

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 406 / 48. KW 2013

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 406. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 46 Einzelmeldungen):

1. [Public Relations Rat rügt zwei Agenturen](#)
2. [Personalien compact - Agenturen \(7\) \(48. KW-2013\)](#)
3. [Personalien compact - Unternehmen \(2\) \(48. KW-2013\)](#)
4. [Personalien compact - Sonstige \(9\) \(48. KW-2013\)](#)
5. [Etats compact \(11\) \(48. KW-2013\)](#)
6. [Agenturfusion: Palmer Hargreaves übernimmt PR-Partner Köln](#)
7. [Consense gründet Consultant-Tochter](#)
8. [Agenturen compact \(4\) \(48. KW-2013\)](#)
9. [komm.passion-Dossier Nr. 12: Normal ist langweilig – es lebe die Pop-Up-Kultur!](#)
10. [Deutscher Marketing-Preis 2013 geht an Lindt & Sprüngli Deutschland](#)
11. [PR-Nachwuchsdebatte mit GPRA-Präsident Kohrs in Leipzig: Ein Unwetter zur rechten Zeit](#)
12. [PR-Bild des Jahres 2013](#)
13. [Branche compact \(2\) \(48. KW-2013\)](#)
14. [TV-Marktanteile beim Gesamtpublikum ungewöhnlich stabil](#)
15. [Medien compact \(2\) \(48. KW-2013\)](#)
16. [CEO-Reputation schärfen – online und offline](#)
17. [Ritter Sport in der Krise: „Tu's nicht!“](#)
18. [Bildung compact \(4\) \(48. KW-2013\)](#)
19. [Studie: Unternehmen sind nur schlecht auf Krisen vorbereitet](#)
20. [Studie: Familienunternehmen halten sich weiterhin bedeckt](#)
21. [Studie: Jobsucher unzufrieden mit der Qualität des mobilen Angebots](#)
22. [Marketing-Professor Anton Meyer vor PR-Leuten beim Lewis-Forum](#)
23. [Termine compact \(3\) \(48. KW-2013\)](#)
24. [Tipps compact \(2\) \(48. KW-2013\)](#)
25. [Innovative Talentstrategien – empfehlenswertes Buch auch für Kommunikationsexperten](#)
26. [Stamm Medien-Newsletter Dezember 2013](#)

27. [PR-Journal: 31.052 Besucher im November 2013; seit Januar: 385.838 Visits und 450 Jobangebote](#)
28. [Jobbörse](#)
29. [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

Public Relations Rat rügt zwei Agenturen

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR), Berlin, hat zwei Rügen ausgesprochen. Beanstandet wird zum einen der Versuch der Agentur Platoon, Berlin, redaktionelle Beiträge durch Bezahlung von Bloggern zu platzieren. Die Agentur hat dies während der Akquise um den TVSender „arte“ gemacht. Zum anderen wird die Agentur Flaechenbrand, Wiesbaden, gerügt. Sie hatte die mediale Aufmerksamkeit im Zusammenhang mit dem „Keksclau“ bei Bahlsen, Hannover, genutzt, um öffentlichkeitswirksam den verantwortlichen Dieb als PR-Berater anzuwerben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Personalien compact - Agenturen (7) (48. KW-2013)

1. **Cornelia Teigelkamp** (50) ist neue Mitarbeiterin der Agentur lottmann pr. Als Unit Leiterin Fashion, Kids und Lifestyle hat sie am 2. Dezember im Düsseldorfer Büro begonnen. Die langjährige Chefredakteurin der „Luna“ wird in ihrer neuen Funktion für den gesamten Bereich

verantwortlich zeichnen. Darüber hinaus soll sie den Bereich Strategie und Neugeschäft unterstützen und das Kompetenzfeld Kinder/Eltern/Familie weiter ausbauen. Ihre Position wird neu geschaffen.

2. **Denise Merten**, vorherige Referentin der FDP-Bundestagsfraktion, verstärkt ab Dezember die Raikeschwertner GmbH Agentur für Kommunikationsberatung in Hamburg. Die 29-Jährige wählt nach Stationen in der Hamburgischen Bürgerschaft und als wissenschaftliche Referentin der FDP-Bundestagsabgeordneten **Sylvia Canel** die Hamburger Kommunikationsagentur als neuen Arbeitgeber. Merten wird vor allem Kunden aus den Bereichen Immobilien und Infrastruktur sowie Energie und Umwelt beraten.
3. **Andreas Kloevekorn** startet am 1. Dezember als Managing Director Digital bei Edelman Deutschland in Frankfurt am Main. In dieser Funktion übernimmt er die Leitung des Bereichs Digital und Social Media von Edelman in Deutschland, zu der auch die Digitalagentur gosub communications gehört. Kloevekorn bringt für die neue Aufgabe 15 Jahre Agenturerfahrung mit, zuletzt war er Client Service Director und Mitglied der Geschäftsleitung bei DDB Tribal. Bei Edelman berichtet er direkt an Deutschland CEO **Susanne Marell**.
4. **Christian Wolf** (34) verstärkt ab dem 1. Dezember die Berliner Agentur KircherBurkhardt als Senior Berater. Zuletzt war er als Senior Projektleiter bei der Aperto AG tätig. Weitere berufliche Stationen von Wolf waren unter anderem dmcgroup, Werkhaus Design und Nofrontiere. Wolf verfügt über zehnjährige Erfahrung in der strategischen Kundenentwicklung und Leitung verschiedener Projekte.
5. **Juliane Fischer** (32) ist neue Mitarbeiterin der Münchner PR-Agentur w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH. Fischer gilt als Expertin für das Segment soziale Medien und Blogs. Als PR-Consultant wird sie das Team Online & Social Media verstärken und den wachsenden Bereich neuer Medien für die Agentur weiter vorantreiben. Fischer war bereits in der Vergangenheit für mehr als drei Jahre bei Wilde & Partner beschäftigt. Zwischenzeitlich sammelte sie Erfahrung bei einer Reihe von Online-Start-Ups – darunter unter anderem beim Designmöbel-Portal avanteo.
6. **Katharina Schlegel** (28) und **Ann-Kathrin Wissmann** (26) verstärken als neue Volontärinnen das 35-köpfige Team der Stuttgarter



