

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 403 / 45. KW 2013

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 403. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 54 Einzelmeldungen):

1. [GPRA-Vertrauensindex Q4/2013: An die Energiewende glauben immer weniger Verbraucher](#)
2. [Trotz Nein zur Olympiabewerbung 2022: Sportkommunikation bleibt Thema der European Communications Convention '14](#)
3. [Howe von Daimler wurde Pressesprecher des Jahres](#)
4. [Neuer Director Corporate Communications: Wolff von Boss zu Burda](#)
5. [Personalien compact - Sonstige \(3\) \(45. KW-2013\)](#)
6. [Personalien compact - Agenturen \(12\) \(45. KW-2013\)](#)
7. [Personalien compact - Unternehmen \(9\) \(45. KW-2013\)](#)
8. [Borgmeier Public Relations mit vier Neukunden an Bord](#)
9. [Neue Markenkampagne von Serviceplan zum Mitmachen](#)
10. [Kruger Media für Vevo und den „John Lennon Bus“](#)
11. [Etats compact \(14\) \(45. KW-2013\)](#)
12. [Agenturen compact \(4\) \(45. KW-2013\)](#)
13. [DPRG-Bayern baut internationale Kontakte aus: Kooperationsabkommen mit slowenischem Verband geschlossen](#)
14. [Edeka genießt bei Verbrauchern das größte Vertrauen](#)
15. [Recherche-Tipp für Journalisten: Affäre Snowden chronologisch aufbereitet](#)
16. [DJV-Verbandstag: acht Thesen zur Zukunft des Journalismus und Forderungen an den neuen Bundestag](#)
17. [DJV-Bundesvorstand im Amt bestätigt](#)
18. [Medien compact \(2\) \(45. KW-2013\)](#)
19. [Revolution: Sind die Social-Media-Enthusiasten gescheitert?](#)
20. [Studie: Schäuble und Steinbrück genießen hohes Ansehen bei Wirtschaftsjournalisten – Trittin büßt Reputation ein](#)
21. [Medienpräsenz der CEOs: Kaeser von Siemens lag vorn im 3. Quartal](#)
22. [Chefsache: Guter Ruf von Unternehmen entsteht an der Spitze](#)
23. [Good Company Ranking 2013: DAX-Konzerne führen in Europa die Liste an](#)
24. [Gericht. Wie man sich die Tropensonne ins Haus holt: Mango-Bananen-Tarte](#)
25. [Soziale Berufe kann nicht jeder, Teil 3 von 3: Fortsetzung der Kampagne folgt](#)
26. [Deutsche Presseakademie präsentiert Gesamtprogramm 2014](#)
27. [Erste Employer Branding-Tagung](#)
28. [Depak-Seminar: Strategien für Bewegtbild-Kommunikation](#)
29. [Bildung compact \(1\) \(45. KW-2013\)](#)
30. [Studie: Erfolgskennzahlen im Employer Branding sind gefragt – aber kaum genutzt](#)
31. [Studie: Ernährungsindustrie zweifelt an der Einhaltung eigener Werbeaussagen](#)
32. [Studien compact \(2\) \(45. KW-2013\)](#)
33. [Termine compact \(6\) \(45. KW-2013\)](#)
34. [Kriterienkatalog für „saubere“ Bildungskommunikation](#)
35. [Cision stellt neue Version seines Presseportals vor](#)
36. [Cognita macht Media Monitoring mobil](#)
37. [Webinar über den richtigen Umgang mit Bildrechten](#)
38. [Etatkalkulator 2013/2014 erschienen](#)
39. [Tipps compact \(1\) \(45. KW-2013\)](#)
40. [Jobbörse](#)
41. [Impressum](#)

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

Seite 1

GPRA-Vertrauensindex Q4/2013: An die Energiewende glauben immer weniger Verbraucher

Steigende Energiepreise, die anhaltende Diskussion über das „Erneuerbare-Energie-Gesetz“ und eine fehlende klare Haltung seitens der Politik füh-



ren dazu, dass das Vertrauen der Deutschen in die Energiebranche immer weiter sinkt. Dies zeigen die Ergebnisse des GPR-Vertrauensindexes, einer Repräsentativstudie von TNS-Emnid im Auftrag der Gesellschaft führender

PR-Agenturen Deutschlands (GPR). Im Ranking der acht wichtigsten deutschen Wirtschaftszweige belegen die Energieversorger demnach den letzten Platz – noch hinter der Finanzbranche – und sind zudem der einzige Wirtschaftszweig, der im Vergleich zur Februar-Umfrage an Vertrauen verliert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Trotz Nein zur Olympiabewerbung 2022: Sportkommunikation bleibt Thema der European Communications Convention

European Communications Convention '14



Das krachende Nein zu einer möglichen Olympiabewerbung stellt einen markanten Einschnitt dar – nicht nur für die geplanten Berggemeinden, sondern für alle, die sportliche Großveranstaltungen in Deutschland ausrichten wollen. Olympische Spiele oder Weltmeisterschaften in verschiedenen Sportarten zu organisieren, wird in jedem Fall sehr viel schwieriger. Aus der Ablehnung wird man lernen, dass es in Zukunft noch mehr auf ehrliche, transparente, vor allem aber vertrauensbildende Kommunikation ankommen wird. Deshalb bleibt Sportkommunikation neben internationaler PR, CSR und Kommunikationsmanagement eines der Themen der European Communications Convention (ECC), die vom 19. bis 21. Juni in München, Garmisch-Partenkirchen und im Kloster Ettal stattfinden wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

DAS
ENTSCHEIDENDE
WISSEN

Personalien

Howe von Daimler wurde Pressesprecher des Jahres



Jörg Howe von Daimler ist Deutschlands bester Pressesprecher. Im alljährlichen Ranking des Fachmagazins „Wirtschaftsjournalist“ erreichte der Daimler-Kommunikationschef mit seinem Team die höchste Bewertung. Wie „Newsroom.de“ weiter meldet, hatte Howe sich in den vergangenen Jahren im Ranking kontinuierlich verbessert und lag 2012 bereits auf Platz 4. In diesem Jahr gelang der Sprung an die Spitze. Auf dem zweiten Platz landete Maximilian Schöberl von BMW vor Herbert Arthen von DM. Insgesamt hatten 305 Fach- und Wirtschaftsjournalisten die Arbeit der 100 wichtigsten Pressestellen in Deutschland bewertet. Weitere Einzelergebnisse zur Abstimmung auf [„Newsroom.de“](#).

Neuer Director Corporate Communications: Wolff von Boss zu Burda



Philipp Wolff (Foto, 47) wird zum 1. Dezember neuer Director Corporate Communications von Hubert Burda Media in München. Er übernimmt diese Funktion von Vorstand Philipp Welte, der die Konzernkommunikation seit März 2013 kommissarisch geleitet hat. Wolff war zuvor mehr als zwölf Jahre bei der Hugo Boss AG tätig. In seiner letzten Funktion als Senior Vice President of Worldwide Communication verantwortete er die globale Kommunikation und Markenwelt. Zu seinen Aufgabenbereichen gehörten unter anderem Konzern- und Produkt-PR, Advertising, Retail-Marketing, Mediaplanung, Sports- und Arts-Sponsoring. Er berichtete an Vorstand Welte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Sonstige (3) (45. KW-2013)

1. **Kai Behrens** (43) wird ab dem 1. Dezember Pressesprecher des AOK-Bundesverbands in Berlin. Er kommt von der Barmer GEK, wo er seit 2010 als stellvertretender Unternehmenssprecher tätig war. Vorher war er von 2008 an Pressesprecher bei Gmündener ErsatzKasse (GEK). Behrens berichtet künftig an den AOK-Geschäftsführer für Politik und Unternehmensentwicklung, **Jan Carels**.
2. **Stephanie Lange** (27) ist seit dem 1. Oktober PR-Managerin für die Abteilung Kommunikation und Public Affairs der Stiftung Lesen in Mainz. Lange ist für die klassische Presse- und Medienarbeit und für die Veranstaltungsorganisation zuständig. Sie folgt auf **Anne Tischer** und berichtet an die Leiterin Kommunikation und Public Affairs **Bettina Müller**. Zuvor war Lange Mitarbeiterin der Agentur Mediakontakt Laumer.
3. **Guido Siebert** (47) ist seit dem 1. November neuer Direktor Kommunikation und Bildung sowie Pressesprecher der Stiftung Schloss Friedenstein Gotha. Er folgt auf **Roland Krischke** und berichtet an Stiftungsdirektor **Martin Eberle**. Zuvor arbeitete Siebert seit



2008 für Landesausstellung Sachsen-Anhalt, zuletzt als Verantwortlicher für die Gesamtdirektion.

