

PR-Journal Newsletter

Nr. 429 / 22. KW 2014

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 429. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 43 Einzelmeldungen):

1. [Schweres Erbe für Martin Kunz bei der „ADAC Motorwelt“](#)
2. [Studie: BMW-Chef Reithofer hält verständlichste Reden im DAX-Vergleich](#)
3. [PR-Qualitätsinitiative in Österreich – Vorbild für Deutschland?](#)
4. [Waltraud Niemann folgt auf Birgit Spors als ING-DiBa-Marketingchefin](#)
5. [Personalien compact - Sonstige \(1\) \(22. KW-2014\)](#)
6. [Personalien compact - Agenturen \(3\) \(22. KW-2014\)](#)
7. [Personalien compact - Unternehmen \(5\) \(22. KW-2014\)](#)
8. [media consulta informiert Ukrainer über die EU](#)
9. [Etats compact \(23\) \(22. KW-2014\)](#)
10. [Schwartz Public Relations feiert 20. Geburtstag](#)
11. [Stockheim Media heißt jetzt Instinctif Partners](#)
12. [Klenk & Hoursch eröffnet Niederlassung in München](#)
13. [Agenturen compact \(3\) \(22. KW-2014\)](#)
14. [DPRG-Hauptausschuss kündigt Vertrag mit dem F.A.Z.-Institut](#)
15. [Attraktives Programm bei der ECC – günstige Konditionen für „PR-Journal“-Leser](#)
16. [Branche compact \(2\) \(22. KW-2014\)](#)
17. [DasErste steigert seinen Marktanteil beim TV-Gesamtpublikum](#)
18. [Social Media compact \(1\) \(22. KW-2014\)](#)
19. [Auch daneben... Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR \(11\)](#)
20. [Neues Prüfungskonzept AKOMM - Zertifiziertes Praxiswissen Pressearbeit](#)
21. [Von „Alleskönnern“, Kreativen und Dienstleistern – Anforderungen an den PR-Nachwuchs](#)
22. [Bildung compact \(2\) \(22. KW-2014\)](#)
23. [Studie: Medienmacher schöpfen die Möglichkeiten des Internets kaum aus](#)
24. [PRSH hatte zum Pitch geladen – es kamen fünf Agenturen](#)

25. [Termine compact \(3\) \(22. KW-2014\)](#)
26. [Stamm Medien-Newsletter Juni 2014](#)
27. [PR-Journal: 31.768 Besucher im Mai 2014 und 31 neue Jobangebote - 15 Prozent nutzen die Mobilversion](#)
28. [Jobbörse](#)
29. [Impressum](#)

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

Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PRJ

Seite 1

Schweres Erbe für Martin Kunz bei der „ADAC Motorwelt“



Martin Kunz (Foto), derzeit Direktor der Akademie der Bayerischen Presse, wird neuer Chefredakteur der „ADAC Motorwelt“. Zum 1. Oktober übernimmt der gebürtige Münchner die Chefredaktion und verantwortet dann zusammen mit der stellv. Chefredakteurin Elisabeth Schneider das Club-Magazin. „Es ist eine überaus spannende Aufgabe, die ‚ADAC Motorwelt‘ in diesen Wochen im Sinne der Vereinsmitglieder weiterzuentwickeln“, sagt Kunz. „Schließlich ist die Zeitschrift mit monatlich 13 Millionen Exemplaren nach wie vor das auflagenstärkste Magazin in Europa.“ Kunz wird damit Nachfolger von Michael Ramstetter, der als Leiter der ADAC-Öffentlichkeitsarbeit auch Chefredakteur der „ADAC Motorwelt“ war. Ramstetter musste infolge der Manipulationen beim ADAC-Autopreis „Gelber Engel“ seinen Posten räumen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: BMW-Chef Reithofer hält verständlichste Reden im DAX-Vergleich



Ganze Heerscharen von Referenten und Sekretärinnen sind nicht nur in Deutschland damit beschäftigt, ihre Vorstandschefs zu unterstützen und dafür zu sorgen, dass diese gute Auftritte in der Öffentlichkeit hinlegen. Dazu gehört auch die Vorbereitung von Reden. Doch wie erfolgreich ist diese Arbeit? Wie misst sich der Erfolg? – Frank Brettschneider (*Foto rechts*), Professor und Forscher am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim, liefert Jahr für Jahr Antworten. Er hat mit seinem Forschungsteam herausgefunden, dass BMW-Chef Norbert Reithofer (*Foto links*) die formal verständlichste Rede auf einer Hauptversammlung gehalten hat. Auf einem Verständlichkeits-Index hat Reithofer den Wert 18,4 erreicht. Damit führt er diese Rangliste der Vorstandschefs der DAX-30-Unternehmen an. An 2. Stelle liegt der Vorstandsvorsitzende von Fresenius SE, Ulf M. Schneider (17,7). Er hat sich gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert. Ebenfalls deutlich verbessert ist die Verständlichkeit der Rede von Frank Appel (Deutsche Post). Er liegt zusammen mit RWE-Chef Peter Terium auf Platz 3.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Qualitätsinitiative in Österreich – Vorbild für Deutschland?