Agentur Communication Consultants (CC). Schlegel hat während ihres Studiums der Germanistik und Philosophie in Konstanz praktische Erfahrungen bei Tageszeitungen und beim Fernsehen gesammelt. Wissmann hat Medienwissenschaften und Allgemeine Rhetorik an der Universität Tübingen studiert. Zwei Auslandssemester in Kalifornien, Praktika bei der Zeitung und beim Hörfunk haben sie auf ihren Start in der PR-Branche vorbereitet.

7. **Friederike Floth**, seit Juli 2012 als Senior PR Beraterin bei der PR von Harsdorf GmbH, wurde jetzt in die Geschäftsführung der Münchner Agentur berufen. Als zweite Geschäftsführerin kehrt die Germanistin und Anglistin zurück zu ihren Wurzeln, denn vor über zehn Jahren hat sie in der damaligen Agentur Knüfer von Harsdorf ihr Volontariat absolviert. Danach war sie bei Agenturen wie Dr. Haffa & Partner und Comeo tätig. In ihrer neuen Rolle zeichnet Floth für die Bereiche Kundenberatung und Akquise verantwortlich.

Personalien compact - Unternehmen (2) (48. KW-2013)

1. **Petra Müller** (46) arbeitet seit dem 18. November als Head of PR & Investor Relations beim Logistikunternehmens Interroll in Sant Antonio in der Schweiz. Sie berichtet an Vice President Corporate Marketing **Jens Kaolyi**, der die Stelle zuvor interimistisch inne hatte. Zuvor war Müller Senior Manager Investor Relations der Norma Group.

2. **Florian Unger**, zuletzt neun Jahre Senior Marketing Manager bei der Bertelsmann AG, fängt als neuer Director of Communications beim Berliner Unternehmen Babel an, das E-Lernsysteme für viele Sprachen anbietet. Er steuert ab sofort das Communications-Team, spricht für Babel und soll die Marke auf den internationalen Märkten etablieren. Unger berichtet direkt an CEO **Markus Witte**.

Personalien compact - Sonstige (9) (48. KW-2013)

1. **Svenja Koch** (49) ist seit dem 1. November Leiterin des Stabsreferats Medien bei der Hilfsorganisation Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst in Berlin. In dieser Position verantwortet sie die Medienarbeit offline und online. Koch berichtet an den Abteilungsleiter Öffentlichkeitsarbeit und Kooperation Dieter Pool. Zuletzt war sie seit 2011 Leiterin des Presse- und Webteams sowie stellvertretende Bereichsleiterin Kommunikation & Marketing bei Oxfam Deutschland.
2. **Maren Pruss** ist seit dem 1. August Head of Business Development, Marketing and PR bei der Wirtschaftssozietät Orrick, Herrington and Sutcliffe in Berlin. Pruss verantwortet die Geschäftsentwicklung, das Marketing sowie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Die Stelle wurde neu geschaffen. Zuvor war Pruss als Head of Pursuit and Proposal Management bei Deloitte & Touche tätig.
3. **Theresa Junge** (29) ist seit dem 15. November Pressesprecherin der Grünen-Landtagsfraktion in Niedersachsen, Hannover. Sie übernimmt die Aufgaben von **Arne Boeker** und berichtet an die Landtagsfraktion mit der Vorsitzenden **Anja Piel**. Junge kommt von der Grünen-Landtagsfraktion in Thüringen, wo sie als stellvertretende Pressesprecherin tätig war.
4. **Christina Breu** verantwortet seit September als Pressesprecherin die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie den Aufbau einer internationalen PR-Abteilung bei der Social-Shopping-Plattform Stylefruits in München. Die Position wurde neu geschaffen. Breu, die zuvor Mitarbeiterin im Bereich Marken- und Produkt-PR der Kommunikationsagentur FischerAppelt war, berichtet bei Stylefruits an die Geschäftsführung.
5. **Ingrid Herzog** leitet seit dem 1. Oktober die neu gegründete Abteilung Corporate Public Affairs bei Boehringer Ingelheim. Sie berichtet an den Vorsitzenden der Unternehmensleitung **Andreas Barner**. Herzog arbeitete zuvor seit 2007 bei Dow Chemical, wo sie in Berlin als Director Government Affairs beschäftigt war. Über ihre Nachfolge dort, ist noch nicht entschieden.
6. **Ilseken Roscher** (35) arbeitet seit Anfang November als Leiterin Marketing und Kommunikation bei der Industrie- und Handelskammer (IHK) Lüneburg-Wolfsburg und übernahm damit einen neu zugeschnittenen Fachbereich. Ihr Vorgänger als Pressechef, **Markus Mews**, ist seit Oktober Leiter des IHK-Geschäftsbereiches Innovation und Umwelt sowie Sprecher des Niedersächsischen Industrie- und Handelskammertages (NIHK). Roscher war zuletzt Bereichsleiterin eCulture bei der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung (HWF).
7. **Peter Köppl** wurde auf der Generalversammlung der Österreichischen Public Affairs Vereinigung (ÖPAV), Wien, am 19. November zum neuen Präsidenten gewählt. Köppl ist seit 2011 Geschäftsführer der Agentur Mastermind Public Affairs Consulting. Er folgt auf **Feri Thierry**, Gründer und bisheriger Präsident der ÖPAV, der Ende 2013 als Bundesgeschäftsführer der Partei Neos in die Politik wechselt.
8. **Thilo von Trott** (45), seit Frühjahr 2008 als Leiter Public Affairs und Corporate Responsibility beim Hamburger Medien-Konzern Gruner + Jahr tätig, wird das Haus zum Jahresende auf eigenen Wunsch verlassen. Das berichtet der Onlinedienst "CP-Monitor.de". Nach einer dreimonatigen Auszeit in Australien wird der