Personalien compact - Agenturen (12) (45. KW-2013)

1. **Dirk Böckenhoff** (39) ist im September als Head of Issues Management beim Heidenheimer Technologieunternehmen Voith GmbH eingestiegen. In dieser Funktion berichtet er an **Lars A. Rosumek**, Senior Vice President Corporate Communication. Ziel des Issues Management-Ansatzes bei Voith ist es, das weltweite Messaging und Themensetting zu koordinieren. Vor seinem Wechsel war Böckenhoff Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung bei Ketchum Pleon. Von München aus leitete er zuletzt das Change Geschäft der Agentur.
2. **Frank Mielke** (34) wird mit sofortiger Wirkung zum weiteren Geschäftsführer der B+D Live GmbH bestellt. Die Event- und Promotion-Unit der Kölner Agenturgruppe B+D wird er in Zukunft zusammen mit **Bernd Mannhardt** und **Dierk Zimmermann** führen, die beide auch der Holding-Geschäftsführung der Agenturgruppe angehören. Mielke ist bereits seit 2007 bei B+D beschäftigt, zuletzt als Group Account Director. Vor seinem Eintritt in die Kölner Agenturgruppe war er in verschiedenen Führungsfunktionen für die Media Consulta Sport & Entertainment GmbH aktiv.
3. **Michael Hafner** (40) ist seit Oktober neuer Geschäftsführer der Wiener Corporate Publishing-Agentur Egger & Lerch. Er wurde Nachfolger von **Klaus Lerch**, den es aus pri-

vaten Gründen in die Schweiz zieht. Von dort aus wird er als „freier Corporate Publisher“ den Eggert & Lerch-Kunden weiterhin zur Verfügung stehen. Hafner war zuletzt bei der Erste Group. Unabhängig vom Geschäftsführerwechsel bleibt die Agenturleitung in den Händen von **Andrea Höbarth**. (Quelle: "CP-Monitor")

4. **David Guntern**, bisher Projektleiter im Bereich Positionierung, wird neuer Chef der Agentur Dreizweieins GmbH im schweizerischen Visp. Als Nachfolger des bisherigen Inhabers **Harald Burgner** übernimmt Guntern ab Januar 2014 sämtliche Stimmanteile und die operative Führung der Agentur für Kommunikations- und Markenberatung. Guntern ist seit Anfang 2013 bei der Agentur tätig. Zuvor war er Direktor von Brig Belalp Tourismus. Vorgänger Burgner wird operativer Leiter des Medienunternehmens Mengis Druck und Verlag AG.
5. **Thomas Brück** (30) und **Benjamin Weiß** (32) verstärken sofort das Team der Münchner Agentur webguerillas. Brück wird eingesetzt als technischer Berater. Er kommt von der Interone GmbH, die zum Netzwerk von BBDO Worldwide gehört. Dort war er zuletzt als Technischer Projektmanager beschäftigt. Weiß startet als Art Director (Online). Auch er kommt von Interone. Dort war er seit April 2008 als Art Director für verschiedene Kunden tätig.
6. **Fabian Kirner** (35) hat am 1. November als neuer Chief Creative Officer die Verantwortung für das kreative Ergebnis der Agenturgruppe GREY Deutschland in Düsseldorf übernommen. Zuvor war er selbständig und bis Februar 2013 als Creative Director bei thjnk west tätig. Vorherige Stationen des vielfach dekorierten Kreativen, waren TBWA, DDB, BBDO und H2E. Hier hatte er 1998 seine Karriere als Art Director gestartet. Kirner wurde Nachfolger von **Roland Vanoni**, der nach neuen Herausforderungen suchen möchte.
7. **Livia Näf** (27) und **Beatrice Rössler** (34) verstärken die Teams der auf die Reiseindustrie spezialisierten PR-Agentur Primus Communications (PrimCom) in Zürich und Wien. Näf unterstützt das Team in Zürich als Junior-Beraterin. Zuletzt arbeitete sie in der Unternehmenskommunikation der IT-Firma Bison Schweiz in Sursee. Rössler wird in Wien gemeinsam mit Geschäftsführerin **Petra Wittmann** die Öffentlichkeitsarbeit betreuen. Vorher war sie als Communications Manager beim



**Vertrauen.
Ein gutes Gefühl.**

Monitoring nahtlos
und unkompliziert.
Hotline: 030 / 202 42-100

<Landau Media>
monitoring analyse consulting



8. **Katja Tobias** verstärkt ab sofort als Senior Account Executive das Team der Münchener PR-Agentur Schwartz Public Relations. Im Team von **Dieter Niewierra** soll Tobias Technologie- und IT-Unternehmen betreuen. Die neue Mitarbeiterin kommt von der PR-Agentur 100zehn, wo sie für internationale Kunden aus den Branchen IT, Technologie und Telematik arbeitete. Davor sammelte die studierte Publizistin und Kommunikationswissenschaftlerin erste PR-Erfahrung in Wien auf Agenturseite sowie in der niederösterreichischen Kulturszene.
9. **Antje Jochmann** ist neue Mitarbeiterin der Berliner Agentur für Markenkommunikation Kruger Media GmbH. Als Senior PR Managerin soll sie die Telekom Musikprogramme Electronic Beats und Street Gigs sowie den Kunden VEVO betreuen. Sie bringt umfassende Erfahrung aus über sieben Jahren Lifestyle-PR und Marketing mit. Zuletzt unterstützte sie das Berliner Fashion-Startup Kisura beim strategischen Aufbau der Unternehmenskommuni-

kation. Aktuell absolviert sie noch ein Fernstudium Journalismus an der Freien Journalistenschule Berlin.

10. **Frank Schott** (42) ist seit Mai 2013 Marketingleiter bei der Löwenstark Online-Marketing GmbH, einer Fullservice-Agentur in Braunschweig. Im Rahmen der neu geschaffenen Position ist er für die Bündelung und strategische Ausrichtung aller Marketing-, und Kommunikationsmaßnahmen zur Kundenakquise zuständig. Schott bringt Erfahrungen in den Bereichen Marketing, PR und Consulting mit: Nachdem er fünf Jahre bei Radio PSR Leipzig als Journalist tätig war, trug er elf Jahre Marketing- und PR-Verantwortung auf Unternehmensseite.
11. **Sylvana Zimmermann**, seit acht Jahren als Beraterin bei der Agentur Jenni Kommunikation in Zürich tätig, wird ab dem 1. Dezember stellvertretende Geschäftsführerin. Mit **Daniel Scholten** verfügt die Agentur ab dem 1. Dezember auch über einen neuen Mitarbeiter, der in der Kundenberatung eingesetzt wird. Scholten war zuletzt bei Enzaim Communications in Zürich und danach als Social Media & Content Specialist bei PricewaterhouseCoopers AG tätig. Von der Agenturtätigkeit bei Jenni verabschiedet sich dagegen **Theo Froelich**, langjähriger stellvertretender Geschäftsführer.
12. **Johannes Kalteis** hat bei der österreichischen Agentur mayway Werbung & PR GmbH in Neulengbach bei St. Pölten die Bereiche Marketing und Sales übernommen. Ziel ist es, die Expansion der Agentur in Niederösterreich und Wien voranzutreiben. Nach beruflichen Stationen bei Ikea Austria, Spar Wien, NÖ & Burgenland und EconGas GmbH sowie selbstständiger Tätigkeit als Outdoor-Trainer übernimmt Kalteis jetzt Verantwortung auf Agenturseite.