Mit dem „Österreichischen PR-Gütezeichen“ für PR-Agenturen und Kommunikationsabteilungen startete die österreichische PR-Branche kürzlich eine breit angelegte Qualitätsinitiative. Diese wird jetzt um eine zweite Säule erweitert: Ab sofort können sich erstmals auch PR-Einzelberater in Österreich qualitätszertifizieren lassen. Das Qualitätszeichen „Zertifizierter Einzelberater“ garantiert – ebenso wie das „Österreichische PR-Gütezeichen“



– die Einhaltung von strengen Qualitätskriterien, klar definierten Organisations- und Arbeitsabläufen und ethisch sauberer Arbeit. Die Zertifizierungskriterien wurden dafür speziell für PR-Einzelberater entwickelt und auf deren individuelles Arbeitsumfeld abgestimmt.

Ob die Initiative der Österreicher beispielhaft für Deutschland sein kann? In dem Bemühen um mehr Qualität in der PR-Branche kommt hier jedenfalls ein klares Signal aus der Alpenrepublik. Der deutsche Agenturverband, GPRA, hat das Thema aktuell auf seiner Agenda. Bemühungen um den Ausbau der Qualität – speziell in der Ausbildung – sind erkennbar. Aber was ist mit dem Berufsverband, der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG)? Welche Initiativen sind hier zu erwarten? Der Ruf nach mehr Qualität ist jedenfalls auch in Deutschland deutlich vernehmbar. Ein Blick über die Grenze lohnt da sicherlich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Waltraud Niemann folgt auf Birgit Spors als ING-DiBa-Marketingchefin

Waltraud Niemann (51) übernimmt ab 1. Juni die Abteilung Werbung / Kommunikation bei der ING-

DiBa Bank in Frankfurt am Main. Sie folgt auf Birgit Spors, die das Unternehmen nach neun Jahren auf eigenen Wunsch verlässt. Niemann ist dann für Markenentwicklung, klassische und Produktkommunikation, Marketing- und Mediaplanung, Kundenkorrespondenz und Direktmarketing sowie Sponsoring der Direktbank verantwortlich.

Sie kennt den Frankfurter Finanzdienstleister - bereits seit 2000 arbeitet sie für die Bank, zunächst als Spezialistin im Dialogmarketing. 2005 übernahm sie in der Frankfurter Zentrale die Leitung des Ressorts Werbung. Von 2011 bis Anfang 2014 verantwortete sie in Wien als Abteilungsleiterin das Marketing der ING-DiBa Austria.

Personalien compact - Sonstige (1) (22. KW-2014)

1. **Christine Brummer** ist seit 1. Juni neue Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit der AOK Mittelfranken in Nürnberg. Sie wurde Nachfolgerin von **Birgit Kamler**, die bei der AOK Mittelfranken die Leitung der Personalabteilung übernimmt. Neben ihrer Funktion als Pressesprecherin leitet die Schwabacherin den Bereich Marketing und Gesundheitsförderung bei der mittelfränkischen AOK. Brummer kommt aus den eigenen Reihen: Seit 26 Jahren ist sie bei der AOK tätig.

Personalien compact - Agenturen (3) (22. KW-2014)

1. **Sabine van der Griendt** und **Sandra Stubbe** führen als neue Geschäftsleiterinnen die Geschicke der Essener Agentur TAS Emotional Marketing GmbH. In der 60 Mitarbeiter zählenden Agentur für Marken- und Erlebniskommunikation verantwortet van der Griendt den Bereich Strategie und Kreation, Stubbe übernimmt den Bereich Beratung und Management. Unter der Führung von Gründer und Geschäftsführer **Thomas Siepmann** sind außerdem noch **Sandra Fechner**, verantwortlich für Finanzen und Personal, sowie **Sonja Peger**, Beratung und Management, im Führungsteam. Van der Griendt und Stubbe er



setzen **Peter Mohnhaupt**, der als Geschäftsführer Marketing & Vertrieb zum Fußballtraditionsverein MSV Duisburg wechselte.

2. **Ingrid Monsberger-Köchler** (35) ist seit März neue Mitarbeiterin der Wiener PR- und Event-Agentur alphaaffairs, die dem Weber Shandwick Netzwerk angehört. Als PR-Consultant soll sie mit ihrem Team die Kunden Nespresso und The Walt Disney Company betreuen. Mit dem Einstieg bei alphaaffairs kehrt Monsberger-Köchler aus der Elternzeit zurück. Ihre letzte berufliche Station war bei Martrix Public Relations, wo sie bis 2009 tätig war.
3. **Pierre Du Bois** verstärkt seit Anfang Mai die Kommunikationsagentur pioneer communications in Leipzig. In seiner Position als Senior Account Executive berät er zukünftig hauptsächlich Unternehmen der eBay-Gruppe, die zu den Kunden von pioneer gehört. Zuvor war Du Bois rund sechs Jahre als Referent für die interne Kommunikation des Unionhilfswerks tätig. Seinem ehemaligen Arbeitgeber bleibt Du Bois als ehrenamtlicher Helfer auch weiter verbunden.

