoka PR sucht Junior Berater/-in für Lifestyle Kunden, Hamburg](#)
- [Projektmanager/in Public Relations, Mainz](#)
- [Hamburger PR-Agentur sucht PR Junior-Berater \(m/w\)](#)
- [Junior-Projektmanager/in Public Relations, Mainz](#)
- [Junior PR-Consultant \(m/w\), Düsseldorf](#)

- *PR-Teamleiter / in Food, München*
- *Junior-PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *Junior Berater/innen und Redakteure/innen, Frankfurt*
- *Junior-PR-Berater (m/w) „Banken & Versicherungen“ und „Food, Beverage & Family“*
- *PR-Berater (m/w) - Corporate Communications, Frankfurt*
- *PR-Berater/ Associate (m/w) - Corporate Communications, Frankfurt*
- *PR-Berater im Bereich Technology/BtoB, München*
- *PR-Assistent/in zum nächstmöglichen Zeitpunkt, Hamburg*
- *PR-Berater Marketing Communications/Corporate Communications (m/w), Berlin*
- *PR-Berater/In für namhafte Münchner Agentur*
- *Agentur für gesellschaftspolitische Themen sucht PR-Berater/in, Köln*
- *Senior PR-Berater (m/w), Wiesbaden*
- *Senior PR-Berater (m/w), Wiesbaden*
- *Junior PR-Berater (Vollzeit), Berlin*
- *PR-Projektleitung, Berlin*

Unternehmen

- *Mitarbeiter (w/m) Öffentlichkeitsarbeit, Hettlingen*
- *Communications Expert (m/w) für die Region Europa, München bzw. Sulzbach/Ts*
- *Gruppenleiter (m/w) Kommunikationsstrategie in der Stabsstelle Unternehmenskommunikation, Eschborn*
- *Manager(in) Marketingkommunikation, Ludwigsburg*
- *Junior Corporate Communications Specialist (m/w), Frankfurt*
- *PR-Manager/Pressesprecher (m/w) in Vollzeit, Kassel*

Verbände (Non-Profit)

- *Referent (m/w) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Stiftungskommunikation, Bonn*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 03. Juni 2013 um 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.750 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); Thomas Dillmann, Bad Honnef, Stellvertretender Chefredakteur (dillmann[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"; Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de); 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.;

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.

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](#)