Personalien compact - Unternehmen (9) (45. KW-2013)

1. **Marion Eisenblätter** hat als Nachfolgerin von **Manfred Neuhöfer** zum 1. Oktober die Leitung der Unternehmenskommunikation der LEG Immobilien AG in Düsseldorf übernommen. Sie hat zuletzt sieben Jahre die nationalen und internationalen Presse- und PR-Aktivitäten des Marktforschungsunternehmens GfK SE verantwortet. Zuvor hatte sie unter anderem bei



- der Alno AG und bei Sony Leitungsfunktionen im Bereich Kommunikation inne. Ihr neuer Arbeitgeber ist der drittgrößte börsennotierte Immobilienkonzern in Deutschland.
2. **Ingrid Krenn-Ditz** (48) wird ab Januar 2014 Leiterin der Kommunikation der Raiffeisen Zentralbank (RZB), der Raiffeisen Bank International (RBI) und der Verbundunternehmen. Im Rahmen von Sparmaßnahmen werden derzeit Stabsfunktionen wie die die Kommunikationsarbeit der Raiffeisen-Geldgruppe in Österreich mit Sitz in Wien zentralisiert. Damit wird Krenn-Ditz auch Sprecherin von RZB-Chef **Walter Rothensteiner**. Seit November 2011 ist sie Pressesprecherin und Leiterin der PR der RBI. (*Quelle: „Der Börsianer“, Wien*)
3. **Rita Baldegger** (48) wird ab dem 1. Februar 2014 neue Leiterin Konzernkommunikation und Mitglied der erweiterten Konzernleitung beim schweizerischen Rüstungskonzern Ruag in Thun. Baldegger wird Nachfolger **Jiri Paukert**, der die Leitung der Konzernkommunikation interimistisch innehat und sich danach wieder auf die Leitung des Fachbereichs Media Relations & PR konzentrieren wird. Baldegger berichtet an Geschäftsführer **Urs Breitmeier**. Zuvor arbeitete sie seit 2012 als Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Switzerland Global Enterprise in Zürich.
4. **Julius Schellmann** (33) leitet seit dem 1. November die Öffentlichkeitsarbeit bei Gicon Großmann Ingenieur Consult in Dresden. Die Position wurde neu geschaffen. Er berichtet an den geschäftsführenden Gesellschafter **Jochen Großmann**. Zuvor war Schellmann seit 2012 Referent Kommunikation für die Deutsche Bahn und seit 2009 Digital Commu-

- nication and Press Officerin der Britischen Botschaft in Berlin.
5. **Bodo von Braunmühl** (45) ist seit dem 15. Oktober Pressesprecher der Bestellplattform Delivery Hero in Berlin. Er wurde Nachfolger von **Susanne Mildner**, die seither als freie PR-Beraterin für verschiedene Unternehmen tätig ist. Von Braunmühl arbeitete zuvor seit Anfang des Jahres 2013 als Leiter PR und Marketing bei Norecu Executive Search und vorher seit 2010 bei Betfair als Head of PR. Bei seinem neuen Arbeitgeber berichtet von Braunmühl an Chief Marketing Officer **Hugo Suidman**.
 6. **Christina Werthner** (41) leitet seit dem 16. Oktober 2013 die Abteilung Corporate Communications der europäischen Tochter des japanischen Pharmaunternehmens Daiichi Sankyo in München. Die Germanistin und Kommunikationswissenschaftlerin hat in der Vergangenheit Kommunikationsabteilungen sowohl von Familienunternehmen wie auch börsennotierten Gesellschaften verschiedener Branchen geleitet. Zuletzt war sie verantwortlich für die gruppenweite Kommunikation des österreichischen Holzwerkstoffherstellers Egger.
 7. **Joachim A. Klähn** (57) wird zum 1. Dezember neuer Pressesprecher und Bereichsleiter Corporate Communications & Public Affairs bei der KiK Textilien und Non-Food GmbH in Bönen. Gemeinsam mit seiner Vorgängerin **Beatrice Volkenandt**, jetzt Abteilungsleiterin Unternehmenskommunikation, soll Klähn mit Nachhaltigkeitskommunikation und Employer Branding die kommunikative Neuausrichtung des Unternehmens vorantreiben. Klähn war zuletzt geschäftsführender Gesellschafter der SNK-Group. Zuvor leitete er unter anderem die Kommunikation bei der Bauer Media Group und bei Tchibo.
 8. **Jens Gerlich** (35) ist seit dem 1. November neuer Leiter der Politischen Kommunikation der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen (ADV) in Berlin. Er verantwortet die Lobbyarbeit für die 22 internationalen Verkehrsflughäfen, die unter dem Dach des Fachverbandes vertreten sind. Zuvor war er seit 2010 Büroleiter und Referent für Verkehrspolitik bei den **Oliver Luksic** (FDP) und **Petra Müller** (FDP), beide Mitglied des Deutschen Bundestages.
 9. **Stephanie Fröhling** (36) ist seit dem 1. November neue Pressesprecherin der Marke Neff der BSH Bosch und Siemens Hausgeräte



GmbH in München. Gleichzeitig verantwortet sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Spezialisten für Einbaugeräte. Der Aufgabenbereich der Abteilung umfasst die gesamte Marken- und Produkt-PR für Großgeräte von Bosch, Siemens und Neff. Sie folgt in dieser Position auf **Angelika Spitzer**, die neue Aufgaben in der internen Unternehmenskommunikation übernehmen wird. Fröhling ist bereits seit 2007 Pressesprecherin für die Marke Bosch.

Etats

Borgmeier Public Relations mit vier Neukunden an Bord

Gleich vier neue Namen aus den Bereichen Softwareentwicklung, Beauty, Lifestyle und Kinderspielzeug haben sich auf der Kundenliste der Delmenhorster Agentur Borgmeier Media Gruppe GmbH eingetragen. Der Softwareentwickler für mobile Logistiklösungen, die Smilog GmbH aus Falkensee bei Berlin, hat bei Borgmeier klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gebucht. Auch in der Gesundheits-Branche erweitert Borgmeier Public Relations sein Portfolio um die Theraline eK. Der Hersteller von Stillkissen wird unterstützt in Sachen Produkt-PR. Weitere Made-in-Germany Firma, die ihren Etat an die Delmenhorster Public Relations vergeben hat, ist das Bremer Start-up- und Life-

style-Unternehmen Simple Home GmbH. Auch der Hamburger Standort der Borgmeier PR meldet Zuwachs: Die Build-A-Bear Workshop Holding AG mit Sitz in Hamburg hat ihren Etat an die Mediengruppe vergeben. Im Fokus der Zusammenarbeit stehen hier Produkt-PR und Medienarbeit für die Hauptzielgruppe Endverbraucher.

Neue Markenkampagne von Serviceplan zum Mitmachen

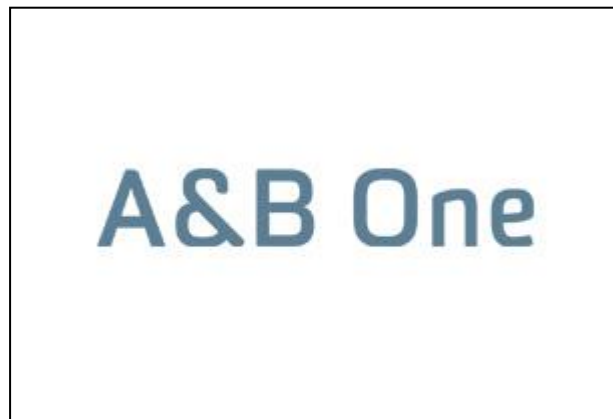


Im Frühjahr 2014 wird SportScheck einem seiner Kunden ein lebensgroßes Denkmal setzen: Unter dem Motto „Dein Ziel. Dein Denkmal.“ zeigt das Münchner Traditionshaus damit, dass es nicht nur Ausrüster, sondern vor allem Berater und Unterstützer für Sportler jeden Levels ist. Am 11. November startet die dazugehörige Online-Markenkampagne, in der nach dem Sportler gesucht wird, der dieses Denkmals würdig ist. Es ist die erste Marken-Kampagne, die von der neuen Leadagentur Serviceplan Campaign umgesetzt wird. Der Link zum Online-Spot auf YouTube befindet sich [hier](#) und auf dem Foto.