promovierte Jurist seinen beruflichen Weg im zweiten Quartal 2014 fortsetzen. Von Trott begann seine G+J-Karriere im März 2001 als Vice President Business Affairs Multimedia, bevor er von 2003 bis April 2005 die Leitung des Vorstandsbüros Zeitschriften Deutschland übernahm. Anschließend folgten drei Jahre als Publishing Director der Zeitschriften „Gala“, „Frau im Spiegel“ und „Healthy Living“.

9. **Heimo Prokop** ist als Nachfolger von **Peter Augustin** seit Mitte November neuer Pressesprecher der WHU – Otto Beisheim School of Management. Die WHU ist eine private, staatlich anerkannte Hochschule mit Sitz in Vallendar und Düsseldorf. Vorgänger Augustin wechselte zur Software AG-Stiftung in Darmstadt. Prokop war bis Ende 2009 Chef der Kommunikation bei Continental in Hannover. Seither arbeitete er selbständig als Partner im eigenen Unternehmen, der CPC Caspari Prokop Consulting in Bonn. Einige Kunden betreut er weiterhin parallel zu seiner Tätigkeit für die WHU.

Etats

Etats compact (11) (48. KW-2013)

1. Taschenhersteller Peers – Inh. Rune Slembrouck, Menden
was: Pressearbeit und strategischer Markenaufbau
an: **Convensis Group**, Stuttgart
2. Bayerische Handwerkstag e.V., München
was: Weiterentwicklung der Imagekampagne „Macher gesucht!“
an: **achtung! GmbH**, Hamburg und München
3. Stiftung Warentest, Berlin
was: Gesamtetat für die Kommunikation
an: **Agentur RMG Connect**, Stuttgart
4. TransAsia Lawyers und China Overseas Development Association, beide Beijing (China)
was: Launch der Internet-Plattform [ChinaGo-Abroad](#) (CGA)
an: **GlobalCom PR-Network GmbH**, Garching bei München
5. D&M Germany GmbH, Nettetal
was: Pressearbeit für die beiden Hifi-Marken Denon und Marantz
an: **Schwartz Public Relations**, München

**> Vertrauen.
Ein gutes Gefühl.**

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

< Landau Media >
monitoring analyse consulting



6. Sparkasse Nürnberg entwickelten was: Entwicklung einer Kommunikations-App für eine Führungskräftekonferenz
an: **numeo GmbH**, Stuttgart
7. Business Netzwerk Xing AG, Hamburg
was: Entwicklung des Magazins „Spielraum“ (Print und ePaper-App)
an: **BurdaCreative**, Hamburg
8. Wintersportort Livigno (Lombardei, Italien)
was: Tourismus-PR in der Region DACH
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
9. Metabolic Balance, Isen bei München
was: Pressearbeit für das Ernährungskonzept Metabolic Balance in Deutschland und der Schweiz
an: **Angelika Hermann-Meier PR**, Diessen am Ammersee
10. IT-Unternehmen für Content Marketing Text-provider GmbH, Bochum
was: PR und B-to-B-Kommunikation
an: **wbpr_Kommunikation**, Standort Köln
11. HypoVereinsbank, München
was: Kundenmagazin "Onemarkets"

an: **fbv corporate media**, Tochter der Münchner Verlagsgruppe GmbH

Agenturen

Agenturfusion: Palmer Hargreaves übernimmt PR-Partner Köln

Palmer Hargreaves und PR-Partner Köln schließen sich zusammen. Mit rund 80 Mitarbeitern in Köln und Berlin und einem Gesamtumsatz von rund acht Millionen Euro entsteht so eine neue Größe unter den inhabergeführten Agenturen in Deutschland. Das Leistungsangebot ist breiter geworden, da sich Palmer Hargreaves und PR-Partner Köln ergänzen: Expertise bei Marketing und Kreation kommt zusammen mit inhaltlicher und journalistischer Kompetenz sowie langjährigen Kontakten zu Medien und Multiplikatoren. Den bisherigen Branchenfokus von Palmer Hargreaves auf die Automobil- und Agrarindustrie sowie den Maschinenbau ergänzt PR-Partner Köln mit intensiver Kenntnis des IT- und Telekommunikationssektors.



