

## PR-Journal Newsletter

Nr. 409 / 01. KW 2014

Und hier das Inhaltsverzeichnis des 409. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 31 Einzelmeldungen):

1. [PR-Journal 2013: Bilanz mehr als zufriedenstellend](#)
2. [ZDF baut Vorsprung beim Gesamt-TV-Publikum aus: Klarer Jahressieger 2013](#)
3. [Show-Journalismus der „Bild“-Zeitung](#)
4. [Neun Neue für Brandzeichen](#)
5. [Heinacher folgt bei RWE auf Heck](#)
6. [Teschke folgt Friedrich ins Landwirtschaftsministerium](#)
7. [Personalien compact - Agenturen \(3\) \(01. KW-2014\)](#)
8. [Personalien compact - Unternehmen \(5\) \(01. KW-2014\)](#)
9. [Personalien compact - Sonstige \(6\) \(01. KW-2014\)](#)
10. [Muehlhausmoers gewinnt „Menschen“](#)
11. [Etats compact \(5\) \(01. KW-2014\)](#)
12. [Blumerry ist neuestes Mitglied der GPRA](#)
13. [Agenturen compact \(2\) \(01. KW-2014\)](#)
14. [Scheben als Privat-Coach: Professionelle Kommunikation für alle Lebensbereiche](#)
15. [2. PR-Nachwuchsinitiative #30u30 steht in den Startlöchern](#)
16. [McKinsey berät Vatikan in Kommunikationsfragen](#)
17. [Branche compact \(1\) \(01. KW-2014\)](#)
18. [Neuer Name, neues Logo, neuer Auftritt: dfv baut Unternehmensmarke strategisch aus](#)
19. [Journalisten des Jahres 2013 stehen fest](#)
20. [Melanie Bergermann ist „Wirtschaftsjournalistin des Jahres“](#)
21. [Medien compact \(1\) \(01. KW-2014\)](#)
22. [Medien der Kommunikationsbranche in Twitter und Facebook](#)
23. [Social Media in B-to-B-Unternehmen](#)
24. [Social Media compact \(3\) \(52. KW-2013\)](#)
25. [PR-Interview Nr. 108. Philip Müller: Etwas lernen – und das auch zeigen](#)
26. [Bayern: Demokratie ohne Kontrolle und Folgen](#)
27. [Gericht: Buddha würde anerkennend rülpsen](#)
28. [Wer sich heute in den Agenturen über eine unzureichende Disposition der jungen Bewerber](#)

- für das Agenturgeschäft beklagt, sollte sich zuvorderst an die eigene Nase fassen*
29. [Hohenauer versus Patalong: Wie wir PR-Themen in den Medien platzieren](#)
  30. [Lesetipp: PR-Agenturen übernehmen Agenda-Setting](#)
  31. [Termine compact \(3\) \(01. KW-2014\)](#)
  32. [Steuertipps aus erster Hand](#)
  33. [Tipps compact \(1\) \(01. KW-2014\)](#)
  34. [Holiday: Operation Shitstorm – Berufsgeheimnisse eines professionellen Medien-Manipulators](#)
  35. [Nagel: CEO-Kommunikation als machtvolles Instrument zur Unternehmensführung](#)
  36. [Jobbörse](#)
  37. [Impressum](#)

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit für das neue Jahr 2014 und Grüßen von Site zu Site  
Ihr Gerhard A. Pfeffer und das Team vom PRJ

### Seite 1

#### PR-Journal 2013: Bilanz mehr als zufriedenstellend

„Die Jahresbilanz 2013 für das PR-Journal, unseren Newsletter, die Jobbörse und unsere Datenbanken fällt mehr als zufriedenstellend aus.“ Gerhard A. Pfeffer, Herausgeber und Chefredakteur des „PR-Journal“, lässt Zahlen sprechen. So besuchten im Tagesdurchschnitt 2013 lt. IVW knapp 1.100 Leserinnen und Leser die Seiten des „PR-Journals“. Die Verweildauer von knapp neun Minuten pro Tag konnte im Vergleich zum Vorjahr sogar noch um rund eine halbe Minute gesteigert werden. Der wöchentlich erscheinende Newsletter ist ebenfalls gefragt. Knapp 11.000 Leserinnen und Leser sind Abonnenten. Ein Viertel davon öffnet das Informationsangebot und will wissen, was es Neues in der PR-Branche gibt. Einen massiven Zuwachs gab es darüber hinaus bei den Social Media Kontakten von Twitter & Co. Verteilt über alle Plattformen hinweg zählt das größte Online-Medium der PR-Branche

14.541 Kontakte, mehr als die Hälfte davon folgen dem „PR-Journal“ auf Twitter. Bei Facebook sind es nach 2.808 in 2012 aktuell 3.664 „Freunde“.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## ZDF baut Vorsprung beim Gesamt-TV-Publikum aus: Klarer Jahressieger 2013

Die Rangfolge ist geblieben – nur die Marktanteile haben sich verändert: In der Gunst des Gesamt-TV-Publikums liegen die öffentlich-rechtlichen Sender weiter klar vorne, die private Konkurrenz wird immer deutlicher auf Distanz gehalten. Das ist das Résumé für das TV-Jahr 2013. Das Gesamtpublikum ab drei Jahre aufwärts schätzt das Programm von ZDF und Das Erste deutlich mehr als das Angebot der privaten Sender. Sicher ein wenig mehr als ein Trostpflaster ist allerdings die Tatsache, dass die Privaten beim Publikum zwischen 14 und 49 Jahren klar vorne liegen. RTL kommt hier auf 14,6 Prozent Marktanteil, allerdings sind das 1,3 Prozentpunkte weniger als 2012. Den zweiten Platz belegte ProSieben mit 11,4 Prozent (Vorjahr 11,3) vor Sat.1 mit 9,4 Prozent (Vorjahr 9,9).

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Show-Journalismus der „Bild“-Zeitung

„Meedia.de“ kritisiert den Auftritt der „Bild“-Zeitung am 17. Dezember als „Show-Journalismus“. In einem lesenswerten Beitrag setzt sich Chefredakteur Stefan Winterbauer mit der großspurigen Ankündigung der „Bild“-Zeitung auseinander, künftig die „APO“ der Großen Koalition sein zu wollen. Auf der Titelseite hieß es am 17. Dezember: „Liebe Große Koalition, wir sind jetzt eure APO!“. Winterbauer ruft in Erinnerung, welche Bedeutung der Begriff der „Außerparlamentarischen Opposition“ Ende der 1960er Jahre bekam und wie scharf die „Bild“-Zeitung sie seinerzeit bekämpfte. Dass nun ausgerechnet „Bild“ diesen Begriff für sich reklamiert, findet Winterbauer geschmacklos – zurecht! Denn wer auch nur ein wenig in historischen Dimensio-



nen denkt, muss zu einer ähnlichen Bewertung kommen.