Kruger Media für Vevo und den „John Lennon Bus“

Die Berliner Agentur Kruger Media freut sich über den Gewinn zweier internationaler Neukunden: Vevo, eine der weltweit führenden Musikvideoplattformen mit Sitz in London, sowie der „John Lennon Educational Tour Bus“, das größte fahrende Tonstudio der Welt. Beide Projekte passen zur Entertainment-Expertise der Berliner Agentur für Markenkommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Etats compact (14) (45. KW-2013)

1. HanseMercur Krankenversicherung AG, Hamburg
was: Kommunikationsetat und Markenbildung
an: **Scholz & Friends**, Hamburg
2. Hersteller von Reinigungsprodukten Vileda GmbH, Weinheim
was: Social Media und Community Management
an: **revo. Revolutionäre Kommunikation**, Köln
3. Mineralbrunnen-Unternehmens aquaRömer GmbH & Co. KG, Göppingen
was: Marken-PR für Aqua Römer, Göppinger und Bad Niedernauer Römerquelle
an: **Ansel & Möllers GmbH**, Stuttgart
4. TYPO3 Association (Förderverein der Typo3 Community), Baar (Schweiz)
was: PR zur Steigerung der Bekanntheit der freien Software Typo3
an: **Fink & Fuchs Public Relations**, Wiesbaden
5. a) Welcome Hotels, Wartstein
was: Film über die Ausbildungs- und Berufschancen bei Welcome
b) Online Reseller Sparhandy GmbH, Köln
was: Produktfilm für seinen Marketing-Partner Sony Mobile
an: **wildcard communications GmbH**, Bewegbild-Unit, Köln
6. Aftersalesspezialist (Callcenterdienste u.ä.) Becker & Partner GmbH Aachen
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **timmtomtext GbR**, Aachen

7. Aegerion Pharmaceuticals, Inc., Cambridge
was: Kommunikation zur Einführung des Arzneimittels Lojuxta®
an: **Dorothea Küsters Life Science Communications GmbH**, Frankfurt am Main
8. Software-Entwickler für Bildbearbeitung onOne Software, Portland (USA, Oregon)
was: Presse- und Marketingkooperationen für onOne Software in der Region DACH
an: **Sticky Ideas**, Kerken
9. Klosterfrau Healthcare Group, Köln
was: Kommunikationsetat der Vitamin- und Mineralstoffmarke taxofit
an: **Havas Worldwide** Düsseldorf
10. Panasonic Marketing Europe GmbH, Wiesbaden
was: Kommunikation für die DECT-Telefonlinie in der Region DACH
an: **Storymaker GmbH**, Tübingen
11. Stadtpolizei Zürich
was: Kampagne zur Vorbeugung gegen Taschendiebstahl
an: **The PR Factory**, Zürich
12. Orior Deutschland GmbH, Frankfurt am Main
was: Neuer Markenauftritt für „Nature Gourmet“ und Kampagne „Schnitzel ohne Grunz“
an: **Talk of Town. Wächter & Wächter**, München
13. Online-Payment-Anbieter Paymill, München
was: Steuerung und Koordination der PR-Aktivitäten in Europa
an: **Element C, Agentur für PR und Design**, München

Agenturen

Agenturen compact (4) (45. KW-2013)

1. Die **Agentur für Unternehmens- und Markenkommunikation Klenk & Hoursch AG**, Frankfurt am Main, erzielte im zum 30. September endenden Geschäftsjahr 2013 einen Honorarumsatz von gut 3,2 Millionen Euro. Der **Umsatz legte damit um drei Prozent zu**. „Besonders in den Bereichen Brand Communications und Social Media konnten wir zulegen“, sagt Managing Partner Volker Klenk. Der Start ins nunmehr elfte Geschäftsjahr brachte schon jetzt einige substanzielle Etat-



- gewinne, weshalb die Agentur ihr 30-köpfiges Team aufstocken will.
2. Die **PR-Firma Edelman** baut die europäische Präsenz der **Marktforschungs-Practice Edelman Berland** weiter aus und startet nun auch in Deutschland. Damit erweitert Edelman Deutschland, Frankfurt am Main, seine Beratungskompetenz in den Bereichen Consumer und Industry Insights sowie Stakeholder Audits, Reputation Monitoring und Evaluation. Neben industriespezifischen Erhebungen für Kunden führt Edelman Berland auch eigene Studien wie brandshare und das Edelman Trust Barometer durch, das im Januar zum 14. Mal erscheinen wird.
3. **Agenturgründung in Berlin**: Carolin Stephan und Gunnar Lott, Journalisten und Leiter von PR-Abteilungen in der Gamesbranche, haben eine neue PR-Agentur in Berlin gegründet. Die Firma heißt keySquare Communications, wird aber unter der Marke **Visibility Communications** auftreten. Schwerpunkt soll die Öffentlichkeitsarbeit für Unternehmen der Gamesbranche und Technologie-Start-ups werden. Zum Leistungsangebot gehören neben PR auch Social-Media-Betreuung, Grafik und Video, Events und journalistische Formate wie Broschüren, Firmenmagazine oder Blogs.
4. **Jubiläum**: Die **Flutlicht GmbH**, eine inhabergeführte Kommunikationsagentur für Technologieunternehmen mit Sitz in Nürnberg, blickt auf **zehn bewegte Jahre** zurück. Was offiziell im Herbst 2003 mit den vier geschäftsführenden Gesellschaftern Eva Föhlinger, Andrea Gantikow, Stefan Koch und Oliver Wohlers sowie mit einer weiteren Seniorberaterin begann, entwickelte sich nach eigenen Angaben

schnell zur **Erfolgsgeschichte**. Mit heute insgesamt 20 Mitarbeitern an den beiden Standorten Nürnberg und München gehört Flutlicht zu den führenden deutschen Agenturen im ITK Ranking.

Branche

DPRG-Bayern baut internationale Kontakte aus: Kooperationsabkommen mit slowenischem Verband geschlossen

Im Rahmen des slowenischen PR-Kongresses, der diesmal vom 7. bis 8. November im Adria-Seebad Portoroz stattfand, unterzeichneten Christina Kahler, Landesvorsitzende der Deutschen Public Relations Gesellschaft in Bayern, und Iztok Verdnik, Präsident des slowenischen Verbandes PRSS, ein Kooperationsabkommen. Darin versichern sich beide Seiten, auf dem Gebiet der Verbesserung von PR und Kommunikation eng zusammenzuarbeiten, ihre Veranstaltungen miteinander abzustimmen und kontinuierlich nach weiteren Möglichkeiten der Kooperation zu suchen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Edeka genießt bei Verbrauchern das größte Vertrauen

Wer Lebensmittel so sehr liebt, hat bei den Kunden ganz klar einen Stein im Brett: Neun von zehn Verbrauchern vertrauen Edeka. Damit ist der kaufmännisch organisierte Einzelhandelsverband der vertrauenswürdigste Lebensmittelhändler in Deutschland. Das geht aus einer Umfrage des PR-Agentur-Verbands GPRA und TNS Emnid für die Branchenzeitschrift „Horizont“ hervor. Von den elf abgefragten Einzelhändlern schafft nur Edeka die 90-Prozent-Marke.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Medien

