

PR-Journal Newsletter

Nr. 436 / 31./32. KW 2014

Liebe Leserinnen und Leser,

mit diesem „PR-Journal“-Newsletter erhalten Sie eine weitere „Sommerausgabe“. Wie in jedem Jahr erscheint der Newsletter in den Sommermonaten Juli und August alle zwei Wochen. Die nächste Ausgabe erhalten Sie deshalb am 26. August. Alle neuen Meldungen finden Sie bis dahin tagesaktuell auf unserer Website.

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 436. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 82 Einzelmeldungen):

1. *Jetzt mitmachen: Neuauflage des PR-Karrierebarometers gestartet*
2. *Lufthansa Konzernkommunikation neu aufgestellt*
3. *ADAC: Garrels neuer Kommunikationschef*
4. *Gehälter 2014: PR-Chefs in großen Unternehmen klar im Vorteil gegenüber Marketing-Kollegen*
5. *Personalien compact - Unternehmen (15) (31./32. KW-2014)*
6. *Personalien compact - Sonstige (9) (31./32. KW-2014)*
7. *Personalien compact - Agenturen (14) (31./32. KW-2014)*
8. *Agentur Frau Wenk+++ gewinnt Google-Etat für Research-PR in Deutschland*
9. *Etats compact (27) (31./32. KW-2014)*
10. *Reputations- und Litigation-Beratung: Holzinger Associates baut Geschäft aus*
11. *Agenturen compact (5) (31./32. KW-2014)*
12. *DPRG lehnt einheitlichen Mindestlohn ab*
13. *PR für Tomorrow Focus AG: Externe Kritik als Innovationskomponente*
14. *Manfred Piwinger ist neuer Vorsitzender des DPRG-Ehrenrats*
15. *Branche compact (1) (31./32. KW-2014)*
16. *Manipulationen bei Zuschauerrankings auch beim NDR*
17. *Befragung von Journalisten: Meinungsfreudig nur auf der eigenen Plattform*
18. *DasErste überholt das ZDF in der Gunst des Gesamtpublikums*
19. *Peter Kloeppel gibt Chefredaktion von „RTL“ an Michael Wulf ab*
20. *Medien compact (2) (31./32. KW 2014)*
21. *Rezension: CSR und Sportmanagement*
22. *PR-Interview Nr. 118 – Vom Set-Besuch zum Roten Teppich: PR für Kinofilme*
23. *Trennung von Sarah Wiener und Peter Lohmeyer... so geht PR!*
24. *Auch daneben: Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR (16)*
25. *Weichenstellung für eine starke interne Kommunikation*
26. *Gericht: Von der Damaskus-Pflaume zur Prummetaat*
27. *Wirtschaftsjournalist: PR-Agenturen - Die fetten Jahre sind vorbei*
28. *Wie Berater und ihre Klienten Streit vermeiden können (3)*
29. *Bildung compact (4) (31./32. KW-2014)*
30. *Studie zu Handels-PR: Vertrauen aufbauen durch regionale Aktionen*
31. *TV und Internet wichtigste Medien für Gesamtbevölkerung und Deutschlands Internetnutzer*
32. *Studie: Kommunikationselite ist kooperationsbereiter*
33. *Erstes PRSH-Forum zum fünften Geburtstag am 14. November*
34. *Terminankündigung: Preisverleihung des Deutschen Journalistenpreis - Wirtschaft | Börse | Finanzen am 18. September*
35. *Termine compact (4) (31./32. KW-2014)*
36. *Wendebuch für erfolgreiches Neugeschäft*
37. *Handbuch Unternehmenskommunikation: Wie ein Grundstudium*
38. *Literatur compact (1) (31./32. KW-2014)*
39. *Stamm Medien-Newsletter August 2014*
40. *PR-Journal: 29.673 Besucher im Juli 2014 und 29 neue Jobangebote - Knapp 15,5 Prozent nutzen die Mobilversion*
41. *Jobbörse*
42. *Impressum*

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

Ihr Thomas Dillmann
und das Team vom PR-Journal

Jetzt mitmachen: Neuauflage des PR-Karrierebarometers gestartet



Seit Oktober 2010 befragen das PR Career Center und das „PR-Journal“ mit ihrem Karrierebarometer regelmäßig junge und erfahrene PR-Schaffende, um herauszufinden, wie die Kommunikationsbranche tickt. Jetzt wurde die Befragung für die nächste Runde grundlegend überarbeitet. Für die fundierte wissenschaftliche Begleitung holte das PR Career Center Thomas Steinkamp (Foto) mit ins Boot, er ist Professor am Institut für Kommunikationsmanagement der Hochschule Osnabrück. Alle Teilnehmer der Studie erhalten die zusammengefassten Ergebnisse exklusiv vor der Veröffentlichung per E-Mail – und können sich so selbst im Markt verorten.

Die Studie richtet sich ebenso an Einsteiger und Young Professionals wie auch an erfahrene PR-Profis. Im Fokus steht das Thema „Berufsbilder und Karrierepfade in der Kommunikationsbranche“ und damit Fragen wie: Wie lange bleiben Mitarbeiter ihrem Arbeitgeber treu? Warum wechseln sie – und wohin? Welche Rolle spielt das Gehalt, welche das persönliche Umfeld? Zum [Online-Fragebogen auf der Website des PR-Career-Center geht es hier](#).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Lufthansa Konzernkommunikation neu aufgestellt



Nach der Ernennung von Andreas Bartels zum Leiter der neu zusammengeführten Pressestellen des Konzerns sowie der Lufthansa Passage gab der Konzern nun die Besetzung der weiteren Positionen im Kommunikations-Team von Barbara Schädler (Foto) bekannt. Matthias Eberle wird Leiter Interne Kommunikation. Christoph Meier leitet die neue Abteilung Communications Strategy,

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

**DAS
ENTSCHEIDENDE
WISSEN**

Planning and Operations. Susanne Kotysch ist Leiterin der neuen Abteilung Corporate Social Responsibility and Eventmanagement. Die Lufthansa Group in Frankfurt am Main schließt damit die Neuausrichtung ihrer Konzernkommunikation ab.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

ADAC: Garrels neuer Kommunikationschef



Christian Garrels (Foto, 38), seit Monaten beim ADAC als Leiter der Pressestelle und somit als Feuerwehrmann unterwegs, wird für seinen Dauer-Notfalleinsatz belohnt: Er wird als Nachfolger des geschassten Michael Ramstetter ([wir berichteten](#)) neuer Kommunikationschef beim größten deutschen Automobilclub in München. Wie der Mediendienst „meedia.de“ berichtet, soll Garrels die Stelle zunächst kommissarisch übernehmen bis das Reformprogramm beendet ist. Danach – voraussichtlich ab 2015 – soll er den Posten dann unbefristet innehaben. Vorgänger Ramstetter musste im Januar nach massiven Manipulationen beim ADAC-Automobilpreis Ende Januar zurücktreten.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Gehälter 2014: PR-Chefs in großen Unternehmen klar im Vorteil gegenüber Marketing-Kollegen



Leiter der Unternehmenskommunikation verdienen mehr als Marketingleiter. Diese überraschende Erkenntnis aus dem letztjährigen Kienbaum-Vergütungsreport gilt auch für das Jahr 2014 – zumindest, wenn man die großen Unternehmen ab 5.000 Mitarbeiter betrachtet. Dem aktuellen Kienbaum-Vergütungsreport zufolge verdienen in solchen Unternehmen die Kommunikationschefs im Schnitt 189.000 Euro. Marketingleiter in Unternehmen dieser Größenordnung kommen dagegen „nur“ auf 161.000 Euro. Beim Mittelwert über alle Führungsebenen und Unternehmensgrößen hinweg haben sich die Werte allerdings angeglichen. Hier kommen PR-Chefs auf 121.000 und Marketingchefs auf 122.000 Euro. 2013 hatten die PR-Chefs hier mit 121.000 gegenüber 118.000 Euro für die Marketer noch knapp die Nase vorn. Beide Gruppen kommen hier jedoch nicht an die Gehälter von Vertriebschefs heran: Sie führen die Gehaltsrangliste der von Kienbaum untersuchten Positionen im Mittelwert mit durchschnittlich 136.000 Euro im Jahr an. Julia Zmitko (Foto), Leiterin der Studie bei Kienbaum, erklärt das so: „In kleineren Firmen verdienen Vertriebsleiter deutlich mehr als die Chefs der Unternehmenskommunikation. In großen Unternehmen zeigt sich ein anderes Bild: Hier liegen die Gehälter der Leiter von Vertrieb und von PR in etwa auf gleichem Niveau.“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Personalien

Personalien compact - Unternehmen (15) (31./32. KW-2014)

1. **Julia Loschelder** (32), seit März 2013 PR Consultant bei der Agentur Bite Communications, übernahm am 1. August den Bereich Marketing,

KOMM-PASSION

PR und Social Media beim Verlag Komplett-Media in Grünwald bei München. Sie berichtet direkt an den verlegerischen Geschäftsführer **Herbert Lenz**. Loschelder begann ihre Verlagslaufbahn als Volontärin in der Presseabteilung der Münchner Verlagsgruppe. Sie durchlief dort mehrere Positionen und war zuletzt Presseleiterin. Danach zog es sie in die PR-Beratung. Nach anderthalb Jahren ist sie nun in ihre alte Branche zurückgekehrt.