Auf dem Foto: Die neue Geschäftsführung der Palmer Hargreaves GmbH: Iris Heilmann, Susanne Hoffmann und Jörn Langensiepen (v.l.n.r.). Fotograf: Peter Lindemann

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Consense gründet Consultant-Tochter

Die Münchner consense communications gmbh gründet eine neue Marke: consense consultants, eine Unternehmensberatung für Kommunikationscontrolling, Change Communication und Krisenkommunikation. Wie auch die GPRA-Agentur consense communications richten sich die consense consultants mit ihren Leistungen an mittelständische



sche Unternehmen oder Unternehmen mit mittelständischen Strukturen. Denn, so die Annahme der Gründerinnen, mittelständische Unternehmen stünden heute vor besonders schwierigen Herausforderungen: Knapper werdende Ressourcen, veränderte Kundenbedürfnisse sowie der Wandel in der Medienlandschaft erforderten eine kontinuierliche Überprüfung bestehender Kommunikationsinhalte und -strukturen. consense consultants ist eine hundertprozentige Tochter der consense communications gmbh und wird von deren Gründerinnen und Geschäftsführerinnen Birgit Krüger (Foto links) und Claudia Thaler geführt.



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (4) (48. KW-2013)

1. „Trolle“, „Google Bomben“, „Flame Wars“ und „Shitstorms“ – **Proteste in sozialen Netzwerken** drücken sich in unterschiedlichen Erscheinungsformen aus. Umso schwerer ist es für Unternehmen, den richtigen Umgang mit digitalen Angriffen aus dem Netz zu finden. Die **Agentur Mothan Advisors** hat sich darauf eingestellt und bietet ab Januar 2014 in einer zweiten Staffel **Trainings für Unternehmen und Verbände** an. Dabei will man vor allem auf spezifische Branchen-Issues und unternehmensstrategische Fragestellungen eingehen. Weitere Informationen auf der [Agenturwebsite](#).

2. **Havas Schweiz** hat ein **merkwürdiges Verständnis** von **Pressearbeit**. Wie der schweizerische „kleinreport.ch“ berichtet, ist beim Ausstieg des Executive Directors von Havas Worldwide Zürich, Axel Eckstein, in Sachen Pressearbeit wohl einiges schief gegangen. Während „persoenlich.com“ offensichtlich per exklusiver „Mitteilung“ über den bevorstehenden Abschied des Managers informiert wurde, hat der „kleinreport.de“ selbst auf Nachfrage die entsprechende Meldung nicht erhalten. Lesen Sie selbst im „[kleinreport.ch](#)“.
3. Die Mitgliederversammlung des **Bundes der Public Relations Agenturen der Schweiz** (BPRA) hat mit der **Wirz Corporate AG** und der **contcept communication GmbH**, beide Zürich, zwei weitere PR-Agenturen als **Neumitglieder** aufgenommen. Damit verstärkt der BPRA seine Marktabdeckung weiter, heißt es in einer Pressemitteilung vom 26. November. (Quelle: „[Persoenlich.com](#)“)
4. **B2P Communications Consulting** eröffnet ein **neues Büro in Berlin**. Neben Paris und München ist das der dritte Standort der Agentur, deren Schwerpunkte strategische Kommunikationsberatung und Public Affairs in Deutschland und Frankreich sind. Das Berliner Büro wird **Oliver Müller** (45) leiten. Als **Managing Director** ist verantwortlich für die gesamte Geschäftsentwicklung. Müller hatte vorher bis bis 2008 als Wirtschafts-Korrespondent für das „Handelsblatt“ gearbeitet. Anschließend war er Managing Director bei der Kommunikationsberatung CNC.



Angebot waren weder Pasta noch Steaks, sondern für den europäischen Gaumen eher irritierende Köstlichkeiten. Hungrige Passanten kamen in den Genuss von Taubenburgern, frittierten Ameisen, gegrillten Kakerlaken oder Wanzen im Schokoladenmantel. Neben den ungewöhnlichen Snacks erhielten die Gäste Informationen rund um das Thema Schädlingsvermeidung und -bekämpfung. Eine außergewöhnliche Verknüpfung von Information und überraschendem Erlebnis. Der Bruch macht die Story. Und genau deshalb war die Aktion ein voller Erfolg für das Unternehmen, mit dessen Produkten man sich sonst eher ungern beschäftigen möchte. Ein Beispiel, das zeigt, wie hochaktuell das Thema Pop-up nach wie vor ist. Grund genug für komm.passion – nach drei erfolgreichen Veranstaltungen im letzten Jahr – dem Phänomen Pop-up-Store auch in diesem Jahr gemeinsam mit der Eventagentur east end communications und dem Architekturbüro Graft auf den Grund zu gehen. *Das neue komm.passion-Dossier von Carina Schüßler, komm.passion Hamburg GmbH, können Sie [hier online](#) weiterlesen.*

Branche

komm.passion-Dossier Nr. 12: Normal ist langweilig – es lebe die Pop-Up-Kultur!



Ein Pop-up Restaurant des auf Schädlingsbekämpfung spezialisierten Unternehmens Rentokil überraschte kürzlich die Einwohner Londons. Zum 85. Geburtstag eröffnete Rentokil für einen Tag ein sogenanntes Pop-up „Pestaurant“. Im

Deutscher Marketing-Preis 2013 geht an Lindt & Sprüngli Deutschland

Am 28. November zeichnete Michael Vagedes, Vorstand Deutscher Marketing-Verband e.V. und Vorsitzender der Fachjury, den Gewinner des diesjährigen Deutschen Marketing-Preis aus. Sieger wurde die Firma Lindt & Sprüngli, Aachen. Die feierliche Verleihung, an der über 300 Marketingverantwortliche aus ganz Deutschland teilnahmen, fand im Düsseldorfer Lofthouse statt.