Recherche-Tipp für Journalisten: Affäre Snowden chronologisch aufbereitet



Die Affäre Snowden nimmt kein Ende. Eine Chronologie der Ereignisse hat die Münchner Agentur PR-COM jetzt auf einer [eigenen Website](#) zusammengestellt. Bereits im Jahr 2009 hat PR-COM das „Projekt Datenschutz“ initiiert, um die Öffentlichkeit für das Thema Datenschutz zu sensibilisieren. Die Affäre rund um den Whistleblower Edward Snowden und die Machenschaften von Geheimdiensten wie der NSA hatte und hat erhebliche Auswirkungen auf allen Ebenen von Gesellschaft und Politik. Um die zahlreichen Ereignisse übersichtlich zusammenzufassen, hat die Kommunikationsagentur PR-COM die neue Website ins Leben gerufen. Tagesaktuell stellt sie alle Geschehnisse und ihre Auswirkungen chronologisch dar. Zeitgleich gibt es einen entsprechenden [Twitter-Auftritt](#). Unterstützung erhält die Agentur von Thilo Weichert (Foto), Datenschutzbe-

auftragter des Landes Schleswig-Holstein.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DJV-Verbandstag: acht Thesen zur Zukunft des Journalismus und Forderungen an den neuen Bundestag

Der Deutsche Journalistenverband (DJV) hat sich bei seiner Verbandstagung in Hannover einerseits mit zahlreichen Zukunftsthemen und andererseits mit einer ganzen Reihe von konkreten Anträgen zum Ausbau der Pressefreiheit und der journalistischen Freiheitsrechte beschäftigt. Als eines der wichtigsten Probleme der Zukunft ist die weitere Finanzierung des Journalismus diskutiert worden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DJV-Bundesvorstand im Amt bestätigt

Die sieben Mitglieder des DJV-Bundesvorstands wurden am 5. November von den Delegierten des DJV-Verbandstags in Hannover im Amt bestätigt. Als Vorsitzender steht der 60-jährige Journalismus-Dozent Michael Konken für weitere zwei Jahre an der Spitze des Deutschen Journalisten-Verbands. Seine Stellvertreter sind weiterhin die freien Printjournalisten Ulrike Kaiser und Michael Anger. Schatzmeister bleibt der freie Journalist Frank Überall. Als Beisitzer wurden die freie Journalistin Kathrin Konyen, der Zeitungsredakteur Wolfgang Grebenhof und der Zeitschriftenredakteur Peter Jebesen in ihren Ämtern bestätigt. Gegenkandidaten waren nicht zur Wahl angetreten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (2) (45. KW-2013)

1. Die **Mediengruppe Madsack**, Hannover, baut um: Sie hat eine **zentrale Redaktionsgesellschaft** für überregionale Inhalte gestartet und die Chefredaktion der „Hannoverschen Allgemeinen Zeitung“ (HAZ) umstrukturiert. Wie „newsroom.de“ berichtet, übernimmt der bishe-



rige Chefredakteur der „HAZ“, **Matthias Koch**, die journalistische Führung der Redaktionsgesellschaft. Diese soll künftig überregionale Inhalte für die Regionalzeitungen der Madsack-Gruppe (u.a. „HAZ“, „Leipziger Volkszeitung“, „Märkische Allgemeine Zeitung“) produzieren, hieß es. Alleiniger „HAZ“-Chefredakteur wird Kochs Co Hendrik Brandt. (Quelle: „newsroom.de“)

2. **Terminhinweis:** Der Landesverband Nordrhein-Westfalen des Deutschen Journalistenverbandes (DJV-NRW) lädt am **23. November zum Journalistentag NRW** ins Dortmunder U ein. Angeboten werden Foren zu Themen wie Crossmedia und Social Media in der Redaktion. Den Auftakt bildet eine Diskussion mit Jan Fleischhauer, „Spiegel“, und Ines Pohl, „taz - die Tageszeitung“, zum Thema „Journalismus mit Haltung“ Die Teilnahme ist kostenlos. Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeit auf der [Website zum Journalistentag](#).

Social Media

Revolution: Sind die Social-Media-Enthusiasten gescheitert?

Seitdem ich blogge, twittere usw., gebe ich in Social Media neben meinem Namen meist den Zusatz Social Web Enthusiast an. Das hat einen einfachen Grund: Enthusiasmus ist ein gutes Stück mehr als Interesse oder Leidenschaft. Der Enthusiasmus, der mich an- und umtreibt, zeigt sich beispielsweise

in der Neugierde auf neue Techniken und Menschen mit Ideen.

Oder darin, dass ich meine Jobs über bloggen, twittern, facebooken etc. bekommen habe, was auch nicht selbstverständlich ist. Ich könnte noch viele weitere Beispiele anführen, etwa dass ich viel lese und das off- wie online und dabei immer wieder interessante Dinge entdecke, die mir bis dahin unbekannt waren.

Den Artikel von [Johannes Lenz](#) am 6. November in "lead.Digital" [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Reputation Management

Schäuble und Steinbrück genießen hohes Ansehen bei Wirtschaftsjournalisten – Trittin büßt Reputation ein

Finanzminister Wolfgang Schäuble (CDU) und der ehemalige SPD-Spitzenkandidat Peer Steinbrück verfügen unverändert – wie schon im Frühjahr 2013 und im Herbst 2012 – über die beste Reputation bei Wirtschaftsjournalisten. Dies belegt eine Umfrage des Heroldsberger Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doebelin von Anfang November. Auf dem dritten Rang folgen praktisch gleichauf der voraussichtliche neue FDP-Vorsitzende Christian Lindner, Bundeskanzlerin Angela Merkel und Sahra Wagenknecht (Die Linke). Angela Merkel hat dabei gegenüber Frühjahr 2013 und Herbst 2012 – aus Sicht der Wirtschaftsjournalisten – doch wahrnehmbar an Wirtschaftskompetenz verloren. Umgekehrt ist bei Sahra Wagenknecht für den gleichen Zeitraum ein kontinuierlicher Reputationsgewinn bei Wirtschaftsjournalisten feststellbar. Sie genießt bei der engeren Zielgruppe der leitenden Wirtschaftsjournalisten sogar ein überproportional hohes Ansehen. Abgestraft wurde hingegen der ehemalige Fraktionsvorsitzende der Grünen, Jürgen Trittin.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

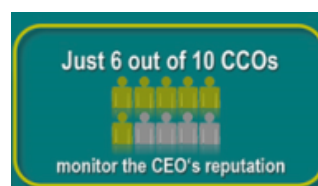


Medienpräsenz der CEOs: Kaeser von Siemens lag vorn im 3. Quartal

Der Führungswechsel bei Siemens war im dritten Quartal eines der beherrschenden Themen in der Wirtschaftspresse und sorgte dafür, dass der neu gestartete Vorstandsvorsitzende Joe Kaeser unter allen DAX-CEOs die größte Medienpräsenz hatte. Das vermeldet der „Pressesprecher“ in seiner Online-Ausgabe unter Berufung auf die Münchner Agentur für CEO-Positionierung Keynote-Kommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Chefsache: Guter Ruf von Unternehmen entsteht an der Spitze



Neun von zehn europäischen Kommunikations-Chefs sind überzeugt: Der gute Ruf ihrer Unternehmen

hängt stark von der Frau oder dem Mann an der Spitze, dem CEO (Chief Executive Officer), ab. Wie die Unternehmensspitze nach innen und außen kommuniziert, wie sie mit den Medien umgeht, ist für die Reputation entscheidend. Allerdings sind viele Unternehmen noch längst nicht immer so weit, ihre Spitzenmanager strategisch zu positionieren und so ihre Reputation zu prägen. So hat fast jedes zweite befragte Unternehmen keine Daten zur Reputation des jeweiligen CEOs, weil es kein systematisches Monitoring gibt (*dies beschreibt auch das kleine Schaubild oben links*). Dies ist ei-

nes der Ergebnisse der am 6. November veröffentlichten Studie „European Chief Communication Officers Survey“, die von Kommunikationswissenschaftlern mehrerer europäischer Universitäten durchgeführt wurde. Befragt wurden ausschließlich Experten, die für den guten Ruf ihrer Unternehmen verantwortlich sind: 579 Kommunikationschefs (Chief Communication Officers) aus 39 europäischen Ländern. 43 CCOs von global tätigen Unternehmen mit europäischem Sitz nahmen darüber hinaus an einer vertiefenden qualitativen Befragung teil.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR Unternehmensverantwortung

Good Company Ranking 2013: DAX-Konzerne führen in Europa die Liste an



Die DAX-Konzerne Bayer, BMW und BASF sind in den Disziplinen „Personalmanagement“, „Gesellschaftliches Engagement“, „Umwelt-Management“ und „Finanzielle Performance und Transparenz“ die besten Unternehmen Europas. Zu diesem Ergebnis kommt das aktuelle „Good Company Ranking 2013“, Europas größter unabhängiger Corporate Social Responsibility (CSR)-Wettbewerb, den die Hamburger Kirchhoff Consult AG nach 2005, 2007 und 2009 zum vierten Mal initiiert hat. (Foto: Rainer Kirchhoff, der Initiator des Good Company Rankings.)