Personalien compact - Unternehmen (5) (22. KW-2014)

1. **Ingo Notthoff** (43), zuletzt Senior Manager PR & Online bei der T-Systems International GmbH, ist seit dem 1. Juni neuer Marketingleiter der T-Systems Multimedia Solutions GmbH in Dresden. In der neu geschaffenen Position ist er für sämtliche Marketing-Aktivitäten des Full-Service-Internet- und -Technologie-Dienstleisters zuständig. Im Rah-

men seiner vorherigen Tätigkeit verantwortete er unter anderem die externe Kampagnen-Kommunikation und leitete die Online-Redaktion. (Quelle: „kress.de“)

2. **Katharina Naehr** (39) ist neue Leiterin der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit beim Produzenten von Kaffee und Haushaltsbedarf Melitta in Minden. In der neu geschaffenen Funktion verantwortet sie die Unternehmenskommunikation der Melitta Gruppe. Naehr berichtet an den Vorstand **Jerro Bentz**. Zuvor war sie seit 2011 Leiterin Marketing und PR beim Modeunternehmen Roeckl, das Handschuhe und Accessoires anbietet. Zuvor war sie in gleicher Position beim Küchenbauer Bulthaup.
3. **Hans-Jörg Groscurth** leitet die regionale Kommunikation beim Energieversorger EnBW Energie Baden-Württemberg in Stuttgart. In dieser Funktion berichtet er an den Leiter Unternehmenskommunikation **Jens Schreiber**. Groscurth ist bereits seit 2006 bei EnBW, zunächst als Leiter Kommunikation im Vertrieb und zuletzt als Pressesprecher.
4. **Holger Thurm** (42) verantwortet ab sofort als Leiter Unternehmenskommunikation weltweit die Medienarbeit von Leica Camera AG, Hersteller von Kamera- und Sportoptikprodukten, in Wetzlar. Er berichtet an den Vorstandsvorsitzenden **Alfred Schopf**. Thurm hat das Unternehmen bereits jahrelang beratend begleitet. **Andreas Dippel** (39), bisheriger Ansprechpartner für die Medien, leitet künftig die Abteilung Partnerschaften und Kulturelle Projekte und berichtet an **Cyril Thomas**, Bereichsleiter Marketing & Communications.
5. **Gitte Balkwitz** (32) und **Caroline Reber** (34) sind neue Mitarbeiterinnen der Kommunikationsabteilungen des Berliner The Ritz-Carlton und des Berliner Marriott Hotels. Balkwitz wird als Public Relations Manager die Öffentlichkeitsarbeit der beiden zu Marriott International Incorporation gehörenden Häuser am Potsdamer Platz unterstützen. Reber übernimmt als Marketing Communications Managerin die Vermarktung beider Hotels. Beide berichten an **Werner Pichler**, der als Market Director of Sales and Marketing für die Kommunikation der beiden Häuser verantwortlich ist. Balkwitz war zuletzt im Designhotel andel's in Berlin tätig. Reber kommt vom Dolder Resort in Zürich, wo sie als Marketing Managerin gearbeitet hat. (Quelle: CP-Monitor.de)



Etats

media consulta informiert Ukrainer über die EU

Die Ukraine hat gewählt. Fortan soll der Milliardär Petro Poroschenko als neuer Präsident die Geschicke in Kiew leiten und versuchen, das Land zu stabilisieren. Auch für die internationale Agentur media consulta steht die Ukraine derzeit ganz oben auf der Agenda. Für die Europäische Kommission produziert und promotet die Agentur das von ihr entwickelte wöchentliche TV-Format „Window to Europe. Stronger together“, das von nun an regelmäßig über die Beziehungen zwischen der EU und der Ukraine berichtet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (23) (22. KW-2014)

1. Internetspezialist Netpioneer, Karlsruhe was: B-to-B Kommunikation, Pressearbeit, SEO-Optimierung an: **Möller Horcher Public Relations GmbH**, Offenbach
2. Büromöbelhersteller Haworth GmbH, Bad Mündersbach was: PR-Arbeit, Messebetreuung und Social Media an: **K1 Gesellschaft für Kommunikation mbH**, Köln

3. ZAB ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH, Potsdam
was: Website Relaunch für die „Airport Region Berlin Brandenburg“
an: **We Do communication GmbH**, Berlin
4. Boutiquehotel Jardí d'Arta (Mallorca)
was: Presse- und Medienarbeit in der Region DACH
an: **TN Hotel Media Consulting**, Hamburg
5. Online-Anzeigen-Portal kalaydo.de, Köln
was: Kommunikationskampagne „Kalaydo-Moment“
an: **Counterpart Group**, Köln
6. Phytopharmaka-Hersteller Dr. Gustav Klein, Zell am Harmersbach
was: Fachpressearbeit für das Phytopharmakon Solidagoren Liquid
an: **ISGRO Gesundheitskommunikation GmbH & Co. KG**, Mannheim
7. Telefónica Germany GmbH & Co. OHG, München
was: Strategische Positionierung und Markenaufbau für das Startup-Programm Wayra in Deutschland
an: **Element C GmbH Agentur für PR+Design**, München
8. Süßwarenhersteller August Storck KG, Berlin
was: Online-Etat, Relaunch der Corporate- sowie einiger Marken-Websites
an: **denkwerk GmbH**, Berlin
9. a) Klinge Pharma GmbH, Bad Ems
was: Produkt-PR sowie On- und Offline-Pressearbeit für die Medikamente Venostasin und Vomex
b) Dolorgiet, St. Augustin
was: PR-Maßnahmen in Publikumsmedien für Dolgit Schmerzcreme
c) Gelita AG, Eberbach im Odenwald
was: Themen-PR für den Wirkstoff Versiol
an: **Yupik Marketing Public Relations GmbH**, Köln
10. a) Ernst Klett Verlag, Stuttgart
was: Kommunikationskampagne „Der Inhalt zählt“
b) Duale Hochschule Baden-Württemberg, Stuttgart
was: Weiterentwicklung des Corporate Designs
c) Staatliche Schlösser und Gärten Baden-Württemberg, Bruchsal
was: Keyvisual und Publikationen
an: **Jung:Kommunikation GmbH**, Stuttgart