Der Marketing-Preis ist eine außergewöhnliche Auszeichnung im Dschungel der vielen stattfindenden Auszeichnungen, denn der Deutsche Marketing-Verband ehrt seit 1973 jährlich nur einen einzigen Preisträger. In diesem Jahr konnte sich Lindt & Sprüngli Deutschland gegen zahlreiche Mitbewerber durchsetzen. „Durch konsequent marktorientierte Unternehmensführung konnte Lindt den Marktanteil in den vergangenen 15 Jahren kontinuierlich ausbauen“, erläuterte Vagedes.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Nachwuchsdebatte mit GPRA-Präsident Kohrs in Leipzig



Der Termin von Uwe A. Kohrs (Foto), Präsident der Gesellschaft PR-Agenturen e.V., bei den Leipziger PR-Studenten am 26. November stand lange fest. Durch einige Medienveröffentlichungen über Aussagen Kohrs' zur Qualität des PR-Nachwuchses bekam der Termin im Vorfeld eine brisante Aktualität. Wie sich Kohrs bei der Diskussion mit dem LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V. aus der Affäre gezogen hat, welche Aussagen er relativiert und welche er verstärkt hat, haben zwei der Betroffenen für das „PR-Journal“ zusammengefasst. Es folgt ein Bericht von Nicole Menzel und Isabel Reinhardt, beide Mitglied im LPRS.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



PR-Bild des Jahres 2013



Der Sieger steht fest: Der PR-Award für das beste Foto geht in diesem Jahr an Loox Sports aus Berlin. Unternehmen erhielt den Hauptpreis für das beste PR-Bild des Jahres 2013 mit dem Titel: „Der Feind in unserem Essen“. Der Veranstalter des Wettbewerbs, news aktuell, ein Tochterunternehmen der Deutschen Presseagentur, dpa, vergab Preise in insgesamt sechs Kategorien und bot zusätzlich Vorträge und Best Practice rund um das Thema visuelle Kommunikation. news aktuell würdigt mit seinem Branchenpreis Höchstleistungen in der PR-Fotografie und fördert die Bedeutung von Fotos für die Kommunikation. Knapp 1.700 Bilder haben Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz eingereicht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (2) (48. KW-2013)

1. Acht Agenturen wurden bei der Verleihung des elften **CREA Credential Awards** in Hamburg ausgezeichnet. Der Preis wird von der Agentur cherrypicker mit Unterstützung verschiedener Kooperationspartner für die **beste Eigendarstellung von Kommunikationsagenturen** vergeben. Die Gewinner des CREA 2013 sind: Brainbox, Ce+Co, Conrad Caine, fischerAppelt, Grey, KW43, Netural und Wiethe Kommunikativ. Einen zusätzlichen Sonderpreis erhielt die Grey Group Germany für ihre fünffache Platzierung auf der Shortlist. Weitere Informationen direkt auf der Website [CREA-Award](#).
2. Die **Axel Springer AG**, Berlin, bündelt ihre Corporate Publishing- und Content Marketing-Aktivitäten im neuen Bereich Corporate Solution. Zum offiziellen Start wurden gleich über 25 Kunden präsentiert, darunter Namen wie BASF, Deutsche Bahn, Nestlé oder Roland Berger. Neu ist aktuell der Auftrag von PricewaterhouseCooper, das digitale Magazin „Next“ zu produzieren. **Axel Springer Corporate Solution** wird geleitet von Frank Parlow und Lutz Thalmann. (Quelle: "CP-Monitor.de")



Medien compact (2) (48. KW-2013)

1. **Thomas Hinrichs**, bislang als zweiter Chefredakteur von ARD-aktuell für die „Tages-themen“ zuständig, soll nach München wechseln. BR-Intendant Ulrich Wilhelm hat ihn für den neuen Posten des Informationsdirektors vorgeschlagen. Wilhelm will die Mauern zwischen den Medien Fernsehen, Radio und Online einreißen und schafft in diesem Zusammenhang im Mai kommenden Jahres eine trimediale Informationsdirektion, in der aktuelle Redaktionen aus Hörfunk, Fernsehen und Online zusammengefasst werden. (Quelle: „dwdl.de“)
2. **Fachmedien sind wichtige berufliche Informationsquelle**: Das zeigt die **B-to-B-Entscheideranalyse 2013/14 der Deutschen Fachpresse**, Frankfurt am Main. Eines der Ergebnisse der Analyse, die in vollem Umfang erst Ende Januar 2014 veröffentlicht wird: Fachzeitschriften sind mit 83 Prozent die am stärksten genutzte Mediengattung bei 7,6 Millionen professionellen Entscheidern in Deutschland. Die Studie wurde mittels einer telefonischen Befragung von Czaia Marktforschung, Bremen, im Auftrag der Deutschen Fachpresse durchgeführt.

Medien

TV-Marktanteile beim Gesamtpublikum ungewöhnlich stabil

Große Stabilität im TV-Markt. Kein Sender der Top-15 veränderte sich um mehr als 0,2 Prozent. Das hat es so im TV-Markt noch nicht gegeben, sagt „Meedia.de“. Marktführer im Gesamtpublikum bleibt demnach weiterhin das ZDF - zum elften Mal in den vergangenen zwölf Monaten. Mit 12,7 Prozent hielt der Sender sein Oktober-Niveau genauso wie die Nummer 2, Das Erste, mit 11,7 Prozent. Leichte Verluste gab es für RTL und Sat.1.