Winterbauer zieht den Schluss, dass „APO“ aktuell als „mediales Buzzword“ missbraucht wird. In die Kritik bezieht er auch „Handelsblatt-online“ ein. Das hatte unlängst angekündigt, den nicht im Bundestag vertretenen Parteien FDP, AfD und Piraten eine Plattform für ihre „außerparlamentarische Opposition“ zu bieten. „Meedia.de“ gehört zur Handelsblatt-Gruppe. Hier geht es zum Beitrag auf „[Meedia.de](#)“.

## Personalien

### Neun Neue für Brandzeichen

Die Agentur Brandzeichen – Markenberatung und Kommunikation GmbH mit Sitz in Düsseldorf, Hamburg und München startet mit neun neuen Mitarbeitern in das Jahr 2014. Drei Account Director und sechs Account Manager ergänzen zum Jahresbeginn das Agenturteam, das nun rund 80 Mitarbeiter umfasst. Brandzeichen reagiert damit auf das nach eigenen Angaben mit einem Umsatzwachstum von 37 Prozent abgeschlossenen Jahr 2013. In Düsseldorf ziehen sechs neue Mitarbeiter ein: Miriam Oheri (25, Account Director), Norina Rittner (26, Account Director), Jana Brüninghoff (28, Account Director), Maximilian Conrad (27, Ac-

count Manager) sowie Lisa Jürgenschellert (25, Account Manager) erweitern das Beauty-Team im Bereich PR, während Jan Deppert (26, Account Manager) das Beauty-Team auf Social-Media-Seite verstärkt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Heinacher folgt bei RWE auf Heck



Peter Heinacher (Foto, 56) ist seit Januar 2014 jetzt offiziell neuer Leiter des Bereichs Group Corporate Affairs beim Energieversorger RWE in Essen. Bereits seit Anfang November 2013 wurde er in verschiedenen Fachmedien als Nachfolger von Volker Heck gehandelt. Heinacher verantwortet in seiner neuen Position die nach einer weitreichenden Umstrukturierung zusammengelegten Bereiche „Public Affairs/Energiepolitik Konzern“, „Konzernkommunikation“ sowie „Corporate Responsibility Konzern“. Der bisherige Leiter der Konzernkommunikation, Volker Heck, hatte seinen Abschied gegenüber dem „PR-Journal“ bereits im Oktober 2013 angekündigt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Teschke folgt Friedrich ins Landwirtschaftsministerium



Jens Teschke (Foto, 45) folgt seinem Chef Hans-Peter Friedrich (CSU) beim Wechsel vom Bundesinnen- zum Bundeslandwirtschaftsministerium. Teschke bleibt somit der Sprecher Friedrichs, jetzt allerdings im neu zugeschnittenen Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). Der frühere Journalist übernimmt mit sofortiger Wirkung die Leitung des Pressereferates im Leitungsstab des BMEL. In der zurückliegenden Legislaturperiode leitete Teschke seit März 2011 die Pressestelle des Bundesministeriums des Innern. Von 2009 bis 2011 war er Sprecher der CSU-Landesgruppe im Deutschen Bun

**KOMM-PASSION**

destag. Zuvor arbeitete er als Online- und Rundfunk-Journalist in verschiedenen Medien, unter anderem bei der „Deutschen Welle“, dem „Deutschlandfunk“, dem „NDR“ und der „Netzeitung“, deren stellvertretender Chefredakteur er in den Jahren 2007 bis 2009 war. Teschke studierte Amerikanistik, Germanistik und Journalismus. (Fotoquelle: BMEL)

## Personalien compact - Agenturen (3) (01. KW-2014)

1. **Carsten Nillies**, von 2011 bis Ende 2013 Leiter Marketing und Kommunikation bei der Info AG in Hamburg, hat zum 2. Januar bei der Hamburger Agentur Faktor 3 als Unitleiter angefangen. Über seinen genauen Aufgabenschnitt wollte er dem „PR-Journal“ gegenüber noch keine Einzelheiten verraten. Nillies gilt als Social Media-Experte. Vor seiner Tätigkeit bei der Info AG war er in unterschiedlichen Kommunikationsfunktionen bei der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG sowie bei Hanse-net.
2. **Corina Jüttemann**, Projektmanagerin, **Lisa Görlitz**, Junior-PR-Beraterin im Touristik-Team, **Christoph Pantel**, Junior-Social Media-Manager in der Online Unit, und **Ariane Hoyer**, Empfang, sind neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Hamburger Agentur Straub & Linardatos GmbH. Wie dem Newsletter der Agentur zu entnehmen war, haben alle vier in den vergangenen Wochen und Monaten ihre Arbeit bei der Agentur aufgenommen.

3. **Danuta Plonka** (35) übernimmt ab sofort bei Brandzeichen – Markenberatung und Kommunikation GmbH in Düsseldorf die Leitung der Kreation. Plonka, die Brandzeichen bereits seit 2011 unterstützt, absolvierte berufsbegleitend ein betriebswirtschaftliches Studium mit dem Schwerpunkt Marketing und Kommunikation. Mit ihrer Beförderung zum Creative Director soll sie die Schnittstelle zwischen inhaltlichem Verständnis und kreativer Umsetzung in der Agentur bilden.