11. Zukunftsfonds Heilbronn (ZFHN)
was: Events, Kommunikation und Marketing
an: **Convensis Group**, Stuttgart
12. Anbieter von mobilen Kommunikationslösungen Spectralink, Boulder (USA) und Horsens (Dänemark)
was: Unternehmens- und Produktkommunikation in der Region DACH und PR für die Fusion von Kirk Telecom und Spectralink
an: **Lewis PR**, München, London, Washington
13. Spreewaldverein e.V., Lübben
was: Vermarktung des Spreewälder Leinöls
an: **Faber & Marke GmbH & Co. KG**, Dresden
14. Konsolen- und Spielehersteller Nintendo, Großostheim
was: alle Bereiche der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz
an: **Süddeutscher Verlag Onpact GmbH**, München
15. Personaldienstleister univativ, Darmstadt
was: PR- und Onlinekommunikation, Medienarbeit und Umsetzung Content-Strategie
an: **Oseon**, Agentur für Innovationsthemen, Frankfurt am Main
16. Serviceunternehmen für Verlage Rhenus Medien Logistik GmbH & Co.KG, Holzwickede
was: Strategieberatung zur Neuausrichtung und Kommunikation
an: **PR-COM GmbH**, München
17. Medizintechnologie-Unternehmen NeoTract®, Pleasanton (Nähe San Francisco, USA)
was: Kommunikationsetat für das UroLift® System
an: **Lucy Turpin Communications GmbH**, München

18. a) Dachverband MEW Mittelständische Energiewirtschaft e.V., Berlin
 b) Initiative Erdgasspeicher e.V. (INES), Berlin
 was: Verbands-PR
 an: **Neuland PR – Strategische Kommunikation GmbH**, Leipzig

Agenturen

Schwartz Public Relations feiert 20. Geburtstag



Schwartz Public Relations feiert im Juni sein 20-jähriges Bestehen. Die Münchener PR-Agentur, die im Sommer 1994 von Christoph Schwartz (Foto) gegründet wurde, hat sich in den

letzten 20 Jahren aus dem Home Office heraus zu einer der Top-10 Technologie-Agenturen in Deutschland entwickelt. Seit Anfang 2014 unterhält Schwartz PR neben dem Hauptstandort München auch Büros in Hamburg und Berlin. Über 20 Mitarbeiter betreuen heute knapp 40 IT-Etats, darunter namhafte internationale Marken wie Airbnb, Lookout, Epson, Kabel Deutschland/Vodafone, Denon, Marantz, OpenText, Seagate und viele weitere. Pünktlich zum Jubiläum wurde die Agentur nun auf der europäischen Sabre Award Verleihung in London als eine der besten fünf „Consultancies to work for“ in Kontinental-Europa ausgezeichnet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Stockheim Media heißt jetzt Instinctif Partners

Die Kölner Kommunikationsberatung Stockheim Media hat ihren Namen geändert und heißt jetzt Instinctif Partners. Mit der Umbenennung vollzieht die Agentur in Deutschland den Schritt zu einer einheitlichen Marke. Mit Stockheim Media wechselt von heute an auch die im März erworbene Beratungsgesellschaft für gesellschaftspolitische Kom

Mit uns ist
gut Kirschen
essen.

Pitchberatung bei
Lautenbach Sass.

www.lautenbachsass.de T 0 69) 2 57 82 65 - 0

munikation Brand Associates zum gemeinsamen Namen. Die meisten zur ursprünglichen College Group gehörenden Agenturen hatten den Namenswechsel zu Instinctif Partners bereits im Februar 2014 vollzogen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Klenk & Hoursch eröffnet Niederlassung in München

Ab Juni startet die Klenk & Hoursch AG mit sechs Consultants in München. Von der Prinzregentenstraße 64 aus werden nationale und internationale Kunden betreut sowie echte „Münchner“ wie Wacker Chemie oder Wirecard, Technologieanbieter für den elektronischen Zahlungsverkehr. „Wir wollen weiter wachsen, um für Kunden und Mitarbeiter auf Dauer spannend und relevant zu bleiben“, sagt Daniel J. Hanke, Managing Partner. „Ein strategischer Hebel dabei ist der neue Standort: Wir glauben an das unternehmerische Momentum, das eine solche Gründung erzeugt. Darüber hinaus ar

beiten wir seit vielen Jahren für Unternehmen in München, vom DAX 30-Konzern bis zum Hidden Champion. Wir ziehen unseren Kunden quasi hinterher.“

Neu an Bord bei Klenk & Hoursch in München sind Jan-Paul Schmidt (33) und Nadine Hege (28), beide wechseln von der Scout24-Gruppe auf die Beratungsseite.



Das Foto zeigt von links: Tobias Müller, Daniel J. Hanke

und Georg Kolb, das Münchner Leitungsteam von Klenk & Hoursch.

Agenturen compact (3) (22. KW-2014)

1. **fischerAppelt, play** – so heißt die **neue Digital-Bewegtbild-Marke** der fischerAppelt Creative Content Group. Mirco Völker, langjähriger Geschäftsführer von fischerAppelt, tv media, wird die Kreativ-Einheit für Bewegtbild-Content als CEO führen. Außerdem heuert der Ex-Jung von Matt- und Wensauer-Kreative Lukasz Brzozowski als Executive Creative Director bei fischerAppelt, play an.