Die Ergebnisse im Einzelnen: Die ersten fünf Plätze belegen deutsche Konzerne. Das überrascht auf den ersten Blick. So befinden sich unter den Top-10-Unternehmen nur zwei nicht-deutsche Firmen. Worauf ist diese offensichtliche Verschiebung in dem Ranking zurückzuführen? Eine Ursache ist, dass die ausländischen Unternehmen, die im vergangenen Ranking gut abgeschnitten haben, Rohstoffkonzerne waren, die zu der damaligen Zeit

– insbesondere vom Kapitalmarkt getrieben – außergewöhnlich gut performten. In den letzten zwei Jahren entwickelten sich deutsche Unternehmen hingegen besser als viele europäische Wettbewerber.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht. Wie man sich die Tropensonne ins Haus holt: Mango-Bananen-Tarte



(nsb) „Zwei Apfelsinen im Haar, und an der Hüfte Bananen, trägt Rosita seit heut' zu einem Kokosnussskleid ...“ So ging der leicht debile Text, den

Fred Weyrich für das deutsche Publikum dem Welthit „A Banda“ untergeschoben hatte; die niedliche Französin France Gall verlieh 1966 dem Samba von Chico Buarque ihre Piepsstimme. Orangen, Bananen, Kokos – das hatte vor fünfzig noch den Klang von Exotik. Und Weyrichs Text sollte wohl an das Bild von Josefina Baker in ihrem Bananenröckchen anknüpfen – die „Schwarze Venus“ hatte Exotik und Erotik auf einen Nenner gebracht.

Heute sind Südfrüchte in jedem Supermarkt erhältlich, das Besondere wird eher in Steckrübe und Schwarzwurzeln sichtbar. Passionsfrucht und Ingwer sind feste Bestandteile der heimischen Kost geworden – das gilt zumindest in den Ballungsräumen, wo reiselustige Deutsche und Einwanderer aus vielen Gegenden der Welt Wand an Wand wohnen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Soziale Berufe kann nicht jeder, Teil 3 von 3: Fortsetzung der Kampagne folgt

Nach drei Jahren läuft die Förderung der Onlinekampagne der Diakonie Deutschland durch den Europäischen Sozialfonds und das Bundesministerium für Arbeit und Soziales Ende 2013 aus. Aufgrund der positiven Resonanz von allen Seiten ist es jedoch gelungen, sie in Form einer Mischfinanzierung für mindestens zwei Jahre weiterzuführen.



Der Webfish Internet Award in Gold und das Comenius EduMedia Siegel waren kurz nach dem Go Live des Berufeportals www.soziale-berufe.com die ersten Erfolge für „Soziale Berufe kann nicht jeder“. Schnell war klar: Die Strategie geht auf. Nominierungen für den European Excellence Award 2012, den Deutschen Bildungsmedienpreis digital 2013 und den KAUSA Medienpreis 2013 folgten. Die Highlights für „Soziale Berufe kann nicht jeder“ waren der Gewinn des Deutschen Preises für Onlinekommunikation 2013 in der Kategorie „Recruiting Kampagne“ und des Silbernen Annual Multimedia Awards 2014 in der Kategorie „Crossmediale Kampagne“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Deutsche Presseakademie präsentiert Gesamtprogramm 2014



**DEUTSCHE
PRESSEAKADEMIE**
STUDIUM • SEMINARE • E-LEARNING • TAGUNGEN

Bereits im zehnten Jahr hintereinander bietet die Deutsche Presseakademie in Berlin ein umfassendes

Fortbildungsprogramm für PR-Schaffende in ganz Deutschland. Neben bewährten Seminaren ergänzen im kommenden Jahr Themen wie „Corporate Communication“, „PR für Jobcenter“, „Beratungskompetenz und -methoden“, „Transparenz und Kommunikation mit NGOs“ und „Stakeholder Management“ das Programm. Neue Wege geht die depak auch im Bereich E-Learning mit der ersten Schreibwerkstatt 2.0. Darüber hinaus gestaltet sich das bisherige „Abendstudium Public Relations“ künftig flexibler und mit intensivierten Arbeitsphasen. Dadurch dauert das neue „Campusstudium“ nur noch neun statt wie bisher zwölf Monate.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Erste Employer Branding-Tagung



Employer Branding ist zum strategischen Wettbewerbsfaktor geworden! Diese These steht im Mittelpunkt der ersten „Employer Branding-Tagung“, die die Deutsche Presseakademie am 12. und 13. Dezember in Berlin anbietet. Die Ankündigung liest sich viel versprechend: „eine motivierte Belegschaft, die sich mit ihrem Unternehmen identifiziert, steigende Bewerberzahlen qualifizierter Fachkräfte und ein Vertrauensvorschuss der Öffentlichkeit durch ein positives Image als Arbeitgeber“ – das alles stelle sich ein, sofern es gelinge, eine starke Arbeitgebermarke zu entwickeln. Eingeladen sind Kommunikatoren und PR-Experten, aber auch Personalverantwortliche und Mitarbeiter, die für das Marketing verantwortlich sind. Themenschwerpunkte sind die interne und externe Kommunikation der Arbeitgebermarke, die Zusammenarbeit zwischen PR, HR und Marketing sowie die Identifizierung von Alleinstellungsmerkmalen der jeweiligen Arbeitgeber.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Depak-Seminar: Strategien für Bewegtbild-Kommunikation

Ein Film sagt mehr als 1.000 Worte, heißt es in der Ankündigung der Strategiekonferenz für Bewegtbild-Kommunikation. Sollen wir es also beim [Link auf die Veranstaltung](#) am 9. und 10. Dezember in Berlin bewenden lassen? Nein, ganz klassisch informieren wir unsere Leser über das Angebot der Deutschen Presseakademie (Depak). Hintergrund des Seminars ist, dass immer mehr PR-Professionals auf Videos im Netz setzen. Doch was steckt dahinter und was ist State of the Art im Bereich Bewegtbild? Welche Filme sind erfolgreich



und was sind die größten Fehler? Mit welchen Kosten müssen Produzenten rechnen

und wie überzeugen Kommunikatoren ihren Chef von Bewegtbild? Play - Die Strategiekonferenz für Bewegtbild-Kommunikation in Berlin will Antworten geben auf diese und weitere Fragen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung compact (1) (45. KW-2013)

1. Wie generiere ich **Content für Social Media**? Diese Frage beantwortet Social-Media-Expertin, Inhaberin der Agentur Wake up Communications und „PR-Journal“-Autorin **Nadja Amireh** am 2. Dezember in Düsseldorf für die school of communication and management (scm). Im Rahmen des Seminars **„Kommunikation heute und jetzt! Wie ein Kommunikationsmix aus klassischer Pressearbeit und Social Media gelingt“** erläutert Amireh, wie die Teilnehmer ihre klassische Pressearbeit elegant mit Dialogen in Social Media zu einem erfolgreichen Kommunikationsmix verweben können. Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeit auf der [scm-Website](#).