### Personalien compact - Unternehmen (6) (01. KW-2014)

1. **Henriette Viebig** (41) ist seit dem 1. Januar 2014 neue Leiterin der Konzernkommunikation des Hamburger Technologiekonzerns Körber. Sie folgt auf **Tobias Apfel**, der neue Herausforderungen außerhalb des Unternehmens wahrnimmt. Viebig verantwortet in dieser Position die interne und externe Kommunikation der internationalen Unternehmensgruppe und berichtet an den Vorstandsvorsitzenden **Richard Bauer**. Viebig kommt vom Energiekonzern RWE, wo sie unter anderem verantwortlich war für die interne Kommunikation.
2. **Iris Mende** ist neue Pressesprecherin des schweizerischen Energieunternehmens Groupe E in Freiburg im Üechtland. Dort ist sie für die Koordination der Öffentlichkeitsarbeit und den Kontakt zu den Medien verantwortlich. Sie ersetzt **Christophe Kaempf**, der eine neue Aufgabe im Bereich Kommunikation gefunden hat. Die Medienstelle der Groupe E besteht somit neu aus Mediensprecherin Mende und Kommunikationsleiterin **Nathalie Salamin**. Mende ist bereits seit 2008 bei der Groupe E.
3. **Yvonne Paßgang** wird ab dem 1. Januar 2014 neue Leiterin Corporate Communications beim Centerentwickler ECE in Hamburg. Sie wird Nachfolgerin von **Robert Heinemann**, der künftig als Senior Director das Management in den ECE-Kernmärkten verantwortet. Paßgang, die bereits seit 2006 bei ECE ist, berichtet an Managing Director Office, Traffic, Industries and Corporate Communications **Andreas Mattner**.
4. **Kathrin Limpel** (30) leitet seit dem 1. Dezember die Presseabteilung bei TUI Österreich in Wien. Sie wurde Nachfolgerin des bisherigen Konzernsprechers **Josef Peterleithner**, der



- den neuen Bereich „Customer Services“ übernimmt. In ihrer neuen Aufgabe berichtet Limpel an die Leiterin Marketing und Kommunikation, **Claudia Wildeis**, und Geschäftsführer **Klaus Pümpel**. Vor ihrem Wechsel zu TUI arbeitete sie von 2006 bis 2010 als Redakteurin für den in Wien erscheinenden „Kurier“.
5. **Cord Witkowski** (48) verlässt zum 31. Dezember den Verpackungskonzern Mondi Consumer Packaging in Gronau. Er verantwortete die interne und externe Kommunikation von Nordenia International zwischen 2001 und 2012. Nach der Übernahme von Nordenia durch Mondi wurde Witkowski 2012 Leiter Unternehmenskommunikation von Mondi. Über seine neue Tätigkeit ist noch nichts bekannt.
6. **Jonas Schmieder** (32), seit 2007 bei der Mediengruppe Klambt und zuletzt dort als Mitglied der Geschäftsführung Leiter Unternehmensentwicklung und Kommunikation, macht sich selbständig. Nachfolgerin in der Unternehmenskommunikation wird **Silke Oman**, zusätzlich zu ihrer Funktion als Brand Director am Standort Baden-Baden. Schmieder plant eine Unternehmensgründung in Berlin. Bereits während seines Studiums (Wirtschaftsrecht) hatte er die Handyvertragstauschbörse Bayano gegründet.

### Personalien compact - Sonstige (6) (01. KW-2014)

1. **Martin Kotthaus**, von 2011 bis 2013 Leiter Kommunikation im Bundesfinanzministerium und Sprecher von Finanzminister **Wolfgang Schäuble** in Berlin, wechselt als Leiter der Eu-

ropaabteilung ins Auswärtige Amt. Der genaue Zeitpunkt steht noch nicht fest. Vor dem Wechsel nach Berlin arbeitete Kotthaus sechs Jahre lang als Sprecher der Ständigen Vertretung Deutschlands bei der EU in Brüssel. Zuvor war er bis 2003 Leiter der Öffentlichkeitsarbeit bei Gruner+Jahr.

2. **Claudia Büttner** (48) wird ab dem 2. Januar 2014 in Teilzeit Pressesprecherin und Verantwortliche für die interne Kommunikation beim Kölner Betreiber für Kindertagesstätten educare. Die Stelle wurde neu geschaffen. Büttner berichtet an die Geschäftsführer **Axel Thelen** und **Marcus Bracht**. Zuvor war Büttner 19 Jahre lang Leiterin PR- und Öffentlichkeitsarbeit und CSR-Referentin bei Euroforum in Düsseldorf. Ihre Nachfolgerin wird **Julia Batzing**, die dort bereits Senior Pressereferentin ist. Darüber hinaus führt Büttner seit Oktober 2013 im Nebenerwerb die selbst gegründete „Presseagentur Büttner“.
3. **Daniel Kölle** (34) ist seit dem 1. Dezember stellvertretender Pressesprecher bei Gesamtmetall in Berlin. Er berichtet an **Martin Leutz**, Leiter Kommunikation und Presse, sowie Hauptgeschäftsführer Oliver Zander. Die Stelle wurde neu geschaffen. Kölle war zuletzt seit 2010 stellvertretender Pressesprecher der FDP-Bundestagsfraktion, und zuvor seit 2005 persönlicher Referent der FDP-Bundestagsabgeordneten **Birgit Homburger**.
4. **Ursula Fraefel** tritt als Kampagnenleiterin, Kommunikationschefin und Mitglied der Geschäftsleitung des schweizerischen Wirtschaftsdachverbandes Economiesuisse, Zürich, nach vierjähriger Tätigkeit zum Ende des Jahres zurück. Fraefel will sich neu orientieren. Ihr Abschied ist bisher der Schlusspunkt einer ganzen Reihe von Rücktritten beim Wirtschaftsdachverband. In den vergangenen Monaten ist die Führungsspitze komplett ausgewechselt worden. Eine Nachfolgeregelung für die Kommunikation wurde noch nicht bekannt gegeben.
5. **Deborah Klein** übernimmt ab sofort als freie Honorarkraft die PR- und Öffentlichkeitsarbeit für den Ruhland Verlag in Bad Soden. Bevor sie sich als PR-Beraterin in Hamburg selbstständig machte, war Klein bei der librischwester Books on Demand GmbH tätig. Auch leitete sie den Pressebereich bei dem Startup myphotobook GmbH der Verlagsgruppe Holtzbrinck. Agenturerfahrung bringt Klein



6. **Kristin Beck** hat als Nachfolgerin von **Rainer Pöhlmann** Anfang Dezember die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und die Funktion der Pressesprecherin für die Nationalparkverwaltung Bayerischer Wald in Grafenau übernommen. Vorgänger Pöhlmann geht zum 31. Dezember 2013 in den Ruhestand. Beck gilt als erfahrene Kommunikationsfachfrau. Sie kommt von der internationalen Jacobs University Bremen, wo sie von 2002 bis 2013 als Pressereferentin arbeitete.