Die TV-Marktanteile für November 2013 beim Gesamtpublikum - ab drei Jahren. 1. ZDF (12,7 %) 2. Das Erste (11,7), 3. RTL (11,5) 4. Sat.1 (8,3), 5. ProSieben (6,0). (Quelle: „[meedia.de](#)“)

Reputation Management

CEO-Reputation schärfen – online und offline



Mit dem Digital Reputation Management bietet die Wiener Agentur Kobza Integra PR gemeinsam mit Integra Performance einen neuen

Service für die Kontrolle und Schärfung der digitalen Reputation an. Dazu wird die strategische Kommunikationskompetenz der PR-Agentur mit dem Online- und Social-Media-Know-how von Integra Performance verknüpft. Basierend auf wissenschaftlichen Ansätzen wurde eine qualitative Analyse-Methodik entwickelt, die Aufschluss über die Online-Reputation eines CEOs und deren Unternehmen gibt. Die Ergebnisse werden mit der gewünschten Positionierung des jeweiligen Kunden abgeglichen und bewertet. Am Ende der Analyse stehen strategische Empfehlungen und Handlungsableitungen für die weitere Kommunikationsarbeit – und das sowohl für Maßnahmen in Online als auch Offline-Kommunikationskanälen.

Auf dem Foto die Geschäftsführer der beiden Agenturen: Beatrix Skias, Kobza Integra PR, und Alexander Mühr, Integra Performance. (Foto: Christina Anzenberger-Fink)

Lesehinweise

Ritter Sport in der Krise: „Tu's nicht!“

„Die souveräne Haltung entscheidet über den Erfolg, nicht die Maßnahme.“ – Dies ist einer der Schlüsse, den Gastautor Bernhard Fuchs, Creative Director Serviceplan Public Relations, aus der aktuellen Krise der Marke Ritter Sport zieht. In einem Gastbeitrag für die Onlineausgabe der „w&v“ be-



schreibt er am aktuellen Beispiel „Die fünf Phasen schlechter Krisenkommunikation“. Fuchs zeigt auf, was Ritter Sport aktuell hätte tun sollen, aber tatsächlich - ganz typisch für solche Situationen – nicht tut. Seine Empfehlung zum Schluss: „Kommunikationskrisen mutiger und flexibler managen.“ Doch das ist aus Agentursicht leichter gesagt als getan. Lesen Sie selbst den Beitrag auf „wuv.de“.

Bildung

Bildung compact (4) (48. KW-2013)

1. Das **Jahresprogramm 2014 der School for Communication and Management, scm**, Berlin, ist erschienen. Es liefert einen umfassenden Überblick über die verschiedenen Weiterbildungsangebote im kommenden Jahr. Neben den klassischen Themen aus Interner Kommunikation, Public Relations und Social Media bietet die scm auch neue Seminare wie beispielsweise Virtuelle Teamarbeit und Schreiben für externe und interne Online-medien an. Das Gesamtprogramm ist ab sofort erhältlich und kann von der scm-Website heruntergeladen werden.

2. **AFK-PR-Seminar für Assistenz und Sekretariat:** Das BA1 vom **20. bis 24. Januar 2014** in Oberursel bei Frankfurt vermittelt in diesem 1. Teil fachliches PR-Hintergrundwissen für eine qualifizierte Unterstützung in der PR-Abteilung und -Agentur. Die Inhalte des fünftägigen Intensivtrainings sind: Kommunikationsbegriffe und -modelle, der richtige Umgang mit Journalisten, Gesprächspartner und Informationen zielstrebig vermitteln, Grundlagen zum Umgang mit Text, Maßnahmen und Aufgaben als Teil einer Strategie verstehen, Presseverteiler, Archiv, Clipping, Veranstaltungen konzipieren und organisieren, Recherche. Weitere Informationen und Anmeldung direkt bei der [AFK](#).
3. Beim **Düsseldorfer Studieninstitut** startet zu Beginn des nächsten Jahres die **Weiterbildung zum Eventmanager** (IHK). Wer das Metier Events zunächst kennenlernen will, kann das Tagesseminar Eventmanagement Basics (komm) am **13. Dezember** belegen. Vermittelt werden Fakten zu Konzeption, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen sowie zu wichtigen Netzwerken und Tools. Noch sind einige Plätze frei. Weitere Informationen zum Lehrgang zu weiteren Angeboten direkt auf der [Website des Studieninstituts](#).
4. Die **Alumni-Stiftung der Mainzer Publizisten** verleiht zum zweiten Mal in Folge den **Master-Award Unternehmenskommunikation: Preisträger 2013** ist **Thomas Fiege**. Ausgezeichnet wurde er für seine Abschlussarbeit mit dem Titel „A Small-Screen World. Herausforderungen und Potenziale des mobilen Internets für die Unternehmenskommunikation“. Auch in diesem Jahr stiftet die Frankfurter Agentur für methodische Unternehmenskommunikation **Klenk & Hoursch** die mit 1.500 Euro dotierte Auszeichnung. Fieges Arbeit war im Masterstudiengang Unternehmenskommunikation / PR die mit der größten Praxisrelevanz.