2. **Aage Dünhaupt** wird als Nachfolger von **Uwe Berlinghoff** Mitte September neuer Senior Vice President Communications bei Air Berlin. Vorgänger Berlinghoff muss das Unternehmen nach Differenzen mit CEO **Wolfgang Prock-Schauer** verlassen. Dünhaupt kommt von der Lufthansa, wo er seit 2001 in verschiedenen Leitungsfunktionen im Bereich Kommunikation tätig war. Zuletzt leitete er dort die Kommunikation des Produkt-, Vertriebs- und Marketingbereichs des Passagevorstands, verantwortlich für Kommunikation der Lufthansa Group in Südosteuropa, dem Nahen Osten und Afrika.
3. **Claus Zemke** wird zum 1. Januar als Nachfolger von **Christiane Müller** neuer Leiter der Unternehmenskommunikation bei Lanxess in Leverkusen. Vorgängerin Müller hatte die Leitung kommissarisch von **Christoph Sieder** übernommen, der zum 1. Juli als neuer Head of Group Communications zum ABB-Konzern nach Zürich wechselte. Zemke kommt vom Werkzeugmaschinenhersteller Trumpf, wo er seit 2009 die Kommunikation leitete. Beim Spezialchemiekonzern Lanxess berichtet er an den Vorstandsvorsitzenden **Matthias Zachert**.
4. **Candy Behunin** leitet bei der adjust GmbH, einem Anbieter von Mobile App Attribution und

Analytics in Berlin, ab sofort Marketing und Kommunikation. Die Stelle wurde neu geschaffen. Behunin, die zuletzt bei der HitFox Group als Head of Marketing & Strategic Relations tätig war, berichtet bei adjust an CEO **Christian Henschel**, der auch Mitbegründer des Unternehmens war.

5. **Janet Neßmann** (34) arbeitet seit dem 16. Juni als neue Referentin für PR, Marketing und Unternehmenskommunikation beim Möbelmarkt Löffler in Reichenschwand. Sie folgt auf **Franziska Meyer** und berichtet an Geschäftsführer **Werner Löffler**. Neßmann kommt vom Staatstheater Nürnberg, wo sie zuvor Marketingreferentin war.
6. **Dirk Hensen**, seit zwei Jahren Pressesprecher für Twitter in Deutschland, verlässt das Unternehmen mit Sitz in Berlin. Hensen, der bei Twitter für die Unternehmenskommunikation und Public Affairs zuständig war, hatte zuvor für Yahoo, StudiVZ und Paypal gearbeitet. Wohin die Reise jetzt geht, wurde nicht bekannt. **Rowan Barnett**, bei Twitter als Director Market Development & Media für die DACH-Region und die Niederlande verantwortlich, bedankte sich für die Zusammenarbeit und wünschte seinem ehemaligen Kollegen viel Erfolg für die nächste Herausforderung. (Quelle: „blogs.wsj.de“)
7. **Matthias Suermond** (54) ist seit dem 1. August als Nachfolger von **Heinz Riederer** neuer Vice President Public Affairs und Access beim Pharmakonzern Sanofi-Aventis Deutschland in Frankfurt am Main. Vorgänger Riederer ist in den Ruhestand gegangen. Suermond berichtet in seiner neuen Position an **Stefan Oelrich**, Geschäftsführer Commercial Operations Deutschland, Schweiz und Österreich bei Sanofi. Suermond bekleidete seit dem Jahr 2000 verschiedenen Positionen bei Sanofi, zuletzt war er seit Beginn des Jahres Vice President Gesundheitspolitik und Marktzugang.
8. **Janina Roso** (35) übernimmt ab dem 1. August die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Online-Ferienhausportal FeWo-direkt in Frankfurt am Main, einer 100-prozentigen Tochter von HomeAway, Inc. Roso vertritt vorübergehend **Pamela Premm**, die bis Ende 2015 in Elternzeit geht. Roso kommt vom GeraNova Bruckmann Verlagshaus, wo sie Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit war.
9. **Marco Dall'Asta** (44), zuletzt bei der VW-Tochter Skoda in Tschechien Chef der internen Kommunikation, hat innerhalb des Konzerns



A&B One

zur Nutzfahrzeugsparte von VW nach Hannover gewechselt. Dort berichtet er an **Günther Scherelis**, der die Kommunikation bei VW Nutzfahrzeuge leitet. Bevor Dall'Asta 2012 zu Skoda ging, war er über zehn Jahr bei der Lufthansa beschäftigt, unter anderem in der internen Kommunikation und als Leiter der Online-Kommunikation.

10. **Britta March** (46) leitet seit dem 1. Juli die Unternehmenskommunikation beim Start-up für medizinische Versorgung CommitMed in Berlin. Die Stabsstelle wurde neu geschaffen. March berichtet an den Geschäftsführer **Jörg Zimmermann**. Zuvor arbeitete March als selbstständige Kommunikationsberaterin im Bereich Gesundheitswirtschaft.
11. **Louisa Makowsky** leitet als Nachfolgerin von **Nina Kuhn** seit dem 1. Mai Marketing und Kommunikation der Galeries Lafayette in Berlin. Vorgängerin Kuhn hat das Unternehmen verlassen, um sich selbstständig zu machen. Makowsky, die bereits seit 2011 bei Galeries Lafayette ist und zuletzt das Brand Relationship Management und Events verantwortete, berichtet an den Geschäftsführer **Vincent Sénécat**.
12. **Almut Kellermeier** (48), zuletzt bis Ende des vergangenen Jahres Leiterin Presse und Öffentlichkeitsarbeit bei Villeroy & Boch in Mettlach ([wir berichteten im Januar](#)), arbeitet seit dem 1. Juli als Head of PR and Public Affairs bei der Global Holding des Direktversenders von Kosmetika und Nahrungsergänzungsmitteln LR in Hannover. Sie wurde Nachfolgerin von **Michael Hoffmann**, der das Unternehmen Ende Juni verlassen hatte.
13. **Stephanie Krone** (43) ist als Nachfolgerin von **Bettina Cibulski** neue Pressesprecherin beim

Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club (ADFC) in Berlin. Vorgängerin Cibulski wechselte als Pressesprecherin zur Ärztekammer Bremen. Krone, die zuletzt acht Jahre lang Stellvertretende Teamleiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Deutsches Rotes Kreuz war, berichtet an den ADFC-Bundesgeschäftsführer **Burkhard Stork**.

14. **Iliane Dingel-Padberg** (34) ist ab sofort für die Unternehmenskommunikation der Hospitality Alliance AG Deutschland (HAAG) zuständig. Dingel-Padberg verantwortet seit 2011 die Marketingaktivitäten der Hotelgruppe, die ihren Sitz im hessischen Bad Arolsen hat. In ihrer neuen Funktion wird sie die strategische Neuausrichtung der Gruppe begleiten. Vor ihrem Einstieg bei der HAAG war sie Marketingleiterin bei der TV-Köchin **Sarah Wiener** und bis 2009 im Bereich strategische Planung für die bundesweite Unterstützerkampagne von Bundeskanzlerin Angela Merkel zuständig.
15. **Christopher Scheel** (43) ist seit Anfang Juli erster Kontaktmann für die Schufa Holding in Berlin. Als Senior Experte Public Affairs vertritt er die Kreditauskunftei in der Hauptstadt. Scheel berichtet an **Astrid Kasper**, Leiterin Public Affairs der Schufa Holding. Zuvor war er während der vergangenen sechs Jahre Senior Advisor in der Unit PolicyAdvice der Unternehmensberatung Advice Partners.

Personalien compact - Sonstige (9) (31./32. KW-2014)

1. **Anika Hübner** (33) hat die Position der Head of Communications bei der Tierschutzstiftung Vier Pfoten Deutschland in Hamburg übernommen. Sie berichtet dort an **Katja Brunner**, Director of Communications von Vier Pfoten International. Hübner, die zuletzt als Etat Direktorin bei der Werbeagentur Scholz & Friends tätig war, ist seit Januar im PR-Team der Tierschutzstiftung. Mit dieser Position übernimmt die gebürtige Hamburgerin die gesamte Kommunikationsplanung und Umsetzung aller PR- und Marketingmaßnahmen von Vier Pfoten in Deutschland.
2. **Judith Jentgens** (23) ist seit dem 1. August Trainee am Standort Düsseldorf der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR). Dort unterstützt sie Programm-Managerin **Christina Horn** bei der Organisation der



Grundausbildung und des neuen Master-Studiums, an dem sie auch selbst teilnehmen wird. Jentgens konnte bereits erste Berufserfahrung in einer Werbeagentur und im PR Career Center sammeln, aus ihrem Bachelorstudium bringt sie Know-how im Bereich Medienkommunikation mit.