## Etats

### Muehlhausmoers gewinnt „Menschen“

Die Kölner Agentur muehlhausmoers hat sich nach einem mehrstufigen Pitch gegen verschiedene Wettbewerber durchgesetzt und betreut seit Mitte Dezember für die Aktion Mensch, Bonn, „Menschen. das Magazin“. Das Magazin der Aktion Mensch präsentiert sich mit einem inhaltlichen und optisch neuen Konzept. Es umfasst 68 Seiten und



erscheint viermal im Jahr mit einer Auflage von 30.000 Exemplaren. Die nächste Ausgabe ist gleich eine ganz Besondere: Sie kommt im März 2014 und hat das 50-jährige Jubiläum der Aktion Mensch zum Thema. „Menschen. das

Magazin“ ist ab sofort an ausgewählten Kiosken und Bahnhofsbuchhandlungen für 4,20 Euro sowie im Bezahlabonnement erhältlich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



## Etats compact (5) (01. KW-2014)

1. Verein Leipzig 2015 e.V.  
was: PR und Social Media für das Jubiläum „1000 Jahre Leipzig“ (2015)  
an: **Westend. Public Relations GmbH**, Leipzig
2. Italienischer Großgerätehersteller Indesit Company Deutschland GmbH, Frankfurt am Main  
was: Unternehmens- und Produktkommunikation der deutschen Niederlassung  
an: **becker döring communication**, Offenbach
3. Uhrenhersteller Ice-Watch, Linz (Österreich)  
was: Kommunikation in Österreich  
an **Convensis Group**, Stuttgart
4. Lichtspezialist Reflecta GmbH, Klagenfurt  
was: Strategische Beratung, Pressearbeit und Events zur Markteinführung in Österreich  
an: **Cloos + Partner. PR Consultants**, Wien
5. Badischer Wein GmbH, Freiburg  
was: Kommunikationsetat samt neuer Kampagne, neuem Corporate Design und neuer Website  
an: **Scholz & Friends**, Hamburg

## Agenturen

### Blumerry ist neuestes Mitglied der GPRA



Die Berliner Kommunikationsagentur Blumerry ist seit Jahresanfang neues Mitglied der Gesellschaft PR-Agenturen Deutschlands (GPRA). Die Agentur unter der Führung von Lutz Meyer (Foto links) und Amil Hota (Foto rechts) hat das Audit im Dezember erfolgreich absolviert und ist einstimmig von der Aufnahmekommission in den Mitgliederkreis aufgenommen worden. Blumerry beschäftigt 55 Mitarbeiter an den Standorten Berlin, Dresden und München und ist in den Feldern Public Relations, Werbung, Event, Digital, Social Media und Public Affairs tätig. Die Agentur gehört zu Commarco, Unternehmensgruppe für Kommunikation und Marketing, zu der auch KKL, deepblue networks, gkk und Scholz & Friends gehören. Uwe A. Kohrs, Präsident der GPRA e.V., freut sich über den Neuzugang gleich zum Jahresbeginn 2014: „Nach dem Eintritt von Serviceplan PR im Dezember 2013 freuen wir uns sehr, mit Blumerry eine weitere profilierte Kommunikationsagentur in unserem Kreis begrüßen zu können.“ Lutz Meyer und Amil Hota, Geschäftsführer von Blumerry, begründen ihren Beitritt zum PR-

Agenturverband so: „Mit unserem Beitritt zur GPRA setzen wir ein Zeichen. Wir wollen mit den GPRA-Mitgliedsagenturen und dem Präsidium an Themen arbeiten, die für die Zukunft unserer Branche wichtig sind: Qualitätsstandards, Nachwuchs, Vergütung und faire Bedingungen bei Ausschreibungen und Pitches.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Agenturen compact (2) (01. KW-2014)

1. Neue Kommunikationsagentur in Zürich: Aus den drei schweizerischen Kommunikationsagenturen **Straumann AG, HessKissSulzer-Sutter und Profil 1** ist per **Fusion** die Agentur für **Kommunikation „Geyst“** geworden. Geschäftsführer von „Geyst“ ist Florian Walz, der vorher drei Jahre lang Geschäftsführer der Straumann AG und davor für die Affichage im Einsatz war. Unter seiner Leitung werde die neue Agentur von zehn Managing Partnern geführt, die alle beteiligt sind, wie Walz auf Anfrage des schweizerischen „Klein Reports“ erklärte. (*Quelle: „Klein Report“*)
2. Jubiläum: Die **HBI Helga Bailey GmbH - International PR & MarCom** wurde vor **30 Jahren** von Helga Bailey in München **gegründet**. In dem von stetigem Wandel geprägten Umfeld der Kommunikationsbranche hat die Agentur ihre Unabhängigkeit gewahrt. Heute ist sie eine dynamische und innovative Technologie-Agentur. HBI ist für Unternehmen aller Größenordnungen tätig und zählt Start-Ups sowie multinationale Konzerne zu seinen Kunden. Seit 1996 ist HBI Partner der Worldcom PR Group, dem weltweiten Netzwerk unabhängiger PR-Beratungsfirmen.



## Branche

### Scheben als Privat-Coach: Professionelle Kommunikation für alle Lebensbereiche



Seit über 40 Jahren arbeitet der in Andernach am Rhein ansässige Matthias Scheben (Foto) schon auf dem Feld professioneller Kommunikation. Waren früher vor allem Firmen und Unternehmer seine Kunden, so sollen nun auch Privatpersonen von seinem Know-how profitieren. Die ersten sieben Jahre seines Berufslebens war der studierte Ökonom als Wirtschaftsjournalist und Buchautor unterwegs, dann als Inhaber einer Kommunikationsagentur. Vor gut vier Jahren begann er als freiberuflicher Medien- und PR-Berater und Coach. Seit Anfang 2014 bietet er seine Kommunikationserfahrung auch gezielt Privatpersonen an.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### 2. PR-Nachwuchsinitiative #30u30 steht in den Startlöchern

„Die zweite Generation der PR-Nachwuchs-Initiative #30u30 steht in den Startlöchern.“ Das verkündete jetzt der in Hamburg erscheinende „PR-Report“, der die Initiative vor rund einem Jahr ins

Leben gerufen hatte. Annähernd 100 Namen hat die Branche für zweite Auflage in den Ring geworfen – das sind mehr als doppelt so viele Nominierungen wie im vergangenen Jahr. Jetzt gilt es für die Redaktion rund um den Chefredakteur Nico Kunkel, aus dem Kandidatenkreis 30 junge Frauen und Männer auszuwählen, die dann stellvertretend für ihre Kolleginnen und Kollegen als Protagonisten für die Vielfalt der PR- und Kommunikationsbranche stehen. Die ausgewählten 30 Köpfe treffen sich dann erstmals am 17. Januar 2014 auf dem neuen Vodafone Campus in Düsseldorf. Neben dem Kennenlernen stehen die ersten Coachings und Diskussionsrunden auf dem Programm. Die ersten Workshop-Themen heißen Beratung, Führung, Krise und Storytelling. Was die Initiative im weiteren Verlauf des Jahres noch an Wettbewerben, Höhepunkten und weiteren Seminaren erlebt, hat der „PR-Report“ in einem ePaper zusammengefasst, das unter dem Titel „#30u30 – Aufsteiger in der Kommunikation 2014“ erschienen ist. Über diesen [Link gelangen Sie direkt zur Online-Broschüre](#).