Studien

Studie: Unternehmen sind nur schlecht auf Krisen vorbereitet

Europäische Manager fürchten sich vor den Auswirkungen einer potenziellen Unternehmenskrise. Dennoch sind Unternehmen heute insgesamt schlechter auf Krisen wie beispielsweise wirtschaftliche Schieflagen oder ernste Störfälle in der Produktion vorbereitet als noch vor zwei Jahren. Während drei Viertel der Entscheidungsträger der Meinung sind, dass ihr Unternehmen von einem Krisenplan profitieren würde, hat nur die Hälfte entsprechende Vorkehrungen getroffen. Der Anteil hat sich gegenüber 2011 sogar verschlechtert und sank von 54 Prozent auf heute 51 Prozent. Dies ist das Ergebnis einer europaweiten Studie der internationalen Agentur für Public Relations und Public Affairs Burson-Marsteller, die am 29. November im Rahmen des Burson-Marsteller EMEA Crisis Clubs in Mailand vorgestellt wurde. Das Marktforschungsinstitut Penn Schoen Berland ermittelte die Daten im Oktober 2013 durch eine Onlinebefragung unter 201 Entscheidungsträgern in Unternehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Familienunternehmen halten sich weiterhin bedeckt



Die meisten Familienunternehmen scheuen nach wie vor das Licht der Öffentlichkeit: Nur jedes fünfte der 250 umsatzstärksten deutschen Unternehmen in Familien- und Stiftungsbesitz legt einen Geschäftsbericht vor. Gleichzeitig haben die veröffentlichten Berichte weiter an Professionalität gewonnen. Über ihre wirtschaftliche Lage und die Perspektiven berichten die Familienkonzerne ausführlicher und verständlicher als noch vor wenigen Jahren. Zu diesen Ergebnissen kommt eine Studie, die ergo Kommunikation, Köln und Frankfurt am Main, jetzt anlässlich der Verleihung des Private Public Awards veröffentlicht hat, in dessen Rahmen Geschäftsberichte anhand von mehr als 90 Kriterien beurteilt werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Jobsucher unzufrieden mit der Qualität des mobilen Angebots

Laut einer Studie der Initiative D21 geht jeder zweite Internetnutzer auch mit einem mobilen Endgerät online. Dieses veränderte Nutzungsverhalten macht sich auch bei der Jobsuche bemerkbar. Eine Umfrage von CareerBuilder, München, unter mehr als 2.400 Nutzern hat ergeben, dass gut 65 Prozent der Befragten bereits Apps oder mobile Webseiten für die Suche nach einer neuen Herausforderung nutzen. Zwölf Prozent würden es gerne tun, sind aber mit der Qualität der vorhandenen Angebote nicht zufrieden. CareerBuilder ist ein international tätiger Lösungsanbieter für integriertes Recruiting. Seit Oktober 2011 vereint das Unternehmen in Deutschland die Marken JobScout24 und CareerBuilder unter einem Dach.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Termine

Marketing-Professor Anton Meyer vor PR-Leuten beim Lewis-Forum

„Ohne Kunden haben Sie keinen Umsatz, sondern nur ein teures Hobby“, sagte der international renommierte Marketing-Guru Anton Meyer zu Beginn seines Vortrages beim Lewis-Forum Markenjournalismus und zitierte damit Don Peppers und Martha Rogers. Meyer, zugleich Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre und Vorstand des Instituts für Marketing der Ludwig-Maximilians-Universität München, begann damit eine Reihe hochinteressanter Statements über Wertschöpfungsarchitekturen der Zukunft, die neuen Produktionsfaktoren der Kommunikation, ihre Steuerbarkeit und ob uns eine mediale Anarchie droht.

Knapp 60 PR- und Marketingleute aus Agenturen, Unternehmen und dem universitären Umfeld waren der Einladung von Lewis PR nach München gefolgt, um die Thesen des Professors zu hören. Laut Meyer hat es in den letzten Jahren einen dramatischen Wechsel von der Produkt- zur Kundenorientierung gegeben, woran das Internet und die neuen sozialen Medien großen Anteil haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (3) (48. KW-2013)

1. **Michael Hauger**, Head of Corporate Communications der Kion Group AG, ist der erste Gast im **PR-Salon der der LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V. im Jahr 2014**. Am **28. Januar** spricht er in der Villa Ida

(Menckestraße 27) zu den Gästen. Veranstaltungsbeginn ist an diesem Abend bereits um 19 Uhr.

2. Mike Schnoor (34), bis Ende März Sprecher des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) und seit dem 1. Juni neuer Head of Corporate Communication bei der Bremer Agentur HMMH Multimediahaus gibt in seinem Blog **Tipps für die persönliche Veranstaltungsplanung von Medien- und Kommunikationsleuten**. Unter diesem [Link zu seinem Blog](#) finden sich die aus seiner Sicht wichtigsten Events des kommenden Jahres. Es ist ein Mix aus Messen, Kongressen und Fachveranstaltungen.
3. Eine **Fachkonferenz zum Thema „Mobile, Social, Print – Content Marketing und Kundenkommunikation 2020“** veranstaltet die Akademie des Deutschen Buchhandels/E-Publishing Academy in Kooperation mit der Messe Düsseldorf und der drupa am **29. Januar 2014 in Düsseldorf**. Damit setzen beide Partner ihre Kooperation zur digi:media 2011 und drupa 2012 fort. Top-Referenten der Corporate Publishing-Branche und Kommunikationsexperten wollen eine Orientierung geben zu den Fragen, worauf es bei Content Marketing-Strategien und Big Data ankommt.

Tipps

Tipps compact (2) (48. KW-2013)

1. Der **Deutsche Journalistenverband (DJV)**, Berlin, hat den **Koalitionsvertrag** geprüft und fragt: **„Was ist für die freien Journalisten drin?“** Unter dieser Überschrift hat die Journalistengewerkschaft in aller Kürze die wichtigsten Regelungen für die wirtschaftliche Ausstattung, die soziale Sicherung und die Frage der Urheberrechte und des Marktzugangs für freie Journalisten unter die Lupe genommen. Lesen Sie selbst auf der [DJV-Website](#), welche Themen für die Arbeit von Journalisten und freischaffenden PR-Leuten wichtig werden können.
2. Mit dem neuen **Etat-Kalkulator 2013/2014** von ccvision, Freiburg, stehen ab sofort die aktuellen Daten für **Werbekosten in Deutschland**

und Österreich zur Verfügung. Über 13.000 Einzeldaten im Printkalkulator und über 500.000 Einzeldaten in der Online-Version geben eine unvergleichbare Übersicht und gehen der Frage nach: Wieviel kostet Werbung, welche Agentur- und Berater-Honorare sind marktgerecht? Hier geht's direkt zum [Etatkalkulator](#). ccvision ist der Online-Service der creativ collection Verlag GmbH.