3. **Claudia Lepping** (46) übernahm zum 1. Juli die Aufgabe als Pressesprecherin für die Vertretung des Landes Nordrhein Westfalen beim Bund in Berlin. Vorher arbeitete sie seit 2013 als selbstständige Journalistin und Politikwissenschaftlerin bei verschiedenen Tageszeitungen. Von 2002 bis 2013 war sie Parlamentsredakteurin für die „Kölnische / Bonner Rundschau“, das „Flensburger Tageblatt“ und die „Stuttgarter Nachrichten“ tätig.
4. **Janna Schlender** (33) arbeitet seit dem 1. August als Referentin für Stakeholder-Kommunikation und Public Relations an der Quadriga Hochschule Berlin und verantwortet den Ausbau und die Pflege des Hochschulnetzwerks. Zuletzt war sie seit 2011 freiberuflich in den Bereichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Veranstaltungsorganisation tätig.
5. **Ina Diepold** (35) leitet seit dem 1. August den Bereich Verbandsmanagement des Afrika-Vereins der deutschen Wirtschaft in Hamburg. Sie wurde Nachfolgerin von **Judith Fehmers** und verantwortet das Verbandsmanagement und die Öffentlichkeitsarbeit im Bereich „Homepage, Publikationen“. Zuvor arbeitete sie zwei Jahre lang als PR-Beraterin selbstständig und leitete von 2009 bis 2012 die Abteilung Kommunikation und Marketing der Handwerkskammer Hamburg. Diepold berichtet an den Hauptgeschäftsführer **Christoph Kannengießer**.

6. **Teresa Urban** (32) ist seit dem 1. August neue Mitarbeiterin in der Pressestelle der Techniker Krankenkasse (TK) in Hamburg. Urban, die bereits zuvor seit 2010 bei der TK als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig war, berichtet in Hamburg an die dortige Pressesprecherin **Dorothee Meusch**.
7. **Beate Hentschel** ist seit dem 1. März neue Leiterin der Stabsstelle Kommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Universität Kassel. Dazu gehören die Arbeitsbereiche Pressearbeit und Forschungsberichterstattung, Internet-Auftritt und soziale Medien, interne Kommunikation, Corporate Publishing und Design sowie Veranstaltungsmanagement und Marketing-Aktivitäten. Hentschel, die zuvor stellvertretende Kommunikationsleiterin der Universität Göttingen war, wurde in Kassel Nachfolger von **Guido Rijkhoek**, der an die Universität Tübingen wechselte.
8. **Ulrike Lehmann** (54) hat am 1. Juni in der Stadt Waldkirch die Stelle als Pressesprecherin von **Dorothea Scherle** übernommen. Lehmann verantwortet in dieser Position auch die Corporate Communications und die Redaktion von Verwaltungszeitungen und -Broschüren. Ihre Stelle ist für ein Jahr befristet. Zuvor war sie Geschäftsführerin der Agentur PR Orange, die sie 2012 gründete hatte. Erfahrungen in der kommunalen Kommunikation sammelte sie zuvor als Leiterin der Presseabteilung der Schwarzwald Tourismus GmbH und des Stadtmarketings in Karlsruhe.
9. **Christian Heynisch** übernahm am 1. August die Geschäftsführung für den Deutschen Marketing Verband sowie die DMV Service GmbH. Damit leitet der erfahrene Marketer und Jurist den Berufsverband für Marketing Management mit Sitz in Düsseldorf. Heynisch wurde Nachfolger von **Matthias Glotz**, der den DMV auf eigenen Wunsch verlässt, um sich einer neuen Herausforderung zu stellen.

Personalien compact - Agenturen (14) (31./32. KW-2014)

1. **Jérôme Cholet** ist neuer PR and Communications Director der McCann Worldgroup und wird in dieser Position von Frankfurt am Main aus die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der beiden Agenturen McCann und MRM//McCann in Deutschland leiten. Cholet war zuletzt Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie



des Marketings beim Hamburg Ballett – **John Neumeier**, eine der renommiertesten Ballettcompagnien der Welt. Davor war er für verschiedene Zeitungen, Zeitschriften und TV sowie wissenschaftliche Institutionen tätig.

2. **Janine Donath** (37) ist neue Mitarbeiterin im B-to-B-Bereich des Technologieteams von Hill+ Knowlton Strategies in Frankfurt am Main. Zuletzt verantwortete sie als Senior Managerin Communications die Kommunikation und das Technologiemarketing bei der Patentverwertungsagentur der Berliner Hochschulen ipal GmbH. Die diplomierte Rechtswissenschaftlerin begann ihre Kommunikationskarriere nach ihrem Studium in Jena, Perugia und Münster bei dem börsennotierten Biotech-Unternehmen Jerini AG in 2007.
3. **Susanne Jungbluth** arbeitet ab September als neue Business Direktorin im Management-Team der Content Marketing-Agentur Kircher-Burkhardt (KB), Berlin. Sie war zuletzt Marketingleiterin des Zürich Tourismus Filmoffice. Jungbluth verfügt über langjährige Berufserfahrung und Führungsverantwortung in Marketing, Kommunikation, Werbung und Film. Im Rahmen ihrer neuen Tätigkeit wird sie bei KB erste Ansprechpartnerin für ausgewählte Kunden sein.

4. **Till Beutling** und **Ulrike Stemmer** sind zwei Neuzugänge im Team Analyse und Strategie der Digitalagentur denkwerk, Köln und Berlin. Beutling war nach seinem Studium an der Köln International School of Design als Freiberufler in der Kampagnenentwicklung tätig. Er lehrte außerdem an Universitäten in Deutschland, Ägypten und Japan im Fachbereich Designforschung. Stemmer studierte Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement und war zuvor als Beraterin bei Butter in Düsseldorf beschäftigt. Beide sollen dazu beitragen, künftig verstärkt Marken, Geschäfts- und Vertriebsmodelle aus der Offline- in die Online-Welt zu übertragen.
5. **Anne Glier** (39) wechselt von Grayling zu Fleishman Hillard in Frankfurt am Main. Sie folgt damit **Birgit Rügert**, die erst kürzlich von Grayling zur Düsseldorfer Niederlassung von Fleishman ging. Glier soll das Brand-Team unterstützen. Bei Grayling war sie für das Consumer-Geschäft zuständig, ihre Schwerpunkte waren Markenbildung, Corporate- und Krisenkommunikation. Bei Fleishman Hillard soll sie nun vor allem Kunden aus den Sparten Fashion und Lifestyle betreuen.
6. **Tim Grubbert** (32), zuletzt als Freelancer bei der Deutschen Telekom und in verschiedenen Digital- und PR Agenturen, steht jetzt fest in Diensten der Agentur Wunderknaben. Bei den Düsseldorfer Kommunikationsexperten ist er in Zukunft für Digitale Strategien und User Experience Konzeption verantwortlich. Als Ansprechpartner für Bestandskunden und New Business soll er für effektive Digitalstrategien sorgen. Die Wunderknaben gehören mit ihren Standorten in Düsseldorf und Wien zu den „Top 10“ im Ranking der größten Social Media Agenturen.
7. **Robin von Gemmingen** ist seit dem 1. August 2014 Head of Weber Shandwick Mediaco. Unter diesem Namen bietet die Agentur Beratung bei der Planung, Entwicklung und Distribution von Content. Von Gemmingen stellt in seiner Funktion die Verbindung zwischen internationalen Experten aus dem Netzwerk und deutschen Kundenberatern vor Ort her. Er berichtet direkt an **Christiane Schulz**, CEO von Weber Shandwick Deutschland, Berlin. In den letzten Jahren war er Managing Partner bei Catagonia Ltd., Marketing Director von HRS sowie Marketing Director des Datingportals iLove der Fox Mobile Group.