### McKinsey berät Vatikan in Kommunikationsfragen

Der Vatikan will – offensichtlich auf Initiative von Papst Franziskus – seine Kommunikation mit Hilfe der Unternehmensberatung McKinsey „effizienter und moderner“ gestalten. Wie der Vatikan mitteilte, erhielt McKinsey von der Kommission zur Berichterstattung über wirtschaftliche und administrative Angelegenheiten den Auftrag, sie bei der Erstellung eines „Gesamtplans zur Organisation der Kommunikationsmittel des Heiligen Stuhls“ zu beraten. Ziel des Projekts sei es, der Kommission „nützliche“ Hinweise für Empfehlungen an Papst Franziskus zu geben. McKinsey werde hierbei eng mit den Verantwortlichen der betreffenden vatikanischen Einrichtungen zusammenarbeiten, so die Mitteilung. Über eine effizientere Strukturierung der auf mehrere Einrichtungen verteilten vatikanischen Medienarbeit wurde schon seit längerem nachgedacht.



Konkrete Pläne gab es bislang jedoch nicht. (Quelle: KNA)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Branche compact (1) (01. KW-2014)

- Die diesjährigen **Preisträger des „Horizont“ Award** stehen fest: Edeka-Vorstandsvorsitzender **Markus Mosa**, Sky-Deutschland-Chef **Brian Sullivan** sowie **Hartwig Keuntje** und **Torben Hansen**, Geschäftsführer der Hamburger Werbeagentur Philipp und Keuntje, sind die Sieger. Bereits zum 31. Mal zeichnet „Horizont“ (Deutscher Fachverlag) mit diesem Preis herausragende Führungspersönlichkeiten der Branche in den Kategorien „Marketing“, „Medien“ und „Agenturen“ aus. Verliehen werden die Awards am **14. Januar 2014** in der Alten Oper in Frankfurt am Main.

## Medien

### Neuer Name, neues Logo, neuer Auftritt: dfv baut Unternehmensmarke strategisch aus

**dfv Mediengruppe** Ab sofort präsentiert sich die „Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag“ mit dem neuen Namen „dfv Mediengruppe“, kurz dfv. Gleichzeitig stellt der dfv seinen modernisierten Markenauftritt vor, der ein neues Logo, einen neuen Claim und ein optimiertes Corporate Design umfasst. Klammer für alle Leistungen – ob Print, Digital, Events oder Services – ist der neue Name „dfv Mediengruppe“. Er wird der



heutigen Größe und Vielfalt des Unternehmens gerecht, ist als „dfv media group“ international einsetzbar und lässt Raum für weiteres Wachstum. Neu ist auch das Logo mit dem dynamischen „dfv Akzent“. Dieser ist aufmerksamkeitsstark in der Signalfarbe Rot gestaltet und bringt zum Ausdruck, was die Mediengruppe macht: Über ihre Titel und Plattformen setzt sie wichtige Akzente – in den Branchen, die sie publizistisch begleitet, und auf dem persönlichen beruflichen Weg der Leser.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Journalisten des Jahres 2013 stehen fest

Die „Journalisten des Jahres“ 2013 sind Holger Stark und Marcel Rosenbach, Reporter des Hamburger Nachrichtenmagazins „Der Spiegel“. Zudem hat eine rund 80-köpfige Fachjury der in Frankfurt am Main erscheinenden Branchenzeitschrift „medium magazin“ die rund 100 besten „Journalisten des Jahres“ in insgesamt zwölf Kategorien gewählt. Neben neun Fachkategorien werden auch Preise für das Lebenswerk, die Redaktion des Jahres sowie 2013 auch zwei Sonderpreise vergeben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Melanie Bergemann ist „Wirtschaftsjournalistin des Jahres“



Die „WirtschaftsWoche“-Reporterin Melanie Bergemann (Foto) wurde für ihre Recherchen zu den dubiosen Machenschaften der Immobiliengruppe S&K zur „Wirtschaftsjournalistin des Jahres“ 2013 gekürt. Damit wurde der Titel zum ersten Mal an eine Frau verliehen. Dies hat das Fachmagazin „Wirtschaftsjournalist“, das im Verlag Johann Oberauer GmbH, Freilassung bei München, erscheint, heute bekannt gegeben. Insgesamt wurden 46 Journalisten in sieben Kategorien ausgezeichnet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (1) (01. KW-2014)

1. **Martin Schwarzkopf** (43) wird zum 15. Januar 2014 neuer Chefredakteur der Aschaffener Regionalzeitung „Main-Echo“. Schwarzkopf wird Nachfolger von **Claus Morhart** (57), der auf eigenen Wunsch aus der Chefredaktion ausscheidet, der Zeitung aber als Chefreporter erhalten bleibt. Weitere Mitglieder der Chefredaktion bleiben **Torsten Maier** (43) und **Stefan Reis** (54). Schwarzkopf kehrte 2006 zum „Main-Echo“ zurück. Dort war er dann als Chef vom Dienst und seit 2008 als stellvertretender Chefredakteur tätig.

### Social Media

#### Medien der Kommunikationsbranche in Twitter und Facebook

Dass vor allem Twitter (für Journalisten) und Facebook in der Onlinekommunikation immer wichtiger werden, ist eine Binsenweisheit. Wie steht es aber mit der Präsenz der Fachmedien der Kommunikationsbranche selbst auf den SoMe-Seiten? Einige sind gut vertreten, bei einigen ist aber auch sicher noch Luft nach oben. Das "PR-Journal" hat den Jahreswechsel zum Anlass genommen und nachgeschaut - daraus ergeben sich folgende Zahlen.