Studien

Studie: Erfolgskennzahlen im Employer Branding sind gefragt – aber kaum genutzt

Das Geld sitzt nicht (mehr) locker. Im Marketing. Im Vertrieb. Und auch im Bereich Employer Branding geraten die Entscheider zunehmend unter „Rechtfertigungsdruck“. Alles muss sich rechnen – so der Trend. Aber in den meisten Unternehmen gibt es bis dato kein standardisiertes Kennzahlensystem, das den Erfolg von Employer Branding Maßnahmen adäquat misst und steuern hilft. Eine Gemeinschaftsstudie der defacto research & consulting GmbH aus Erlangen mit der Otto Friedrich Universität Bamberg Studie liefert nun erstmals wertvolle Hinweise hinsichtlich der Relevanz und der tatsächlichen Nutzung entsprechender Kennzahlen für das Employer Brand Controlling. Das wichtigste Ergebnis vorweg: Das Bewusstsein für die Erfolgsmessung ist in den Personaletagen zwar schon vorhanden, an vielen Stellen fehlt es jedoch an der nötigen Umsetzung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Ernährungsindustrie zweifelt an der Einhaltung eigener Werbeaussagen

Schlechte Noten für die deutsche Ernährungsindustrie. Zwar verweist die Berliner Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) in Folge der Online-Untersuchung „Krisenmanagement & Krisenkommunikation 2013“ stolz darauf, dass von den 300 befragten Unternehmen 87 Prozent über ein ausgearbeitetes Krisenmanagementsystem verfügen, doch ist das nur die halbe Wahrheit. Denn die Studie, die gemeinsam mit der AFC Consulting Group durchgeführt wurde, brachte auch zu Tage, dass jeder zweite Lebensmittelhersteller nach eigenen Angaben nicht weiß, ob er seine Werbeversprechen auch einhalten kann. Das

bereit gehaltene Kriseninstrumentarium findet also schnell Anwendung, wenn man nicht garantieren kann, seine Zusagen gegenüber dem Verbraucher einzuhalten. Die Organisation Foodwatch e.V., Berlin, bemerkt dazu in einem Beitrag auf ihrer Website: „Der unbekümmerte Umgang mit Werbebotschaften erstaunt umso mehr, als die Lebensmittelwirtschaft bereits seit Jahren eine Vertrauenskrise beklagt und eine Verbraucher-Umfrage im Auftrag der BVE schon 2011 vernichtende Zahlen geliefert hatte.“ Lesen Sie selbst die [vollständige Einschätzung von Foodwatch](#). Zur Studie des BVE geht es [hier](#).

Studien compact (2) (45. KW-2013)

1. Allen Unkenrufen zum Trotz: **Markenprodukte** genießen in Deutschland ein **hohes Vertrauen**. Besonders beliebt sind Technikmarken wie Apple und Samsung bei den Männern sowie die Modemarken Esprit und s.Oliver bei den Frauen. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Studie, die das Markt- und Trendforschungsinstitut EARSandEYES im Auftrag der **Hamburger Kommunikationsagentur P.U.N.K.T PR** durchgeführt hat. Im September dieses Jahres wurden 1.000 Männer und Frauen zu ihrer Wahrnehmung von Hersteller- und Handelsmarken in den Bereichen Lebensmittel, Kosmetik, Mode und Technik befragt.
2. **Com-X-Studie 2013** - achter und letzter Teil: Wie stark nutzen Besserverdiener die Unternehmenskommunikation? Kommunikationsangebote von Unternehmen werden vom kaufkräftigen Publikum mit höherem Einkommen (über 3.000 Euro netto) zu einem deutlich größeren Teil (28 Prozent) aktiv gesucht als vom Durchschnitt der Bevölkerung (9 Prozent). Dies ergab die repräsentative „Com-X“-Studie 2013 der GfK Marktforschung im Auftrag der ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation. Die wissenschaftliche Federführung hatte Agenturinhaber Michael Bürker inne, der auch Professor an der MHMK ist. Weitere Informationen direkt bei [ComMendo](#).

Termine

Termine compact (6) (45. KW-2013)

1. Die **Landesgruppe Nord der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG)** lädt Mitglieder und Gäste zu einem **Jahresausklang** in lockerer Runde ein. Am **18. November** wollen die PR-Fachleute bei Fingerfood und Getränken das zu Ende gehende Jahr Revue passieren lassen und gemeinsam Pläne für das neue schmieden. Treffpunkt ist ab 19:00 Uhr die Private Lounge, An der Alster 47, in Hamburg. Der Veranstalter bittet um [Anmeldung per Mail](#) bis zum 14. November.
2. „**Chance CSR – wie alle Seiten profitieren**“ heißt am **29. November, 14.00 bis 19.00 Uhr**, eine Vortragsveranstaltung, zu der die Landesgruppe Bayern der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) und der Sozio Topos e.V. einladen. In den Räumen der Commerzbank, Promenadeplatz 7, in **München** sind Referate, eine Podiumsdiskussion und nicht zuletzt der Austausch mit dem Publikum vorgesehen. Details zu Programm und Anmeldung finden sich auf [dieser Veranstaltungswebsite der DPRG](#).
3. Der „**Personality-Talk**“ der **Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR)** geht in die dritte Runde: Am **28. November** lädt TV-Moderator und Personal Coach Georg Holzach Teilnehmer und Alumni der DAPR-Grundausbildung sowie Interessenten am DAPR-Ausbildungsprogramm zum Stimmtraining in die Villa Orange in Frankfurt am Main. Los geht es um 18:30 Uhr. Das Training ist kostenfrei. Die Personality Talks sind eine Ergänzung zu den Seminaren der DAPR, sie sollen hilfreiche Impulse für die Weiterentwicklung der Persönlichkeit liefern. Der Veranstalter bittet um Anmeldung über die [DAPR-Website](#) oder [per Mail](#).
4. Save the date: Der **Fachtag Kommunikations-Controlling 2014** des **F.A.Z.-Instituts** findet im neuen Jahr am **26. März** statt. Unter dem Motto „**Kommunikationsteuerung 3.0 – international, integriert, intermedial**“ bietet das Frankfurter Institut ein Diskussionsforum mit verschiedenen Experten. Die Leitfragen lauten: Was sind die wichtigsten internationalen Trends bei der Planung, Steuerung und Kontrolle von Kommunikation? Und was kann PR

beim Kommunikations-Controlling von Marketing und Werbung lernen? Weitere Informationen auf der Website des [F.A.Z.-Instituts](#).

5. Die Landesgruppe Sachsen der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) lädt am **13. November um 18:00 Uhr nach Dresden** ein zu einer **kurzweiligen Fachveranstaltung**. Referent an diesem Abend im Tagungsraum 2 der ENSO wird **PR-Urgestein Gerhard A. Pfeffer** sein. Der Herausgeber und Chefredakteur des „PR-Journals“ wird aus dem Erfahrungsschatz seiner 49 Berufsjahre in der PR-Branche berichten. Er wird sich Fragen widmen, wie man die richtige PR-Agentur findet oder was PR kosten darf. Der Veranstalter bittet um Anmeldung *per Mail* bis zum 11. November.
6. Die ursprünglich für den 8. Oktober vorgesehene **Nachbetrachtung der Kommunikation zur Bundestagswahl** findet jetzt am **27. November um 19.00 Uhr im Sheraton Hotel in Essen** statt. Die **Landesgruppe NRW der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG)** erneuert daher ihre Einladung zum PR-Talk. Gastreferent ist Karl-Rudolf Korte, Professor für Politikwissenschaft an der Universität Duisburg-Essen. Er thematisiert in seiner Nachlese des Bundestagswahlkampfes insbesondere die medialen Gesichtspunkte. Korte nimmt die Auswüchse und Zuspitzungen unter die Lupe und bezieht Stellung zu den kommunikativen Aspekten. Die DPRG-NRW bittet auf [dieser Website](#) um Anmeldung bis zum 22. November.