8. **Dirk Ulmer** (28) ist neuer Mitarbeiter der internationalen Kommunikationsberatung Hill+Knowlton Strategies (H+K) in Frankfurt am Main. Ulmer, der zuletzt als Berater mit Schwerpunkt Corporate Communications, Transaktionskommunikation und Investor Relations bei der Wiesbadener Agentur Cometis AG tätig war, ist Diplom Volkswirt und soll bei H+K den Bereich Financial & Professional Services verstärken.
9. **Michael Marius Schmidtke** (49) soll als neuer „Head of Aviation“ die Kompetenz der Agentur KPRN Network im Flugbereich in Frankfurt am Main steigern. Gemeinsam mit dem bestehenden Luftfahrtteam wird der Luftverkehrskaufmann Schmidtke die Betreuung der Airline- und Airport-Kunden von KPRN network, einer der führenden PR- und Marketing-Agenturen für die Tourismusindustrie in Deutschland, übernehmen. Zuletzt hat er bei STA Travel als Produktdirektor unter anderem den zentralen Flugeinkauf geleitet.
10. **Daniel Schumacher** (32) ist seit dem 1. Juli neuer Mitarbeiter des Corporate-Publishing-Teams der Publik. Agentur für Kommunikation GmbH in Ludwigshafen. Der studierte Historiker, Politologe und Sportwissenschaftler war zunächst in einem Augsburger Verlag für Unternehmenskommunikation tätig und betreute dort unter anderem Kunden aus den Bereichen

Technik, Architektur und IT. Es folgten Stationen in Karlsruhe und Heidelberg. Zuletzt arbeitete er als Redakteur in der Fitnessbranche.

11. **Anita Apafi** ist seit dem 1. August neue Mitarbeiterin der Zürcher PR- und Lifestyle-Agentur Eliane Bachenheimer PR (EBPR). Apafi, die zuvor selbständige Kommunikationsberaterin und früher für die UBS AG und Schweiz-Tourismus tätig war, wird bei EBPR stellvertretende Direktorin. Als PR- und Kommunikationsfachfrau verfügt sie über einen Abschluss als diplomierte Übersetzerin der Dolmetscherschule Zürich (DOZ) sowie eine Ausbildung in Corporate Communication des Schweizerischen Instituts für Public Relations (SPRI). (Quelle: „kleinreport.ch“)
12. **Ümit Bedri Hoser** (36) wird neuer Head of Development im Berliner Büro der webguerillas, der Agentur für Alternatives Marketing. In der neu geschaffenen Position übernimmt Hoser ab sofort die Leitung des sechsköpfigen Berliner Entwickler-Teams. Er verantwortet in dieser Position interne Produktentwicklungen wie Marketing-Tools für die Koordination und das Controlling von Entwicklerprojekten sowie die Beratung von Kunden bei technischen Fragestellungen. Hoser war zuletzt als Teamleiter und Senior PHP Entwickler für die Digramm Media GmbH tätig.
13. **Lars Haugwitz** arbeitet seit dem 1. Juli als Senior Consultant im Bereich Public Relations der GFD - Gesellschaft für Finanzkommunikation mbH am Standort Frankfurt am Main. Haugwitz kam von der Verlagsgruppe Knapp Richardi, wo er während der vergangenen zwölf Jahre Redakteur mehrerer Fachpublikationen war. Zuletzt verantwortete er als Chef vom Dienst die Zeitschrift „Immobilien & Finanzierung“. Haugwitz verfügt somit sowohl in Kapitalmarktthemen als auch im Bereich Real Assets über langjährige journalistische Expertise.
14. **Ralf Grauel** (49), als Wirtschaftsjournalist unter anderem für das „Zeit Magazin“, „Tempo“ und „Brand Eins“ tätig, übernimmt ab dem 1. August die Chefredaktion des „Evonik-Magazins“ bei der Hamburger Medienagentur Bissinger plus. Ebenfalls ab August wird **Sebastian Kaiser** (33) als Project Manager bei Bissinger plus tätig. Vom Standort Essen aus wird er die Corporate Reporting-Medien der Evonik Industries AG, Essen, koordinieren und zudem die Neugeschäftsaktivitäten von Bissinger plus im Raum NRW weiter vorantreiben. Erfahrungen in der freien Wirtschaft sammelte Kaiser



unter anderem bei PricewaterhouseCoopers und bei der Evonik Industries AG.

Etats

Agentur Frau Wenk+++ gewinnt Google-Etat für Research-PR in Deutschland

Die Hamburger Agentur Frau Wenk+++ betreut ab sofort die Research-PR für die Google Germany GmbH. Ziel ist es, die umfangreichen Studienergebnisse und Tools zu kommunizieren sowie die Marktcompetenz von Google insbesondere für Werbekunden zu unterstreichen. Hierfür arbeitet die Agentur Frau Wenk+++ mit der erfahrenen Marktforschungsspezialistin Sandra Gärtner von mediaresearch42 zusammen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Etats compact (27) (31./32. KW-2014)

1. Reinigungsunternehmen Homejoy, Berlin was: PR-Konzept mit Presse- und Medienarbeit sowie Social Media an: **Schwartz Public Relations**, München
2. Festspielhaus Baden-Baden was: Konzeption und Implementierung einer

- Digitalstrategie
an: **UDG United Digital Group**, Hamburg
3. Teleshopping-Sender QVC, Düsseldorf
was: PR-Etat mit Marken- und Produktkommunikation
an: **Faktor 3 AG**, Hamburg
 4. Hersteller von Gesundheitsprodukten Kaz Europe SARL, Lausanne (Schweiz)
was: Markteinführung neuer Fieberthermometer der Marke Braun
an: **Griffiths Consulting**, München
 5. Polaroid, Concord (Massachusetts, USA)
was: Produktbezogene Kommunikationskampagne, Messe-PR zur photokina
an: **denkBar - PR & Marketing GmbH**, Bremen
 6. Citroen-Händler Hermann Schlegel GmbH & Co. KG, Hamburg
was: Marketing- und Kommunikationsberatung, B-to-B- und B-to-C-Kommunikation, Corporate-PR
an: **PREventas** Hamburg
 7. Anbieter von Mobile Advertising YOC, Berlin und Düsseldorf
was: Marken-, Produkt und Unternehmenskommunikation online und offline sowie Pressearbeit
an: **schoesslers GmbH**, Berlin
 8. Verband der Pfälzischen Metall- und Elektroindustrie e.V. (PfalzMetall), Neustadt an der Weinstraße
was: PfalzMetall-Geschäftsbericht
an: **Publik. Agentur für Kommunikation GmbH**, Ludwigshafen
 9. a) Region Rocky Mountain International, USA
was: Sales- und Marketingaktivitäten sowie die Pressearbeit in der Region DACH
b) Travel Oregon German Office, Frankfurt am Main
was: Deutschsprachige Repräsentanz für Sales und Marketing sowie Pressearbeit in der Region DACH
an: **Lieb Management & Beteiligungs GmbH**, München
 10. Kita-Bewertungsportal jakita.de, München
was: Pressearbeit und Online-PR
an: **Interface Factors GmbH**, München
 11. Technologie-Anbieter für Hotellerie und Tourismus vioma GmbH, Offenburg
was: Produkt-, Marken- und Personality-PR des Unternehmens
an: **piroth.kommunikation GmbH & Co. KG**, Pullach bei München



12. Movember Foundation Europe, London
was: Kommunikation zum Thema Männergesundheit
an: **Ketchum Pleon GmbH**, Düsseldorf
13. Bündnis 90/Die Grünen Thüringen, Erfurt
was: Kampagne zur Landtagswahl am 14. September 2014
an: Ballhaus **West - Agentur für Kampagnen GmbH**, Berlin
14. Internationales Elektro-Musikfestival „Isle Of Dreams“, Basel
was: Kommunikation, Medienkooperationen, Marketing und Celebrity-Management
an: **Agentur für Markenkommunikation Kruger Media GmbH**, Berlin
15. a) Verband ZiTex - Textil & Mode NRW (ZiTex NRW), Düsseldorf
was: Pressearbeit und PR-Aktivitäten für Textilakademie NRW
b) Hamburg Messe und Congress GmbH
was: Pressearbeit für die Messe Internorga (2015 und 2016)
an: **lottmann pr**, Düsseldorf
16. Anbieter von Graphen-Datenbanken Neo Technology, München
was: Strategische Unternehmenskommunikation, PR, Social und Digital Media
an: **Lucy Turpin Communications GmbH**, München
17. a) Atelier Kern-Design InnenArchitektur + Einrichtung, Frankfurt am Main
was: PR-Etat
b) Ketschauer Hof und Kaisergarten Hotel & Spa, Deidesheim
was: Marketing-, PR- und Trade-Beratung sowie Social Media