Die bereits in **Stuttgart** vorhandene fischer Appelt, tv media wird nun zu fischerAppelt, play und behält dort ihren Hauptsitz. Rund 100 Bewegtbild- und Digital-Experten arbeiten dort. Ein zweites Büro wird in Berlin eröffnet. Bereits am 31. März hatte die Agenturgruppe angekündigt, sich auf die drei Kernbereiche: PR, Bewegtbild und digitales Marketing zu fokussieren (*wir berichteten*).

2. **Edelman**, eine der weltweit größten PR-Agenturen, baut in Deutschland ihr **Angebot in den Bereichen Film & TV sowie Product & Content Placement** weiter aus. Eineinhalb Jahre nach der Gründung von Edelman Studios in Hamburg gibt es nun auch ein **Bewegtbild-Team bei Edelman München**. Die Leistungen decken den gesamten Bereich des Bewegtbildes ab und reichen von Werbefilmen über Virals sowie Trailer bis hin zum Corporate Web TV, von der Webisode bis zur Dokumentation, vom Recruitment- bis zum Schulungsvideo, von der Pressekonferenz bis hin zum Mega-Event.
3. Die Düsseldorfer **punctum pr-agentur GmbH** hat eine **neue Adresse**, sie ist ab sofort im Medienhafen der Rheinmetropole zu finden. Neuer Zollhof 3 lautet nun die Anschrift. Das Wachstum der vergangenen Monate hatte den Umzug erforderlich gemacht. Weitere Informationen finden sich auf der [Agentur-Website](#).

**BERUFSBEGLEITENDES
MASTERSTUDIUM**
an der Deutschen Akademie für Public Relations




Deutsche Akademie für Public Relations

Vollmodular mit sieben möglichen Schwerpunkten
 PR und Integrierte Kommunikation // Kommunikation und Management // PR: Gesundheitskommunikation // Social Media and Global Communication // Interne und Change Kommunikation // B2B-Kommunikation // Communication and Leadership

Abschluss nach vier oder fünf Semestern
 Master of Science (MSc) oder Master of Business Administration (MBA)

Optimale Vereinbarkeit mit dem Berufsalltag
 Ausgeprägte Praxisnähe, inhaltliche und zeitliche Flexibilität, umfassende Betreuung

Details unter www.dapr.de



Branche

DPRG-Hauptausschuss kündigt Vertrag mit dem F.A.Z.-Institut

Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Berlin, bereitet sich auf einen Neuanfang vor. Um dem am 19. Juni bei der Mitgliederversammlung in München zu wählenden Bundesvorstand „Beinfreiheit“ zu lassen, hat der Hauptausschuss – das höchste Gremium des Berufsverbandes zwischen den Mitgliederversammlungen – den Beschluss gefasst, die laufende Kooperation zwischen der DPRG und dem F.A.Z.-Institut zu kündigen. Die Absicht ist, dass der neue Vorstand selbst entscheiden können soll, ob er die Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut fortsetzen möge oder nicht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Attraktives Programm bei der ECC – günstige Konditionen für „PR-Journal“-Leser

Mit einer großen Zahl von Top-Referenten aus Großbritannien, Frankreich, Russland, China, Dubai und anderen Ländern – natürlich auch aus Deutschland – verspricht die European Communications Convention vom 19. bis 21. Juni ein besonders attraktives Ereignis für die PR-Branche zu werden. Wie mehrfach berichtet, findet die internationale PR-Tagung direkt im Anschluss an die Mitgliederversammlung der DPRG in München, Garmisch-Partenkirchen und Ettal statt. Ein besonderes Highlight wird der Vortrag von Serra Görpe sein, die im Kongresshaus Garmisch-Partenkirchen ein Fallbeispiel von Rolls Royce und deren internationaler Kommunikation präsentieren wird. Serra Görpe ist Professorin an der Zayed University, College of Communication and Media Studies in Dubai, und lehrt dort PR. Vor ihrer akademischen Laufbahn war sie lange Jahre in



Agenturen und Unternehmen tätig. In einem anschließenden Workshop geht die Professorin auf das Thema Leadership im Kommunikationsmanagement ein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (2) (22. KW-2014)

1. Der **Rechercheanbieter Nimirum** arbeitet weiter an seiner Profilierung. Jetzt stellte das Leipziger Unternehmen, das sein Angebot seit dem Jahr 2010 vor allem an Agenturen und Unternehmen richtet, seinen **neuen Claim** vor: „**Recherche. Analyse. Trends.**“ Damit will sich Nimirum als Wissensdienstleister für die Kommunikationsbranche etablieren. Neben Ad-hoc-Recherchen in Pitch- und Konzeptphasen nutzen Kunden die Recherchekapazität vermehrt im Rahmen von Zielgruppenanalysen oder Markteintritten.
2. Die Deutsche Post DHL hat den renommierten Deutschen **Preis für Online Kommunikation** mit ihrem von der BIG Social Media GmbH realisierten „Logistics Newsroom“ in der Kategorie „Online Newsroom“ gewonnen. Der Deutsche Preis für Onlinekommunikation wurde in diesem Jahr zum vierten Mal vergeben. Er zeichnet **herausragende Projekte, professionelle Kampagnenplanung und zukunftsweisende Strategien digitaler Kommunikation** aus. In der Kategorie Online Newsroom konnte sich die Deutsche Post DHL mit Ihrem Logistics Newsroom gegen die starke Konkurrenz wie Audi

und E-Plus durchsetzen. Die weiteren Gewinner finden sich auf der [Wettbewerbs-Website](#).