Literatur

Innovative Talentstrategien – empfehlenswertes Buch auch für Kommunikationsexperten

Christoph Athanas / Nele Graf (Hrsg.): „Innovative Talentstrategien: Talente finden, Kompetenzen fördern, Know-how binden“ Verlag: Haufe-Lexware, Freiburg-München 2013, 381 Seiten, Preis: 49,95 Euro, ISBN: 978-3-648-04121-5

Was hat Talent Management mit Kommunikation zu tun? Warum schreibe ich für das PR-Journal die Rezension eines Buches, das eher für Personaler von Interesse zu sein scheint? Talent Management ist ..., ja was ist es überhaupt? Hier gehen die Meinungen auseinander. Eine Definition lautet: „Talent Management steht für die sinnvolle und effiziente Verknüpfung von externer Mitarbeitersuche, Personalentwicklung und Mitarbeiterbindung mit dem Ziel, fähige Mitarbeiter zu gewinnen und wertvolles Wissen im Unternehmen zu halten“ (Wolfgang Jäger).

Es geht also darum, Talente zu finden, zu fördern und zu binden. Vor allem im Recruiting (aber nicht nur dort) sind PR-Experten durchaus in ihrem Element.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter Dezember 2013

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (ca. 24.000) in Deutschland (Print / Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk / Radio + Fernsehen, Online (seit 2003)). Im November 2013 wurden 5.709 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 21.350 Medien. Der monatliche „Stamm Medien-Newsletter“ informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderun-
Änderungen/Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 31.052 Besucher im November 2013; seit Januar: 385.838 Visits und 450 Jobangebote

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das „PR-Journal“ im November 2013 hochgerechnet insgesamt 31.052 Besucher (wegen einer Fehlprogrammierung unsererseits werden bei der IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin allerdings „nur“ 22.212 Besucher für den ganzen Monat ausgewiesen). Knapp 50 Prozent der Besucher starten ihre PR-Journal-Durchsicht auf den Seiten der PRJ-Jobbörse. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 1.293 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,4 Seiten an - daraus errechnen sich 72.506 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch GoogleAnalytics im November eine Besuchszeit je Visit von 03:08 Minuten festgestellt; 62,1

Prozent waren neue Besucher. 12,6 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten über mobile Geräte (Smartphones und Tablets) auf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 9 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (35)

Volontariat/Trainee

Die 8 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- [Junior Berater Marken-PR \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [Juniorberater/-in bei SEA PR in Frankfurt](#)
- [PR-Berater \(m/w\), Schwerpunkt Tourismus & Aviation, Berlin](#)
- [Markenzeichen sucht in Frankfurt Juniorberater \(m/w\) für Produkt-PR und Marketingkommunikation](#)
- [Consultant und Senior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main](#)
- [PR-Berater/in & Junior-PR-Berater/in, Hamburg](#)
- [PR-Berater Consumer \(m/w\), Hamburg](#)
- [Fauth & Gundlach sucht Junior-PR-Berater \(m/w\), Wiesbaden](#)
- [MuthKomm sucht \(Junior\) PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)

- *Join the team - WBCO Public Relations sucht Volontär (m/w), Frankfurt*
- *PR Consultant (m/w) für den Bereich Consumer Communications, Stuttgart*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*
- *ORCA van Loon Communications sucht ab sofort Trainee (w/m) Markenkommunikation, Hamburg*
- *Junior PR-Berater/-in, Frankfurt am Main*
- *(Junior)-PR-Berater/-in Schwerpunkt Banken + Versicherungen, Hamburg*
- *Account Manager Social Media & PR (m/w), Hamburg*
- *PR-Berater/in Schwerpunkt Lifestylethemen, Hamburg*
- *GolinHarris sucht (Junior) Manager Digital, Hamburg*
- *PR-Profi (m/w) mit Faible für Technikthemen, Hannover*
- *Junior PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *Trainee Healthcare-Kommunikation (m/w) bei m:werk in Wiesbaden*
- *PR-Berater/in / Corporate Publishing Professional, Heidelberg*
- *vom Hoff Kommunikation sucht Junior-Berater (m/w), Düsseldorf*

Medien

- *PR-Berater/in, Stuttgart*
- *Teamleiter/in Kommunikation, Westdeutschland*

Unternehmen

- *Presse- und Kommunikationsprofi (m/w), Berlin*
- *Kommunikationsassistent (m/w), Essen*

Verbände (Non-Profit)

- *Referent/in Öffentlichkeitsarbeit, Berlin*
- *Referentin/Referent Unternehmenskommunikation, Berlin*
- *Referent (m/w) für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Frankfurt a.M.*
- *Pressesprecher/in bei Campact*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 2. Dezember 2013 um 20:30 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.708 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, 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 Karte,

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: [pr-journal](#); pr-journal.at; pr-journal.ch; pr-journal.com; pr-journal.info; pr-journal.net; agentur-cafe.de; neues-prportal.de; 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](#)