- c) Weingüter Geheimer Rat Dr. von Bassermann-Jordan, Reichsrat von Buhl sowie Weingut von Winning, alle Deidesheim
was: B-to-B- und B-to-C-Kampagnen im deutschsprachigen Raum
an: **KPRN network GmbH**, Frankfurt am Main
18. HEAG Südthessische Energie AG (HSE), Darmstadt
was: Strategische Markenentwicklung und Konzernkommunikation
an: **Hübner & Sturk Werbeagentur GmbH**, Bensheim
19. Hamburg Tourismus GmbH
was: B-to-B-Kommunikation mit dem Twitterkanal @HHT_News
an: **UMPR GmbH**, Hamburg
20. Travel Charme Hotels & Resorts AG, Zürich
was: Öffentlichkeitsarbeit zur Steigerung der Bekanntheit in der Region DACH
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
21. IT-Sicherheitsunternehmen Utimaco IS GmbH, Aachen
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im europäischen Raum
an: **Schwartz Public Relations**, München
22. Britischer Luxus-Kinderwagenhersteller iCandy, Bedfordshire
was: Planung und Umsetzung der deutschlandweiten Kommunikation
an: **Kommunikationsagentur Griffiths Consulting**, München
23. Barmherzige Brüder Trier (BBT-Gruppe) gGmbH, Koblenz
was: Multimediales Storytelling-Projekt zum Thema „Palliative Care“
an: **dreipunktdrei mediengesellschaft mbh**, Bonn



dem 1. Juli verstärken Ralf Kuchenbuch (43), Annette Ostwald (44), Anna-Sophie Poll (29) und Christine Loos (53) das Team um Stephan Holzinger (Foto). Das Unternehmen ist seit diesem Zeitpunkt in neuen Räumen in der Maximilianstraße in München zu finden. Wie groß der Bedarf an Litigation-PR ist, zeigte Anfang des Jahres der Fall des inzwischen verstorbenen Münchner Kunsthändlers Cornelius Gurlitt. Gegenüber der Öffentlichkeit wurde er von Holzinger Associates vertreten ([wir berichteten](#)).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Agenturen compact (5) (31./32. KW-2014)

1. Die auf **Gesundheitskommunikation** spezialisierte **Kölner Agentur Medizin & PR GmbH** ist innerhalb der Domstadt umgezogen. Die **neue Adresse** lautet seit dem 4. August: Eupener Straße 60. Telefonnummern und E-Mail-Adressen bleiben nach Angaben der Agentur unverändert. Geschäftsführerin Birgit Dickoré: „Wir haben eine neue Perspektive, unser Service bleibt gewohnt gut! Wir freuen uns über unsere neuen Büros und spannende gemeinsame Projekte.“
2. Die im Jahr 2000 gegründete **PR- und Kreativagentur Bold** mit Hauptsitz in Berlin hat ein **Büro in Los Angeles** eröffnet. Geführt wird es von **Svenja Altan**, Gründerin und Geschäftsführerin von Bold, die nach Los Angeles umgesiedelt ist. Als Co-Pilotin hat sie sich **Francesca Matera** an ihre Seite geholt, die seit vielen Jahren in der kalifornischen Werbebranche arbeitet. Das Berliner Büro wird von Altans Mitgründerin und Geschäftsführerin **Julia Winkels** geführt. Die Kunden – zuletzt kamen die Mode-Labels Burton und Finkind hinzu

Agenturen

Reputations- und Litigation-Beratung: Holzinger baut Geschäft aus



Die Holzinger Associates GmbH baut ihr Beratungsspektrum auf den Gebieten des Reputationsmanagements und der krisen- und rechtsstreitbegleitenden Kommunikationsberatung aus: Seit

- sollen von beiden Standorten aus betreut werden.
- 3. Die **Einreichungsfrist** für den von der Hamburger Agenturmanagement-Beratung Cherry-picker ausgerichteten **12. CREA Credential Award** wird **verlängert**: Noch bis zum **29. August** haben Agenturen die Möglichkeit, ihre Bewerbungen einzureichen. Bewertet werden Maßnahmen des Eigenmarketings, die von Agenturen zur Neugeschäftsgewinnung eingesetzt werden. Vergeben wird der CREA Credential Award in diesem Jahr am 7. November in der Edel AG in Hamburg unter dem Motto „Rock Them“. Weitere Informationen gibt es auf der [Website zum CREA-Award](#).
- 4. Die **Mainzer Kommunikationsagentur mpm** erhielt internationale Anerkennung für ihre Arbeit. Beim **Vision Award**, dem von der League of American Communication Professionals (LACP) ausgerichteten **Wettbewerb für Geschäftsberichte**, gewann mpm insgesamt **zehn Preise**: einmal Platin für den Geschäftsbericht 2013 der Mainova, viermal Gold für die Berichte von Brenntag, Henkel, Kion und Lekerland, viermal Silber für Benteler, Boehringer Ingelheim, Deutsche Leasing und Hamborner sowie einmal Bronze für Kontron. Insgesamt wurden von den mehr als 1.000 eingereichten Berichten etwa 125 ausgezeichnet.
- 5. Die **Hamburger Agentur fischerAppelt** unterstützt „**Ärzte für Madagaskar e.V.**“ mit einem **Video-Portrait**: 55 Euro kostet ein Not-Kaiserschnitt inklusive Therapie, Verpflegung und stationärem Aufenthalt in Süd-Madagaskar. Für viele ist das unerschwinglich. Fehlt für lebensrettende Operationen und Medikamente das Geld, so kann dies den Tod vor dem Krankenhaus bedeuten. Der Verein „Ärzte für Madagaskar“ engagiert sich seit 2011 für die Verbesserung der medizinischen Versorgung in Madagaskar. Mit einem **Kurzfilm**, der die Arbeit eines madagassischen Arztes vor Ort zeigt, unterstützte fischerAppelt dieses Hilfsprojekt.

Branche

DPRG gegen einheitlichen Mindestlohn

Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) hat sich nach wochenlangem Schweigen,

das bedingt war durch den Vorstandwechsel, jetzt auch zum Thema Mindestlohn geäußert. Der Berufsverband der PR-Leute distanziert sich deutlich davon und hält eine einheitliche (Mindest-) Vergütung für praxisfern.



Deutsche
Public Relations
Gesellschaft e.V.

Thomas Lüdeke, im Hauptberuf Geschäftsführer der Deutschen Akademie für Public Relations und im DPRG-Bundesvorstand zuständig für Nachwuchsförderung und Young Professionals, erläutert den Standpunkt der DPRG: „Einen statischen Forderungskatalog ohne Berücksichtigung der individuellen Arbeitgeberperspektive halten wir für nicht zielführend und auch nicht im Interesse des Nachwuchses.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR für Tomorrow Focus AG: Externe Kritik als Innovationskomponente



„PR ist das neue Marketing“, sagt Armin Blohmann (Foto), Leiter Konzernkommunikation und Investor Relations der Tomorrow Focus AG in München. Die

These, die in so manchem PR-Berater-Ohr wie Musik klingen mag, begründet der BWL-studierte Bankkaufmann mit effizienter Ressourcen-Bündelung zugunsten des Kosten-Output-Verhältnisses. Die Tomorrow Focus AG, unter deren Dach bekannte Online-Marken wie HolidayCheck, ElitePartner oder Focus Online wirken, entstand 2001 und beschäftigt rund 750 Mitarbeiter in den Segmenten Online-Travel, Publishing und Subscription. Wie erfolgreich das Unternehmen ist, zeigen die aktuellen Zahlen: Die Tomorrow Focus AG verzeichnete im 2. Quartal eine deutliche Umsatz- und Ergebnissteigerung. Das Unternehmen konnte seinen Konzernumsatz im ersten Halbjahr 2014 im Vergleich zum Vorjahreshalbjahr um 8,2 Prozent von 90,2 Millionen Euro auf 97,6 Millionen Euro steigern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Manfred Piwinger ist neuer Vorsitzender des DPRG-Ehrenrats



Der Ehrenrat der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG), Berlin, hat sich nach der Wahl seiner Mitglieder im Rahmen der Mitgliederversammlung im Juni 2014 jetzt konstituiert. Neuer Vorsitzender des Gremiums ist der Publizist und Unternehmensberater Manfred Piwinger (Foto), der außerdem auch noch Mitglied der Redaktion des „PR-Journals“ ist. Das Ehrenmitglied der DPRG übernimmt das Amt von Alexander Demuth, der nach mehreren Amtsperioden nicht wieder kandidierte. Stellvertretender Vorsitzender ist Thorsten Windus-Dörr, Geschäftsführer Eins A Kommunikation.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Branche compact (1) (31./32. KW-2014)

6. **Herbert Heitmann**, Executive Vice President Global Brand, Communications and Government Relations bei der Bayer AG in Leverkusen, ist als Präsident der European Association of Communication Directors (EACD) wieder gewählt worden. Die Wahl fand statt bei der Mitgliederversammlung der Kommunikationsdirektoren anlässlich des European Communication Summit in Brüssel im Juli. Heitmann ist seit der Gründung der EACD im November 2006 deren Vorsitzender.