Medien

Das Erste steigert seinen Marktanteil beim TV-Gesamtpublikum

Top-Quoten beim Fußball, beim „Eurovision Song Contest“ und bei den Tatorten bringen Das Erste in der Gunst des Gesamtpublikums im Monat Mai auf Platz 1 – allerdings gleichauf mit dem ZDF. Der Mainzer Sender muss seine Führung, die er seit Monaten alleine innehatte, nun mit der ARD teilen. Beide kamen beim Gesamtpublikum auf einen Marktanteil von 12,0 Prozent. Das entspricht bei der ARD einer Steigerung um 0,6, beim ZDF einer Einbuße von 0,7 Prozent. Bei den privaten Sendern hat sich wenig bis gar nichts geändert. RTL kommt zum dritten Mal hintereinander auf 10,6 Prozent Marktanteil. Sat.1 gewinnt 0,1 Prozentpunkte hinzu und landet bei 8,2 Prozent. ProSieben bleibt unverändert bei 5,6 Prozent. Im Monat Juni dürfte die Führung der beiden öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten nicht in Frage stehen, die Übertragungen von der Fußballweltmeisterschaft in Brasilien werden dafür sorgen. Die TV-Marktanteile für Mai 2014 beim Gesamtpublikum - ab drei Jahren. 1. Das Erste (12,0 %) 2. ZDF (12,0), 3. RTL (10,6) 4. Sat.1 (8,2), 5. ProSieben (5,6). (Quelle: „meedia.de“)

Social Media

Social Media compact (1) (22. KW-2014)

1. Die im Sommer 2013 veröffentlichte **App „Vergiftungsunfälle bei Kindern“** des **Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR)**

gewinnt den diesjährigen **Deutschen Preis für Onlinekommunikation** in der Kategorie „Mobile & Apps“. Die sechsköpfige Jury der Kategorie „Mobile & App“ überzeugte vor allem der praktische Nutzen. Neben konkreten Hinweisen und Tipps bei Vergiftungen bietet die App die direkte Telefonverbindung zum zuständigen Giftnotruf. Verantwortlich für die Entwicklung der App ist das BfR, die Konzeption und Programmierung übernahm die Babel GmbH aus Düsseldorf/Berlin.

K:KK = Kocks: Kein Kommentar

Auch daneben... Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR (11)

Wenn man dem Kunden eine Mörderkohle abnimmt



Wie redet man als PR-Agentur über ein erfolgreiches Geschäft? Diese Frage ist identisch mit der danach, wie man über seine Kunden reden sollte. Es prahlt aus der Spitze einer großen PR-Agentur ein Mensch, der mal Parlamentarischer Staatssekretär war: „Beim ADAC verdienen wir uns dumm und duselig!“ Dumm und duselig sind die richtigen Stichworte zu einem so proletenhaften Ton. Verhöhnt man seine Klienten? Nun stammt der Herr aus dem Korps der Betriebs-

räte und ist Sozi; da darf man ein wenig proletarisch drauf sein. Er saß aber mal im Bundestag und war Staatssekretär im Wirtschaftsministerium; da sollte man bürgerliche Manieren gelernt haben. Aber sein damaliger Minister ist heute noch stolz darauf, niemals mit diesem Typ auch nur ein privates Wort gewechselt zu haben. Man ist erinnert an: „Ich scheiß Dich zu mit meinem Geld!“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Neues Prüfungskonzept AKOMM - Zertifiziertes Praxiswissen Pressearbeit

Die Akademie für Kommunikationsmanagement e.V. (AKOMM, Frankfurt am Main, zertifiziert das neue Angebot „Praxisqualifikation Pressearbeit“ der Agentur kommundwerb.de. Mit dem AKOMM-Zertifikat können Kommunikationsschaffende nach einem fünftägigen Intensivseminar den qualifizierten Nachweis erwerben, der dokumentiert, dass sie in der Lage sind, effiziente und überzeugende Pressearbeit im digitalen Zeitalter des 21. Jahrhunderts zu leisten. „Neu an diesem Kooperationsprojekt ist“, erklärt Beate Sohl, Vorstand der AKOMM und Vorsitzende der Prüfungskommission, „dass unmittelbar im Anschluss an eine intensive mehrtägige Ausbildung das erworbene Praxiswissen im Bereich der Pressearbeit fachspezifisch zertifiziert wird.“ Um das anerkannte Zeugnis und Zertifikat der AKOMM zu erlangen, müssen die Prüfungsteilnehmer die schriftliche Prüfung (zwei Klausuren) und eine mündliche Prüfung absolvieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Der internationale
Kommunikationskongress 2014!