Katalogs liefert capito eine online abrufbare Scorecard, mit der Unternehmen und Organisationen die Qualität ihrer Bildungsmaterialien messen, dokumentieren und bewerten können. Die Idee hinter dem CSR-Projekt ist es, sich der gesellschaftlichen Verantwortung zu stellen, die aus der Bildung von Kindern und Jugendlichen entsteht, und für mehr Transparenz in der Bildungskommunikation zu sorgen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Cision stellt neue Version seines Presseportals vor



Cision, einer der führenden Anbieter von Software und Dienstleistungen für die PR- und Marketingbranche mit Sitz in Frankfurt am Main, stellt die neue Version des Presseportals „*news Powered by Cision*“ vor. Das Angebot richtet sich an Unternehmen, PR- und Marketing-Profis sowie Medienschaffende. Es bietet Organisationen und Interessierten unterschiedlicher Branchen- und Mediengattungen verbesserte und neue Funktionalitäten bezüglich der Bereitstellung, Suche und Organisation von News. Hierzu trägt auch das responsive Webdesign bei.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps

Kriterienkatalog für „saubere“ Bildungskommunikation



Pünktlich zum fünften Geburtstag veröffentlicht capito – Agentur für Bildungskommunikation, Berlin, einen wissenschaftlich fundierten Kriterienkatalog zur Qualitätssicherung für Kommunikation im Bildungsbereich. Ergänzend zur Printversion des

Cognita macht Media Monitoring mobil

Cognita präsentiert die dritte Generation blueReport und damit eine



weiterentwickelte Form des Media Monitorings. Verschiedene Funktionserweiterungen und eine nach eigenen Angaben „noch intuitivere Usability“ sollen stärker als bisher das effektive Arbeiten mit der Web App in den Mittelpunkt stellen. BlueReport ist integriertes Media Monitoring in Echtzeit. Alle Treffer aus Onlinemedien und Social Media stehen direkt nach der Veröffentlichung in der Web App zur Verfügung. Mit wenigen Klicks lassen sich daraus

Reports, Medienspiegel und Newsletter erstellen.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Webinar über den richtigen Umgang mit Bildrechten



Beim Einsatz von Fremdbildern in der Unternehmenskommunikation droht ein hohes Risiko, abgemahnt zu werden. Fehlerhafte oder unterlassene Urheberkennzeichnungen sind überall zu finden – und kaum einem Unternehmen ist dies bewusst. Wie die aktuelle Urheberrechtslage aussieht, erklärt der Mainzer Rechtsanwalt Niklas Plutte (*Foto: © Florian Schüppe!*) in einem Webinar der PR-Agentur Walter Visuelle PR GmbH am 19. November um 10.30 Uhr. Der auf das Recht der Neuen Medien spezialisierte Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz zeigt typische Fehler bei der Verwendung von Fremdbildern auf. Er gibt den Teilnehmern konkrete Handlungsempfehlungen, wie sie das eigene Unternehmen einfach und wirkungsvoll vor Abmahnungen schützen können.

Die Teilnahme am Webinar „Bildrechte – der richtige Umgang mit Bildern“ kostet 29,97 Euro zzgl. MwSt.. Die Teilnehmer haben am Ende des Webinars die Möglichkeit, Fragen zu stellen. Anmeldung und weitere Informationen gibt es auf [dieser Webseite zum Webinar](#).

Etatkalkulator 2013/2014 erschienen

Herbstzeit gleich Kalkulationszeit: Pünktlich zur Planung der neuen Budget kommt deshalb der neue Etat Kalkulator 2013/2014 auf den Markt. Mit über 500.000 Einzeldaten enthält der Etat-Kalkulator Online und mit über 13.000 Einzeldaten die Printversion die aktuellen Kostendaten für alle gängigen Werbemöglichkeiten. Die Freiburger Creativ Collection Verlag GmbH bietet das hilfreiche Instrument zur Ermittlung von PR-, Werbe- und Marketing-Kosten in drei Varianten: Etat Kalkulator

Online zum Preis von 139 Euro, Etat-Kalkulator - Print plus Online zum Preis von 199 Euro und Etat-Kalkulator – Printausgabe (ohne Online-Zugang) für 99 Euro. Übersichtlich und schnell auffindbar bietet der Etat Kalkulator einen Überblick über sämtliche Kosten und Honorare. Weitere Informationen bietet der Verlag auf seiner [Webseite](#), per [E-Mail](#) und telefonisch an: +49 761 479 240.

Tipps compact (1) (45. KW-2013)

1. Wenn das tatsächliche PR-Leben doch auch so einfach wäre... **Ausschnitt Medienbeobachtung**, Berlin, hat ein **Poster** entwickelt, das in zehn Schritten zusammenfasst, was im Fall einer **Krise** zu tun ist. Von „1. Fallstricke und -höhen ausloten“ bis „10. Nach der Krise ist vor der Krise“ fassen die Medienbeobachter unter kleinen Icons zusammen, was zu tun ist. Wer möchte, kann das Plakat per E-Mail an die [Ausschnitt-Medienbeobachtung](#) kostenlos bestellen. Die Angabe der Versandadresse genügt.

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 10 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (36)

Volontariat/Trainee

Die 9 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- vom Hoff Kommunikation sucht Junior-Berater (m/w), Düsseldorf
- Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main
- vom Hoff Kommunikation sucht Junior-Berater (m/w), Düsseldorf
- Consultant und Senior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main
- Teamleiter/-in für Public Relations, Berlin oder Leipzig
- PR-Berater/-in, Hamburg
- PR-Berater(in) für Fashion, Beauty & Lifestyle, Düsseldorf
- Junior PR-Berater für Mode- & Lifestylekunden, München
- Consultant (m/w), Frankfurt a.M.
- (Senior) PR-Consultant für Mode- und Lifestylekunden, Hamburg
- Berater für Marken-PR (m/w), Düsseldorf und Hamburg
- Account Manager Healthcare-PR (m/w), Hamburg
- PR Seniorberater/innen bei Cohn&Wolfe, Frankfurt a.M.

Unternehmen

- Presse- und Kommunikationsprofi (m/w), Berlin
- Kommunikationsassistent (m/w), Essen
- Referent (w/m) Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation, Neckarwestheim

Verbände (Non-Profit)

- Campaigner/in bei Campact, Verden

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 11. November 2013 um 21:30 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **11.111 Empfänger** versandt.

Impressum



Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg (USt-IdNr.: DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)

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 (TDI), Bad Honnef, Stellvertreter 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, Rahel Camps und Gunter Ortlieb (info[at]pr-journal.de).

Rubrik "PR-Websitecheck": Nina Krake, Hannover, (krake[at]prsh.de) (Teamleiterin); Julia-Maria Blesin; Carina Bogus; Cirsten Ebeling; Frederike Kouker; Lan Anh Nguyen.

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

Korrespondenten: Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (achelis[at]pr-journal.de); **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:** Thomas Beckmann, Frankfurt am Main, corporate text thomas beckmann (beckmann.thomas[at]pr-journal.de).

Rezensionen: Annett Helbig, Hamburg (helbig[at]mastermedia.de); 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).

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: 02241 2013060
Telefax: 02241 2013061
Mobilfon: 0160 94635777

E-Mail: redaktion[at]pr-journal.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.neuesprportal.de>; <http://www.pr-journal.de/newsletter/archiv.html> .



Die Auflage des PR-Journals wird kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin. Für 2012 wurden von InfOnline,

Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: **438.497 Visits und 1.202.757 PageImpressions**. Das ergibt einen **Tagesdurchschnitt von 1.198 Besuchern**. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,7 Seiten aufgerufen. Durch GoogleAnalytics wurde außerdem im Schnitt 08:38 Minuten Besuchszeit ermittelt - sowie 49,2% neue Besucher.

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-WebsiteCheck](#)
- PR-Datenbank [PR-Termine](#)