Medien

Manipulationen bei Zuschauerrankings auch beim NDR



Nach dem ADAC, dem veränderten Geschäftswagen-Ranking der Fachzeitschrift „Autoflotte“ und dem ZDF ist es jetzt der Norddeutsche Rundfunk, der Manipulationen bei Zuschauerrankings zugeben muss. Das ist pikanterweise der Sender, der den ZDF-Skandal öffentlich machte. Allerdings

wurde die neuerlichen „Einflussnahmen“ auf Publikumsabstimmungen nicht aufgedeckt. Der NDR hatte in Folge der Vorgänge beim ZDF selbst eine Prüfung von 56 eigenen Unterhaltungssendungen aus den Jahren 2011 bis 2014 veranlasst. Dabei kam heraus, dass bei elf Fernseh- und Radio-Unterhaltungssendungen die vom Publikum bestimmten Rangfolgen verändert wurden. Laut Angaben des NDR sei aber keine Sendung betroffen, die für das ARD-Hauptprogramm produziert worden sei. Zudem seien keine Protagonisten des Senders bevorzugt worden. NDR Intendant Lutz Marmor: "Ich halte die festgestellten Fälle für nicht hinnehmbar, vor allem auch weil sie nicht transparent gemacht wurden, selbst wenn sie im Einzelfall in ihrer Tragweite überschaubar erscheinen mögen." Welche Konsequenzen beim NDR gezogen werden, ist noch nicht bekannt.

Befragung von Journalisten: Meinungsfreudig nur auf der eigenen Plattform

Journalisten beteiligen sich nur selten an Diskussionen im Internet. Gleichwohl haben die Diskussionsforen der Medien Einfluss auf die Berichterstattung. Das ist das Ergebnis einer internationalen Studie des ECCO PR-Agenturnetzes mit Sitz in London und Düsseldorf. Rund 750 Journalisten aus sechs Ländern beantworteten einen Online-Fragebogen zu Leserkomentaren. Im Frühjahr waren bereits die Ergebnisse des deutschen Teils der Studie veröffentlicht worden ([wir berichteten am 22. April](#)). ECCO hatte sie gemeinsam mit „[newsroom.de](#)“ durchgeführt. Nur etwas mehr als 40 Prozent der Journalisten beteiligten sich häufig oder hin und wieder an Diskussionen in den Kommentarsektionen des eigenen Mediums. Besonders auffällig ist dabei die Abstinenz der Schweizer Journalisten: Nur knapp 15 Prozent von ihnen suchen den direkten Dialog mit dem Leser. Am aktivsten sind die französischen Kollegen, von denen immerhin etwa 60 Prozent direkt auf Kommentare im eigenen Medium reagieren.



Zum Schaubild: Journalisten sind ausgesprochen zurückhaltend bei Diskussionen im Netz. Selbst im eigenen Medium beteiligt sich nur ein kleiner Teil daran. (Quelle: ECCO-Netzwerk)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DasErste überholt das ZDF in der Gunst des Gesamtpublikums

Wie im Vormonat auch hat die Fußball-Weltmeisterschaft im Juli den Ausschlag für das Ranking bei den Einschaltquoten des TV-Gesamtpublikums gegeben. Bedingt durch die Übertragung von zwei der drei letzten Spiele der deutschen Fußball-Nationalmannschaft errang DasErste im Juli die Pole Position. Ausschlaggebend war hier sicher auch, dass das Finale einen neuen Quoten-Allzeitrekord erreichte. Zwar gab es Einbußen von 2,4 Prozent im Vergleich zum Vormonat, doch mit 15 Prozent führt DasErste erstmals seit einem Jahr die Quotenliste an. Zweiter wurde das ZDF, das mit 14,8 Prozent (-2,8) zufrieden sein musste. Die Mainzer dürften im Juli nur ein Spiel des DFB-Teams übertragen. Nach dem Ende der WM gelang es den übrigen Sendern beim Gesamtpublikum ein wenig aufzuholen. So profitierten RTL, Sat.1 und ProSieben mit leichten Zuwächsen von den 5,2 Prozent Marktanteil, die DasErste und das ZDF verloren. RTL gewann 0,6, Sat.1 0,5 und ProSieben 0,6 Prozent hinzu.

Die TV-Marktanteile für Juli 2014 beim Gesamtpublikum - ab drei Jahren. 1. Das Erste (15,0 %), 2. ZDF

(14,8), 3. RTL (9,0) 4. Sat.1 (7,7), 5. ProSieben (5,2). (Quelle: „meedia.de“ und „dwdl.de“)

Peter Kloeppeel gibt Chefredaktion von „RTL“ an Michael Wulf ab



Peter Kloeppeel (55, Foto links; © RTL / Stefan Gregorowius), seit zehn Jahren Chefredakteur von „RTL“ und seit 22 Jahren

Chefmoderator der Nachrichtensendung RTL Aktuell, will kürzer treten. Daher gibt er die Chefredaktion an Michael Wulf (55, Foto rechts; RTL / Stephan Pick) ab, der seit 2004 geschäftsführender Chefredakteur von „RTL“ und seit 2008 Geschäftsführer von infoNetwork ist, dem Produktionsunternehmen für Nachrichten und Magazine der Mediengruppe RTL Deutschland. Kloeppeel bleibt aber Chefmoderator, seinen bis kommenden Herbst laufenden Vertrag hat er um drei weitere Jahre verlängert. Damit moderiert er neben RTL Aktuell auch weiterhin Sondersendungen und Dokumentationen für RTL. Auch sein Engagement für den journalistischen Nachwuchs an der RTL Journalistenschule, deren Gründungsdirektor er ist, setzt er fort.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (2) (31./32. KW 2014)

1. Die im Hamburger Jahreszeiten Verlag erscheinende **Frauenzeitschrift „Für Sie“** muss sich nach einer **neuen Chefredakteurin** umsehen. Nach rund drei erfolgreichen Jahren an der Spitze der Redaktion hat Chefredakteurin **Sabine Fäth (47)** den Verlag um **Auflösung ihres Vertrages** bis spätestens Februar 2015 gebeten. Die Gründe sind nach Verlagsangaben ausschließlich privater Natur. Bis zum Arbeitsbeginn eines Nachfolgers führt Fäth die Redaktion unverändert weiter.
2. **Frank Dopheide (51)** wird Mitglied der Geschäftsführung der Verlagsgruppe Handelsblatt. Der ehemalige Chairman von Grey Worldwide ist neuer Geschäftsführer Kundenentwicklung und Markenführung bei der Verlagsgruppe Handelsblatt für die Bereiche Vertrieb

und Marketing, die Kommunikationsberatung 360° sowie den Veranstaltungsbereich Face-to-Face. Gleichzeitig beteiligt sich die Verlagsgruppe Handelsblatt mehrheitlich an der Deutschen Markenarbeit, die 2011 von Frank Doppeide gegründet und aufgebaut wurde.

CSR Unternehmensverantwortung

Rezension: CSR und Sportmanagement

Herausgeberin Alexandra Hildebrandt legt im Rahmen der Management-Reihe Corporate Social Responsibility des SpringerGabler Verlags ein knapp 600 Seiten starkes Buch zum sehr aktuellen Thema „CSR und Sportmanagement“ vor. Ein umfassendes Werk mit Beiträgen von prominenten Autoren und das zum Schnäppchenpreis.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 118 – Vom Set-Besuch zum Roten Teppich: PR für Kinofilme

„Das PR-Interview im PRJ“ wird realisiert von **k1 gesellschaft für kommunikation**, Köln.



Astrid Buhr (Foto), Geschäftsführerin von S&L Medianetwork GmbH, war mit ihrer Agentur an der Öffentlichkeitsarbeit für Kinofilme wie „The Amazing Spider-Man 2 – Rise of Electro“, „The Wolf of Wallstreet“ oder „Schoßgebete“ beteiligt. Sie erklärt, wie erfolgreiche Kinofilm-PR funktioniert.

PR-Journal: Welche Aufgaben umfasst Ihre Tätigkeit rund um einen solchen Film?

Astrid Buhr: Das Tätigkeitsfeld einer klassischen Film-Betreuung ist äußerst vielfältig. Wir bedienen alle Kanäle von Print bis Social Media und versorgen die Medien bis zum Start des Filmes mit Pressemitteilungen, Fotos, Trailern und Videoclips, organisieren Interviews und Gewinnspiel-Aktionen.

Wir kümmern uns aber auch um Pressevorführungen, organisieren und betreuen Gruppeninterviews, sogenannte „Interview Junkets“, im Vorfeld der Veröffentlichung und koordinieren den Roten Teppich bei Premierenfeiern. Für all diese Aktivitäten stehen wir im täglichen Austausch mit den Journalisten, Kooperationspartnern und unseren Kunden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Trennung von Sarah Wiener und Peter Lohmeyer... so geht PR!