19. - 21. Juni in München,
Garmisch-Partenkirchen und Kloster Ettal

Sport-PR, CSR, internationale PR, Ethik
und Kommunikationsmanagement

www.communications-convention.eu

European
Communications
Convention '14



Von „Alleskönnern“, Kreativen und Dienstleistern – Anforderungen an den PR-Nachwuchs

Von Hard Skills, Soft Skills und Persönlichkeit war beim vierten Junioren-Forum „Kompetenzen für das Kommunikationsmanagement: Einstieg und Weiterentwicklung im Berufsfeld PR“ im Schloss Hohenheim ausführlich die Rede. Rund 100 PR-Verantwortliche, Studierende und Young Professionals folgten der Einladung des Fachgebiets für Kommunikationswissenschaft und Journalistik der Universität Hohenheim sowie der Landesgruppe Baden-Württemberg der Deutschen Public Relations Gesellschaft e. V. (DPRG), um am 27. Mai Erwartungen und Forderungen an angehende Kommunikationsmanager zu diskutieren. Immer wieder die Rede vom „eierlegenden Woll-



milchschwein“. Lesen Sie weiter, was es damit auf sich hat.

Foto: Claudia Mast (rechts), Inhaberin des

Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaft und Journalistik der Universität Hohenheim im Gespräch mit Teilnehmerinnen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung compact (2) (22. KW-2014)

1. Am 2. Juli veranstaltet die **SCM – School for Communication and Management in Berlin** zwei **Trendworkshops** zu den Themen „**Responsive Webdesign**“ und „**Content Marketing**“. In den jeweils etwa 3,5-stündigen Workshops nehmen die Trainer Jan Eisenrein und Nemo Altenberger (Profilwerkstatt) aktuelle Kommunikationstrends unter die Lupe und vermitteln praxistaugliche Impulse. Bestandteil der beiden Trendworkshops, die auch einzeln gebucht werden können, ist das Insta-Lunch mit Instagram-Influencer Thomas Kakareko und anschließendem „Photo-Walk“. Weiter Informationen und Anmeldemöglichkeit auf der [Website zum Trendshop](#).
2. In den neuen **Intensivseminaren „Businessmoderation“** und „**Redens Schreiben**“ der **Deutschen Presseakademie** in Berlin (depak) werden praxisorientierte Moderationstechniken sowie Schreibmethoden vermittelt. Anhand von Beispielen und praktischen Übungen in Kleingruppen können die Teilnehmer das Erlernte anwenden und festigen. Die fünftägigen Intensivseminare richten sich an Mitarbeiter, Fach- und Führungskräften aus allen Organisationen wie auch PR-Berater, die ihre Kompetenzen erweitern wollen. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden sich auf der depak-Seite: www.depak.de/studium/aufbaumodule.



Studien

Studie: Medienmacher schöpfen die Möglichkeiten des Internets kaum aus



Während das Internet mit Suchmaschinen und E-Mail-Programmen aus dem Journalistenalltag nicht mehr wegzudenken ist, bleibt das Potenzial, das das Netz für journalistische Arbeit bietet, noch zum großen Teil ungenutzt. Das ist eines der Ergebnisse der aktuellen Studie von ResponseSource und Bitkom Research. Mit „Medienmacher 2014 – Recherche, Qualitätsanspruch und Finanzierung im digitalen Alltag“ bieten die Macher hinter der Online-Rechercheplattform „ResponseSource.de“ Einblicke in den Arbeitsalltag deutscher Journalisten. Befragt wurden über 1.300 hauptberufliche Journalisten aller Mediengattungen im Frühjahr dieses Jahres. Die Studie liefert Einblicke in Rechercheverhalten, Geschäftsmodelle im Journalismus sowie Entwicklungen im journalistischen Rollenverständnis und der Notwendigkeit der persönlichen Markenbildung. Ein erstaunliches Ergebnis zeigt die Grafik (Quelle: ResponseSource und Bitkom Research): 38 Prozent der befragten Journalisten gaben an, dass sie als Leser für die

Online-Ausgabe ihres eigenen Mediums kein Geld bezahlen würden. Nur 44 Prozent hingegen signalisierten ihre Zahlungsbereitschaft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

PRSH hatte zum Pitch geladen – es kamen fünf Agenturen

PRSH. #THE PITCH

Public Relations Studierende Hannover e.V. 21. Mai 2014 15.00 bis 18.00 Planet MID



ThePitch – unter diesem Motto hatten die PR-Studenten Hannover (PRSH) am 21. Mai fünf Agenturen eingeladen, um sich dem PR-Nachwuchs vorzustellen. Peter Szyszka, Professor an der Hochschule Hannover, gab den Startschuss. Jede Agentur hatte 15 Minuten Zeit, um im Sinne des Employer Branding den Nachwuchs von den eigenen Vorzügen zu überzeugen. Mit dabei waren die Agenturchefs von consense communications, Birgit Krüger (*im Foto von links nach rechts*), Dederichs Reinecke & Partner, Thomas Reinecke, Fleishman Hillard, Hanning Kempe, Oseon, Tapio Liller, und SCRIPT Communications, Sascha Stoltenow. Trotz großer Unterschiede waren sich die Agenturvertreter in einem Punkt einig: Was für den Nachwuchs zählt, ist die Persönlichkeit. Jeder solle einfach er selbst sein und das tun, was am meisten Freude bereite. – Ganz so einfach ist es wohl nicht. Wer es also differenzierter haben mag, sollte den ganzen Beitrag auf der [PRSH-Website](#) lesen.