PR-Medium	Twitter Rang	Twitter Follower	Facebook Rang	Facebook Freunde
Pressesprecher	1.	5.764	2.	4.106
politik & kommunikation	2.	4.772	1.	8.257
PR-Journal <sup>1</sup>	3.	4.716	3.	2.611
PR Report	4.	2.207	4.	1.169
prmagazin	5.	2.185	5.	855
medienrot <sup>1</sup>	6.	570	6.	490

**Anmerkung:** Stand der Abfragen: 02. Januar 2014.  
Hinweis: <sup>1</sup> Dies sind **Nur-Online-Medien**, alle anderen sind vor allem Printmedien mit einer Online-Präsenz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Social Media in B-to-B-Unternehmen



Zahlreiche Unternehmen haben mittlerweile Experten eingestellt, die sich ausschließlich um die Social Media-Aktivitäten kümmern. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen nutzen die Vorteile der sozialen Netzwerke immer stärker, denn hier können gezielt und kostengünstig Privat- und Businesskunden erreicht werden. Welche Vorteile bieten Aktivitäten in themenrelevanten Social Media-Kanälen für den B2B-Bereich?

- Platzierung als Fachmann in der Branche
- Reputation im Internet aufbauen und pflegen
- Unterstützung des Kundendienstes
- Leadgenerierung
- Personal Recruiting
- Monitoring

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Social Media compact (3) (52. KW-2013)

1. Ein Blick in die Zukunft: **Social Media 2014**. Zum Artikel bei [Social Secrets](#)
2. **2013 im Internet**: Der [Tagesspiegel](#) zeigt die Trends bei Instagram, Twitter, YouTube und Facebook auf.
3. Starcount hat eine Liste der **zehn erfolgreichsten Marken im Social Web des Jahres 2013** erstellt. Mit Samsung, Google, Facebook, Instagram und YouTube finden sich gleich fünf Technologie-Marken auf der Liste. Zum Beitrag bei [t3n](#)

## Das PR-Interview

### PR-Interview Nr. 108. Philip Müller: Etwas lernen – und das auch zeigen

„Das PR-Interview im PRJ“ wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation, Köln](#)



Interview mit Philip Müller (Foto), Geschäftsführer der [Deutschen Akademie für Public Relations \(DAPR\)](#) und des [PR Career Centers \(PRCC\)](#) in Düsseldorf.

**PR-Journal:** Derzeit gibt es eine Debatte um die Qualität der Ausbildung des PR-Nachwuchses. Bemängelt werden auch fehlende Fähigkeiten von Berufseinsteigern. In der Praxis bringt der Nachwuchs unterschiedlichste Ausbildungs-Hintergründe mit. Wie begegnet das DAPR-Volontariat dieser Herausforderung?

**Philip Müller:** Das DAPR-Volontariatsprogramm vermittelt die Basisqualifikationen, die für den erfolgreichen Berufsalltag als Kommunikator elementar sind. Das sind nicht zuletzt strategisches Verständnis, Textsicherheit, Branchenkenntnis und wirtschaftliches Know-how. Die meisten Berufs- und Quereinsteiger haben hier noch Luft nach oben – der eine mehr, der andere weniger. Unser Volontariatsprogramm ist modular aufgebaut: Arbeitgeber und Arbeitnehmer können sich aus dem DAPR-Fundus jene Inhalte herausgreifen, die sie für sinnvoll halten. So können Agenturen und Unternehmen Elemente der DAPR-Grundausbildung und der DAPR-Intensiv-Trainings mit eigenen Inhalten kombinieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommentare

### Bayern: Demokratie ohne Kontrolle und Folgen



Ein Kommentar von Horst Kerlikowsky (Foto), Berlin

Hans Herbert von Arnim, der an der Deutschen Universität für Verwaltungswissenschaften Speyer lehrt, veröffentlichte im Frühjahr 2013 das Buch „Die Selbstbedienung – Wie bayerische Politiker sich den Staat zur Beute machen“. Darin stellt er fest, daß bayerische Landtagsabgeordnete in Deutschland die höchsten Diäten, die höchsten Kostenpauschalen, und die höchsten Zuschüsse für Mitarbeiter erhielten. Zu dem Zeitpunkt war aufgefliegen, dass CSU-Landtagsabgeordnete und mit höheren Posten belohnte CSU-Politiker Familienmitglieder und selbst Kinder als Mitarbeiter beschäftigten und gut bezahlten. Als das öffentlich wurde, überwiesen einige von ihnen teilweise Geld zurück. Nur wenige waren in ihren Positionen haltbar - und dann war alles vergessen. Bei den Wahlen danach erhielt die CSU wieder die meisten Stimmen. Horst Seehofer regiert weiter.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Norbert: Gerüchte+Gerichte

### Gericht: Buddha würde anerkennend rülpfen



(nsb) Wenn immer mehr Thai-Restaurants in den deutschen Städten entstehen, hat dies gewiss eine Ursache darin, dass dort niemand mit Stäbchen essen muss. Beim gerade angesagten Japaner erntet jeder kalte Verachtung, der damit nicht hantieren kann. Und die Chinesen mit ihren „Neun Kostbarkeiten“ oder der ewigen Ente

sind etwas außer Mode gekommen. Aber die Thai-Küche schmeckt auch anders – und ihre Aromen lassen sich zwanglos mit europäischen Traditionen mischen.

„Crossover Cooking“ ist nicht mehr gar so neu, wie der Ingwerfan Alfons Schuhbeck und seine weiträumig angebotenen Gewürzmischungen belegen. Der eher stille, im April des vergangenen Jahres verstorbene Albert Bouley, hat schon vor über 40 Jahren die Fusion von europäischen und fernöstlichen Küchenlinien in seinem Restaurant „Waldhorn“ in Ravensburg gewagt und seither viele begeisterte Schüler in Deutschland gefunden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Autoren-Beiträge

### Wer sich heute in den Agenturen über eine unzureichende Disposition der jungen Bewerber für das Agenturgeschäft beklagt, sollte sich zuvorderst an die eigene Nase fassen



Ein Beitrag von Andreas Severin, Düsseldorf zur aktuellen „PR-Nachwuchsdiskussion“

Wie gut ist der PR-Nachwuchs? Hat die Qualität der jungen Bewerber wirklich nachgelassen? Müssen Agenturen bangen, mangels Masse bei Persönlichkeit und sozialer Kompetenz ihre Kundenerwartungen bald nicht mehr erfüllen zu können? Uwe Kohrs hat mit der von ihm angestoßenen Debatte heftige Emotionen und einigen Widerspruch ausgelöst. Auch mein Beitrag wird dem von mir sehr geschätzten Kollegen und Präsidenten nicht zur Seite springen. Und doch kann ich seinem Vorstoß auch etwas Positives abgewinnen. Dazu später.