Rosenkrieg, so nennt man die Trennung von Liebenden. Wenn der Mensch trennt, was die Götter zusammengefügt haben, kommt Bitternis auf. Der Himmel auf Erden begann mit dem Versprechen, ein Herz und eine Seele zu bleiben, bis der Tod das Paar scheidet; jetzt geht es nur noch ums Scheiden. Denn zumeist betten sich die Beteiligten dabei nicht auf den sanften Blättern edler Blumen, sondern üben sich im Hauen und Stechen. Rosenkrieg ist Dornenkrieg. Schmutzige Wäsche wird gewaschen. Und alle umstehenden Menschen erfahren Dinge, von denen sie immer hoffen durften, nie in solche Niederungen eingeweiht zu werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

K:KK = Kocks: Kein Kommentar

Auch daneben: Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR (16)

Wie die große Haderthauer zur kleinen Tragödie wurde



Die Christine ist eine große Person. Ich habe in einem Studio des Bayerischen Rundfunks neben ihr gesessen, vor allem aber in der Garderobe beim Wein neben ihr gestanden: eine hochgewachsene Frau. Voller Achtung flüsterte der

Prantl Heribert von der „Süddeutschen Zeitung“ mir ins Ohr: „Eine Riesin!“ Dann haben wir aber gleich wieder über die Doris vom „Focus“ geredet, die die Gattin des Altkanzlers wurde und keine Riesin ist. Junges unter sich. Woran ich mich erinnere: Kaum den Kameras entronnen, verlangte Haderthauer nach einer Zigarette, die sie in tiefen Zügen aussog. Ach, dachte ich, doch so nervös.

Auf die CSU-Politikerin quatschte ein mitgebrachter Referent ein, der sich Meinungen zu der Frage erlaubte, wie seine Chefin denn in der Talkrunde so gewesen sei. Er hatte eine ganze Reihe von Meinungen auf einem Zettelchen, das er nun mit quäkender Stimme abdiente, während sie nach Nikotin gierte. Ich war irritiert. Warum tut sie sich das an? Wenn eine Kombination in diesem Geschäft niemals funktioniert, so sind es Hasenherzen an der Front und Klugscheißer in der Etappe. Mit diesen Zutaten backt man keine Promis, schon gar keine Rampensau.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Autoren-Beiträge

Weichenstellung für eine starke interne Kommunikation



Unternehmen brauchen eine gut funktionierende interne Kommunikation. Sie trägt nicht nur maßgeblich zur Reputation und zum nachhaltigen unternehmerischen Erfolg bei, sondern ist auch ein Führungsinstrument und hilft besonders in kritischen Unternehmenssituationen. Wie gestaltet man einen glaubwürdigen und lebendigen Dialog? Im folgenden Manuskript eines Beitrags der Zeitschrift Controlling & Management Review, der Anfang Juli 2014 erschien, werden fünf Faktoren vorgestellt, die helfen, eine wirkungsvolle interne Kommunikation aufzubauen:

1. Ganzheitliches Kommunikationsverständnis
2. Geregeltens Zusammenspiel aller Akteure und Bereiche im Unternehmen
3. Genaue Planung und richtige Infrastruktur

4. Themen und Stil interner Kommunikationsmaßnahmen
5. Authentizität und Unterstützung des Top Managements

Alle Faktoren werden im Beitrag ausführlich erläutert. Folgen Sie diesem [Link zum Blog „Glaubwürdig kommunizieren“](#).

Über den Autor: Wolfgang Griepentrog hat viele Jahre als verantwortlicher Kommunikationsmanager auf Industrieseite, in der Unternehmensberatung und im Agenturgeschäft gearbeitet. Bis 2007 leitete er die Konzern-PR eines internationalen Handelskonzerns. Als PR- und Managementberater befasst er sich heute mit strategischen und kulturellen Aspekten erfolgreicher Kommunikation.

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Von der Damaskus-Pflaume zur Prummetaat



(nsb) - Der Spätsommer ist eine problematische Zeit. Denn jetzt wird alles reif – und zwar alles zugleich. Wer Tomatenstauden, Obstbäume oder Beerensträucher im eigenen Garten besitzt, wird entweder viel verschenken müssen, oder er hat einige Arbeit zu leisten. In diesem Jahr gibt es Steinobst in großen Mengen, das war schon bei den Kirschen so und den Aprikosen, nun hängen die Äste schwer durch unter Pflaumen, Mirabellen und Zwetschgen.

Die blaue, längliche Pflaume hat ihre Heimat in Syrien, von dort gelangte sie als „damascena“ auf die Tische der wohlhabenden Römer. Es hat lange, aber beweisbare sprachliche Umwege gebraucht, bis sie als „Quetsch“ in den alemannischen Sprachraum kam – von dort war der Weg bis zur „Zwetschge“ nicht mehr gar so weit.

Im Rheinland ging dieser Name wieder unter, als Napoléons Soldaten die Bäume plünderten. Sie brachten den rheinischen Frauen unterschiedliche Rezepte für die „Tarte aux prunes“ bei, und so wird die „Prummetaat“ mal mit, mal ohne Zimt, mal mit

Hefe- und mal mit Mürbeteig bereitet. Meine Version setzt auf Hefe, verzichtet auf Zimt – und verlangt Zutaten, die zu Napoléons Zeiten noch ganz unbekannt waren.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Lesehinweise

Wirtschaftsjournalist: PR-Agenturen - Die fetten Jahre sind vorbei

In der Ausgabe 03/2014 des Fachmediums „Wirtschaftsjournalist“, das im Verlag Johann Oberauer, Salzburg, erscheint, schreibt die freie Journalisten Katy Walther zum Thema „PR-Agenturen: Die fetten Jahre sind vorbei“. Hier der Einstieg in den lesenswerten Beitrag.

Presstexte, Pressekonferenzen, Events - das Angebot der meisten PR-Agenturen ist standardisierte Massenware. Die Kunden bekommen es inzwischen an jeder Ecke. "Das ist wie zum Metzger gehen," sagt der Marketingchef eines großen Unternehmens hinter vorgehaltener Hand. "Die haben auch in jedem Geschäft Salami, Kochschinken und Leberwurst. Wenn sich der Geschmack kaum unterscheidet, guckt man eben auf den Preis." Die Erfahrung machen derzeit auch die PR-Agenturen: Statt mit den Fachabteilungen haben sie es heute häufig mit den Einkäufern der Unternehmen zu tun, die die Preise ganz einfach vorgeben. Verhandlungsspielraum null, wie GPRA-Präsident Uwe Kohrs bestätigt: "Da verhandeln Leute, die früher Büromaterial gekauft haben, nun eben auch über PR-Leistungen. Und die werden am Ende des Tages daran gemessen, was sie rausgeholt haben."

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

PR Lern-Prozesse

Wie Berater und ihre Klienten Streit vermeiden können (3)



Gelegentlich enden Meinungsverschiedenheiten zwischen Auftraggeber und externen PR-Schaffenden vor Gericht. Von diesen Gerichten wird unser Autor seit 15 Jahren als Sachverständiger und Gutachter hinzugezogen. Im „PR-Journal“ skizziert er interessante Fälle aus der Praxis. Aus den dabei gemachten Erfahrungen folgern Hinweise, wie sich dergleichen Streit vermeiden lässt.

Streitgegenstand: „CI-Arbeiten“

Das Amtsgericht einer mittelgroßen Stadt in Rheinland-Pfalz will wissen, ob für bestimmte grafische Leistungen der Betrag in Höhe von 474,50 Euro ortsüblich und angemessen sei. Dieser Betrag war dem säumigen Auftraggeber für „CI-Arbeiten“ berechnet worden: Entwickelt und ausgefertigt hatte der klagende Grafiker ein Firmenlogo, einen Briefkopf und eine Visitenkarte.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Bildung

Bildung compact (4) (31./32. KW-2014)

1. Schreiben – Feedback – schreiben – fünf Tage journalistisches Schreibtraining und mit lebendigem Seminarrhythmus und steigenden Textanforderungen bietet die AFK vom **22. bis 26. September** in Oberursel (Taunus). Das **Text-Trainingslager der Akademie Führung und Kommunikation** soll Teilnehmerinnen und Teilnehmer sicher machen für die journalistischen Textanforderungen. Auf dem Programm stehen: Nachrichtensprache, Umgang mit Nachrichtenwert, Textaufbau unterschiedlicher journalistischer Darstellungsformen, die für PR-Fachleute wichtig sind. Weitere Informationen auf der [AFK-Website](#).

2. Die **Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR)**, Düsseldorf, erweitert ihr Netzwerk um Kommunikatoren aus dem Bereich Business to Business. Die Akademie **kooperiert** ab sofort mit dem **Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik)**, Augsburg. Der bvik ist eine unabhängige Organisation für Kommunikatoren und Marketing-Verantwortliche der Industrie. Ab November bietet die DAPR außerdem ein **berufsbegleitendes Masterstudium** mit dem neuen **Schwerpunkt B-to-B-Kommunikation** an. Der Lehrgang geht auf die Herausforderungen von Kommunikation in diesem Feld ein.
3. **Berrin Özergin** wurde an der SRH FernHochschule Riedlingen zur Professorin berufen. Seit dem 1. Juli hält sie als neue Professorin für Marketing- und Medienmanagement Lehrveranstaltungen in den marketingnahen Studiengängen mit Bachelor-Abschluss ab. Auch beim MBA-Studiengang Business Administration und beim neuen Master-Studiengang Medien- und Kommunikationsmanagement (M.A.), der im September beginnt, wird sie Module übernehmen. Zuletzt war die promovierte Diplom-Kauffrau bei der Bionade GmbH als Marketingleiterin beschäftigt.
4. Ab sofort präsentiert sich die [Webseite der Berliner School for Communication and Management](#) in einem neuen Look. Den Besucher erwarten eine **überarbeitete Navigation, eine übersichtlichere Struktur und zusätzliche Funktionalitäten**. So findet man ab sofort in der Hauptnavigationsleiste einen Überblick über das Weiterbildungsangebot der SCM. Zudem kann man die Weiterbildungsangebote und Publikationen nun auch nach den Themenbereichen Interne Kommunikation, PR und Social Media sortieren.