Termine compact (3) (22. KW-2014)

1. Am **16. und 17. Juni** findet in Frankfurt am Main die **17. Konferenz des Deutschen Investor Relations Verbandes e.V. (DIRK)** statt. Unter dem Motto „Wo spielt künftig die Musik? - Kapitalmärkte am Scheideweg“ bieten die Veranstalter ein abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm. Von der klassischen Keynote eines DAX-Vorstands über Workshops und Medientrainings bis hin zu einem „IR-BarCamp“ erwartet die Teilnehmer ein breites Angebot. Das detaillierte Programm und die Anmeldemöglichkeit finden sich auf der [DIRK-Website](#).
2. Unentschlossene und Zögerliche haben Aufschub bekommen. Der Einsendeschluss für den **PR-Filmpreis „Die Klappe“** wurde bis **zum 5. Juni verlängert**. Die Jury unter dem Vorsitz von Bernadette Tillmanns-Estorf, B. Braun, und Thorsten Hebes, Serviceplan Public Relations, nimmt ihre Arbeit dann am 10. Juni auf. Die wichtigsten Kriterien sind: Zielgruppenrelevanz, Kreativität bei Idee und Konzept, Umsetzung und Erfolg. Die Preisverleihung des vom **Kommunikationsverband** in diesem Jahr zum dritten Mal ausgerichteten Wettbewerbs findet am 24. September in Berlin statt. Weitere Informationen direkt auf der [Website zum Preis](#).
3. Die energiekonsens klima:akademie veranstaltet am 1. Juli das Intensivseminar **„Klimaschutz-Kommunikation – tun, was wir sagen und sagen was wir tun“** in Bremen. Der **Dozent ist Christian Conrad**, Ge-

schäftsführer der Nachhaltigkeitsberatung brands & values. Der eintägige Workshop richtet sich an Mitarbeiter aus der Öffentlichkeitsarbeit, Führungskräfte und Klimaschutzmanager. Der Veranstalter ist Teil des vom Bundesumweltministerium geförderten Pilotprojekts green transformation. Weitere Informationen sowie Möglichkeiten zur Anmeldung finden sich auf der [Website der klima:akademie](#).

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter Juni 2014

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 Mai 2014 wurden 7.352 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 12.738 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter" informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen/Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 31.768 Besucher im Mai 2014 und 31 neue Jobangebote - 15 Prozent nutzen die Mobilversion

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das "PR-Journal" im Mai 2014 insgesamt **31.768 Besucher** laut Zählung der IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insge



samt ein **Tagesdurchschnitt von 1.025 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,4 Seiten an - daraus errechnen sich 75.206 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch GoogleAnalytics im Mai festgestellt; 62,6 Prozent waren neue Besucher. 54,1 Prozent der Besucher sind männlich, 45,9 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. **15 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 7 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (48)

Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Das eine aktuelle Angebot für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [vom Hoff Kommunikation sucht PR-Berater \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [PR & Marketing Manager \(m/w\), Babenhau- sen](#)
- [PR-Junior-Berater/in, Berlin](#)
- [Junior-PR-Redakteur/-in, Starnberg](#)
- [PR-Berater/in, Berlin](#)
- [Junior-PR-Berater \(m/w\) bei additiv pr, Mon- tabaur](#)
- [Standortleiter \(m/w\) in Köln](#)
- [Volontäre/innen und Junior Berater/innen, München](#)
- [Assistentin für die Geschäftsleitung, Düssel- dorf](#)
- [Trainee im Bereich Markenkommunikation, Hamburg](#)
- [PR-Berater für eine Kommunikationsagentur in Hamburg](#)
- [Jeschenko sucht PR-Trainee und Junior PR- Berater \(m/w\) für den Standort Köln](#)
- [Praktikum in Kölner PR-Agentur](#)
- [Journalist\(in\) als feste\(r\) / freie\(r\) Mitarbei- ter\(in\), München](#)
- [PR Berater/-in im Bereich Unternehmens- kommunikation am Standort Frankfurt](#)
- [Spezialist/in für Digital Communications/Social Media, Berlin](#)
- [Junior-Projektleitung in Berliner PR-Lifestyle- Agentur](#)
- [PR-Journalist \(m/w\), Wiesbaden](#)
- [Consultant PR \(m/w\), München](#)
- [\(Junior\) Berater Marken-PR \(m/w\), Hamburg](#)
- [PR-Berater \(m/w\) für CrossPR Düsseldorf](#)
- [Trainee \(w/m\) Lifestyle/Beauty, Frankfurt a.M.](#)
- [PR-Referent \(m/w\)](#)
- [Junior Consultant \(w/m\) Lifestyle/Beauty, Frankfurt a.M.](#)
- [PR-Berater/in Food/Lifestyle zum 1. Juli in Hamburg](#)
- [CLY Communication sucht PR Berater/in, Ber- lin](#)
- [PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater\(in\)](#)
- [Senior PR Account Executive \(m/w\) oder Ju- nior PR Manager \(m/w\), Germering](#)
- [Berater Consumer-PR \(m/w\) ab sofort in München](#)

Unternehmen

- [Mitarbeiter \(m/w\) für Marketing und Kommuni- kation, Frankfurt](#)
- [Mitarbeiter/in Unternehmenskommunikation, Berlin](#)
- [Teamleiter/ -in Presse in Vollzeit, Karlsruhe](#)
- [Novartis Oncology sucht einen Communica- tions Manager \(w/m\), Nürnberg](#)
- [Redakteur/Texter \(w/m\), Freiburg](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

2. Juni 2014 um 20:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.526 Empfänger** versandt.

Impressum

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg (seit 2004/1996)
Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg (USt- IdNr.: DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)



Redaktion: Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (ami- reh[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Ma- thias 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) - Res-

sort: "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]prkanzlei.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; agenturcafe.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 979.978 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](#)