Ich selber durfte eine wesentliche Phase der Veränderung im Angebot der Kommunikationsausbildungen über acht Jahre intensiv miterleben und

gestalten. Mit dem Jahr 2000 hatte ich als Sonderbeauftragter der GPRA für Ausbildungsfragen begonnen, mich in die vielfältigen Verzweigungen der relevanten Ausbildungsangebote einzuarbeiten. In dieser Zeit war der Bewerbermarkt noch weitgehend geprägt von akademisch vorgebildeten Seiteneinsteigern (vom Lehramtler und Politologen bis zum Historiker und Theologen waren alle Abschlüsse vertreten), die sich in privaten Weiterbildungen PR-Basics beibrachten oder ihr Talent in Agenturen „on the job“ entwickelten. Über die Schwierigkeiten und Herausforderungen, die sich damals für Agenturen stellten, habe ich 2002 in meinem Beitrag „Is it Science or an Art“ berichtet. Darin hatte ich ein paar wesentliche Prüfpunkte aufgezeigt, an denen sich die Kommunikatorenausbildung orientieren müsse, um mit den neuen Anforderungen des Gewerbes Schritt halten zu können. Und ich hatte damals schon deutlich gemacht, dass die Agenturen mit ihrem eigenen „Bildungsauftrag“ einen wesentlichen Anteil an den notwendigen Skills ihres Personal tragen. Ich ahnte zu diesem Zeitpunkt noch nicht, wie spannend meine Ausbildungsmission dann in den Jahren meiner Mitwirkung im GPRA-Präsidium noch werden sollte. Unter den Präsidenten Rupert Ahrens und später Elisabeth Kohl, und allen anderen Präsidialen hatte das Thema Ausbildung einen unbestrittenen Spitzenplatz in der Agenda des Verbandes. Diesem Umstand war es zu verdanken, dass wir in den Jahren ab 2004 einerseits sehr aktiv an der Vorbereitung der entsprechenden Bologna-Planungen der Hochschulen mitwirken als andererseits auch eine überfällige Neuordnung des von den Verbänden getragenen Prüfungswesens in die Wege leiten konnten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Hohenauer versus Patalong: Wie wir PR-Themen in den Medien platzieren

In unserem [aktuellen Lesetipp](#) verlinken wir auf einen Beitrag von Frank Patalong in „Spiegel Online“ mit der Überschrift „Wie PR-Themen in den Medien



landen“. Beschrieben wird die Arbeitsweise von PR-Abteilungen und Agenturen. Ausführlich hat sich Florian Hohenauer (Foto) von Hotwire PR aus München damit auseinandergesetzt.

Er hat den Prozess ‚Wie PR-Themen in den Medien landen‘ von der anderen Seite, aus der Sicht eines PR-Beraters dargestellt. Er nimmt die Bedenken Patalongs auf setzt dem seine Sicht Dinge entgegen. Naturgemäß hält er PR für eine völlig legitime Disziplin im Kommunikationsmix – wenn einige Regeln eingehalten werden. Aber wie sehen die aus? Was macht „gute“ PR aus? Und wie funktioniert Themensetzung aus Sicht einer PR-Beratung? Nachfolgend finden Sie hier den Beitrag von Hohenauer, der auch auf der [Agenturwebsite von Hotwire](#) online zu finden ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Lesehinweise

### Lesetipp: PR-Agenturen übernehmen Agenda-Setting

Wer sich noch einmal in Erinnerung rufen möchte, wie PR-Themen es in die Medien schaffen, der sollte den Beitrag „So setzt man Themen-Trends“ von Frank Patalong auf „Spiegel-online.de“ lesen. Am Beispiel des Begriffs „Sharenting“ zeichnet er nach, wie PR-Agenturen ausnutzen, dass Redaktionen immer schlechter besetzt sind. Denn, so beschreibt er den Mechanismus: „Wo es an Geld und Personal fehlt, ist man froh um jeden vermeintlich kostenlosen Inhalt.“ Patalong kommt zu dem Schluss, dass es PR-Agenturen immer mehr gelinge, Agenda-Setting zu betreiben. Früher sei das ein Privileg von Leitmedien gewesen. Lesen Sie den Beitrag auf [„Spiegel-online.de“](#).

**Beachten Sie zu dem Artikel von Frank Patalong auch die Entgegnung von Florian Hohenauer. Der PR-Berater der Münchner Agentur Hotwire PR setzt den Bedenken Patalongs die Sichtweise von PR-**

Agenturen gegenüber. Lesen Sie seinen Beitrag unter der Überschrift „Hohenauer versus Patalong: Wie wir PR-Themen in den Medien platzieren“ in unserer Rubrik Autorenbeiträge.

## Termine

### Termine compact (3) (01. KW-2014)

1. **Communication Award 2013:** Der Kommunikationsverband macht darauf aufmerksam, dass noch bis zum **20. Januar** Einreichungen für den Communication Award 2013 „**BoB - Best of Business-to-Business**“ entgegen genommen werden. Der Wettbewerb sucht bereits zum 16. Mal die besten B-to-B-Maßnahmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Preise werden in zehn Disziplinen vergeben, unter anderem in „Corporate Publishing“, „Public Relations“ und „Employer Branding“. Weitere Informationen direkt auf der [BoB-Website](#).
2. **LPRS I** - Zum 10. Geburtstag veranstalten die Leipziger PR-Studenten, LPRS, ihr **Jubiläumsforum am 17. Mai 2014 in Leipzig**. Es soll ein fachliches und ein festliches Programm geben. Die fachliche Seite, einschließlich der traditionellen abendlichen Podiumsdiskussion, wird sich rund um die Themen Zukunft, Trends und Nachwuchs in der PR drehen. Aspekte wie Anforderungen an den Kommunikationsberuf und Leistungserwartungen an die Bewerber werden aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet und bieten Stoff für spannende Diskussionen.
3. **LPRS II - PR-Salon mit Michael Hauger, KION**, am **28. Januar 2014**: Ende Januar empfangen die Leipziger PR-Studenten Michael Hauger, Head of Corporate Communications der KION Group AG, zu einem PR-Salon in die Villa Ida. Das spannende Thema: Finanzkommunikation im Rahmen eines Börsenganges. Darüber hinaus wird Hauger allgemein von den kommunikativen Herausforderungen bei einem Global Player berichten. KION ist weltweit führender Anbieter von Gabelstaplern.

## Tipps

### Steuertipps aus erster Hand



Wussten Sie das schon: Arbeitnehmer, die nicht zur Abgabe einer Steuererklärung verpflichtet sind, können noch bis zum 31. Dezember 2013 rückwirkend bis zum Steuerjahr 2009 eine Veranlagung für ihre Einkommens- und Lohnsteuer beantragen. Auch kann sich die richtige Wahl der Steuerklasse lohnen. Das gilt insbesondere dann, wenn Kurzarbeit oder Arbeitslosigkeit drohen. Mit der günstigen Steuerklasse III für Verheiratete oder der Steuerklasse II für Alleinstehende mit Kind kann man für eine höhere Unterstützung sorgen. Auch beim Elterngeld kann ein frühzeitiger Wechsel der Steuerklasse (sieben Monate vor der Geburt) bedeutsam sein. Der Präsident des Steuerberaterverbandes Schleswig-Holstein e.V. Lars-Michael Lanbin gibt zum Jahreswechsel eine ganze Reihe von Hinweisen. Sehen Sie selbst auf der [Website des Verbandes](#). Übrigens gibt es dort auch Informationen zum neuen Reisekostenrecht, das ab dem kommenden Jahr gilt.

### Tipps compact (1) (01. KW-2014)

1. Wer ein Tablet hat, braucht auch etwas zum Lesen. Dazu gibt es jetzt zwei dicke Bücher als kostenloses PDF zum Download. In seinem Newsletter hat Buchautor Torsten Schwarz am 17. Dezember eine **Geschenkaktion** gestartet, die für „PR-Journal“-Leser über Weihnachten hinaus **bis zum 15. Januar 2014** verlängert wurde. Bis dahin gibt es die **Leitfäden „E-Mail-Marketing“ und „Digitaler Dialog“ kostenlos** auf der [Absolit-Website](#). Bei den beiden Büchern handelt es sich um Fachbücher zu Online-Marketing.

## Literatur

### Holiday: Operation Shitstorm – Berufsgeheimnisse eines professionellen Medien-Manipulators

Ryan Holiday: *Operation Shitstorm – Berufsgeheimnisse eines professionellen Medien-Manipulators*; Verlag: Plassen 2013; 336 Seiten; Preis: 19,90 Euro; ISBN-10: 3864701244

Ich hole mir gern am Wochenende frische Brötchen beim Bäcker. Und während ich da so an- und vor mich hin stehe, überkommt mich ab und an das Gefühl, eine BILD-Zeitung wäre genau das, was ich zum Frühstück noch brauche. Als i-Tüpfelchen der Entspannung, als Wochen-Update, als bunte Beilage zum Kaffee. Und dann passiert es: Ich überfliege sämtliche Überschriften in weniger als 45 Sekunden, lege die Zeitung beiseite und werfe sie am nächsten Morgen in den Papierkorb. „Operation Shitstorm“ ist die BILD-Zeitung unter den Marketing-Fachbüchern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Nagel: CEO-Kommunikation als machtvolles Instrument zur Unternehmensführung

Katja Nagel: *"CEO-Kommunikation als machtvolles Instrument zur Unternehmensführung"*; Verlag: Linde 2013; 248 Seiten; Preis: 48,00 Euro; ISBN-10: 3714302492.

Nicht zuletzt durch die sozialen Netzwerke bekommen Unternehmen immer häufiger ein Gesicht. In einem guten Fall ist es das des CEOs. Im besten Fall ist das auch so geplant. Kunden wollen wissen, wer hinter Produkten, Dienstleistungen und Marken steht. Mitarbeiter wollen wissen, für wen sie eigentlich arbeiten. Und so eröffnet sich für Firmen und Geschäftsführer ein machtvolles Instrument zur Unternehmensführung: Die CEO-Kommunikation.

Katja Nagel, die sich auf strategische Kommunika-

tionsberatung spezialisiert hat, zeigt in ihrem aktuellen Buch „CEO-Kommunikation als machtvolles Instrument zur Unternehmensführung“ aktuelle Praxis und Basis professioneller CEO-Kommunikation auf – gespickt mit einer Vielzahl an O-Tönen und Grundsatzfragen. Dabei geht die Diplom-Kauffrau stets auf die unterschiedlichen internen und externen Bezugsgruppen der Kommunikation ein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Jobangebote

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

### GESUCHE

Die 6 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

### ANGEBOTE (37)

#### Volontariat/Trainee

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

#### Praktikum

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

#### Agenturen

- [Engagierte/r PR-Berater/in, Essen](#)
- [Junior PR-Consultant \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [\(Senior\) PR-Consultant für Mode- und Lifestylekunden, Hamburg](#)
- [Flutlicht sucht PR-Trainee \(m/w\) für den Standort Nürnberg](#)
- [Senior PR Berater, Berlin \(Ger./Engl.\)](#)
- [Engagierter PR-Berater \(m/w\) für Agentur in Berlin](#)

- *Junior PR-Berater (m/w) im Bereich Mode/Lifestyle, München*
- *PR Juniorberater/in für Agentur im schönen Duisburger Innenhafen*
- *PR-Berater/-innen für Publik. Agentur für Kommunikation, Ludwigshafen am Rhein*
- *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 & Horsch, Frankfurt am Main*
- *PR-Berater/in & Junior-PR-Berater/in, Hamburg*

#### Medien

- *PR-Berater/in, Stuttgart*

#### Unternehmen

- *Redakteur/Texter (w/m), Freiburg*

#### Verbände (Non-Profit)

- *SachbearbeiterIn für die Öffentlichkeitsarbeit, München*
- *Referenten (m/w) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Stiftungskommunikation, Bonn*

\*\*\*\*\*

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:  
Montag, 6. Januar 2014 um 20:30 Uhr  
Dieser Newsletter wurde an **10.668 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 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: [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 **2013** wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: **357.592 Visits und 979.987 PageImpressions**. Das ergibt einen **Tagesdurchschnitt von 1.089 Besuchern**. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,5 Seiten aufgerufen. Durch GoogleAnalytics wurde außerdem im Schnitt 08:54 Minuten Besuchszeit ermittelt.

**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](#)