Öffentlichkeitsarbeit ist für die meisten Kommunikationsprofis ein relevanter Baustein, um Zielgruppen auf emotionaler Ebene anzusprechen und Vertrauen zu generieren, so eines der Ergebnisse der



Studie „PR im Handel 2014“, die vom Kölner EHI Retail Institute durchgeführt und bereits im April 2014 veröffentlicht wurde. Jetzt machte das EHI noch einmal auf die Ergebnisse aufmerksam.

Das EHI ist ein Forschungs-, Bildungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner. An der Untersuchung haben sich die PR-Vertreter aus 85 Handelsunternehmen beteiligt, darunter knapp die Hälfte der Top 20 des deutschen Einzelhandels.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TV und Internet wichtigste Medien für Gesamtbevölkerung und Deutschlands Internetnutzer

TV und Internet sind die wichtigsten Medien für die Gesamtbevölkerung und Deutschlands Internetnutzer. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage von TNS Infratest, München. Zwei Drittel der

Mediengattung	Gesamtbevölkerung		Internetnutzer	
	wichtigstes Medium (in %)	wichtigstes oder zweitwichtigstes Medium (in %)	wichtigstes Medium (in %)	wichtigstes oder zweitwichtigstes Medium (in %)
Internet	35	51	43	62
TV	29	66	26	66
Tageszeitung	17	32	14	27
Radio	13	33	12	32
Zeitschriften	4	12	5	11

Gesamtbevölkerung und der deutschen Onliner halten das Fernsehen für das wichtigste Medium - siehe Schaubild. Auf Platz zwei liegt das Internet (Gesamtbevölkerung: 51 %, Internetnutzer: 62 %). Tageszeitungen (32 / 27 %), Radio (33 / 32 %) und Zeitschriften (12 / 11 %) folgen mit deutlichem Abstand. Die Medienkonvergenz, also die Nutzung beispielsweise von Tageszeitungen, Zeitschriften, Radio und auch TV via Internet ist bei der Fragestellung bewusst außen vor gelassen worden. Daher ist bei der Interpretation der Ergebnisse zu beachten,

Studien

Studie zu Handels-PR: Vertrauen aufbauen durch regionale Aktionen

Sponsoring des örtlichen Sportclubs, Patenschaften für Spielplätze oder Bäume pflanzen im Stadtpark – mit lokaler Verbundenheit und sozialem Engagement positionieren Händler sich als vertrauenswürdige Unternehmen. Regional angepasste

dass das Internet sowohl Medium als auch gleichzeitig Plattform für andere Medien ist – und in dieser Doppelfunktion bewertet wird. TNS Infratest führte in der Zeit vom 23. bis 25. Juni insgesamt 1.007 telefonische Interviews mittels der EMNIDbusse. (Schaubild: TNS Infratest)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Kommunikationselite ist kooperationsbereiter

„Exzellenz in der Unternehmenskommunikation 2014“ – der Studie zweiter Teil. Nach der Berichterstattung über die Frage wie nah ein Kommunikationsschef der Unternehmensführung sein muss ([siehe dazu diesen Beitrag](#)), um gut bewertet zu werden, folgt jetzt ein zweites Teilergebnis zur Netzwerkbereitschaft von PR-Chefs. Die Resultate gehen zurück auf die Befragung von 288 Fach- und Führungskräften aus Pressestellen deutscher Unternehmen. Die Studie wurde durchgeführt von der Hamburger Agentur Faktenkontor gemeinsam mit Lothar Rolke, Professor für BWL und Unternehmenskommunikation an der Fachhochschule Mainz. Demnach ist die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit ein unterschätzter Erfolgsfaktor für PR-Manager. Die Kommunikationselite bezieht auffällig häufig Kollegen anderer Fachbereiche in ihre Arbeit ein. Sie stehen vor allem mit den Abteilungen Marketing, Personal oder Investor Relations (IR) im professionellen Austausch. Nur so können alle Stakeholder-Interessen berücksichtigt und die verschiedenen Anspruchsgruppen angemessen angesprochen werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Erstes PRSH-Forum zum fünften Geburtstag am 14. November

Save the date: Unter dem Motto „Change is the only constant“ laden die Hochschule Hannover und der



PRSH – Public Relations Studierenden Hannover e.V. am 14. November zum erstmalig stattfindenden PRSH-Forum ein. Gleichzeitig wird das fünfjährige Vereinsjubiläum gefeiert. PR-Praktiker, Wissenschaftler und Studierende haben durch die Teilnahme an drei Podiumsgesprächen die Gelegenheit, sich über die künftigen Herausforderungen an das Kommunikationsmanagement auszutauschen und über neue Trends der Branche zu informieren. Weitere Informationen auf der [PRSH-Website](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termin: Preisverleihung des Deutschen Journalistenpreis - Wirtschaft | Börse | Finanzen am 18. September

Der Deutsche Journalistenpreis - Wirtschaft | Börse | Finanzen (djp) prämiiert Spitzenleistungen im deutschsprachigen Wirtschafts- und Finanzjournalismus. Er wird von einer Gruppe von Sponsoren jährlich für mehrere Themengebiete gleichzeitig ausgelobt. Namenhafte Sponsoren sind unter anderem Targo Bank, GLS, Fraport und randstad.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TOP

Termine compact (4) (31./32. KW-2014)

1. **„Crowdfunding - Hype, Nische oder Demokratisierung der Kapitalmärkte?“** – Unter diesem Motto lädt der **MedienMittwoch am 20. August um 19 Uhr nach Frankfurt am Main** ein. Im Gebäude der **ING-DiBa AG**, Theodor-Heuss-Allee 2, diskutieren Eva Jung, Geschäftsführerin Gobasil, Philipp Baumgaertel, Business Developer Protonet, Martin Krebs, Vorstandsmitglied ING-DiBa, Dirk Littig - Geschäftsführer bankless24, und Karsten Wenzlaff, Geschäftsführer Institut für Kommunikation in sozialen Medien, das Thema unter der Leitung von Jo Schück, Moderator bei ZDF zoom und aspekte. Weitere Informationen auf der [MedienMittwoch-Website](#).

2. „The future is now!“ Unter diesem Motto findet vom **1. bis zum 4. September in der Humboldt-Universität Berlin das Medien-Kommunikations-Labor (mekolab)** statt. Die JournalistenAkademie der Friedrich-Ebert-Stiftung unterstützt die Veranstaltung. Mehr als 40 Seminare und Workshops, Fachvorträge, Podien, Barcamp-Sessions und Exkursionen zu Redaktionen, Agenturen und Institutionen richten sich an junge Medienschaffende. Mehr Informationen zum Workshopangebot und zum Kongressprogramms sowie die Anmelde-möglichkeit finden sich auf der mekolab-Website.
3. Der **8. kommge - Kommunikationskongress der Gesundheitswirtschaft** findet am **15. Oktober** in der **Hamburger Handwerkskammer** statt. Der Expertentreff will Impulse rund um das Thema Gesundheitskommunikation bieten. Auch in diesem Jahr werden wieder in fünf Kategorien Preise für „Best Practice“ der Kommunikation in der Gesundheitswirtschaft vergeben. Veranstalter ist die Mediengruppe Oberfranken - Fachverlage GmbH & Co KG. Weiter Informationen auf der [kommge-Website](#).
4. Online Marketing wird immer wichtiger, um in Zeiten des digitalen Wandels erfolgreich zu bleiben. Gerade Medienunternehmen haben in den vergangenen Jahren erfahren, in welcher kurzer Zeit das Netz eine ganze Branche umwälzt. Die **Leipzig School of Media (LSoM)** und die **Hamburg Media School (HMS)** bieten deshalb gemeinsam ein **Online Marketing Camp** für Fachkräfte von Medienhäusern an, um ihnen bei der Bewältigung dieser Herausforderung zu helfen. Das Camp findet vom **22. bis 24. September** in Leipzig im Medien-campus Villa Ida statt. Früh Entschlossene profitieren bis 15. August von einem Rabatt. Weitere Informationen auf der [Website der LSoM](#).

hat mit „Matching“ ein lesenswertes Buch für Marketingentscheider und Agenturchefs vorgelegt. Warum ist es als lesenswert zu qualifizieren? Weil Burrack etwas gemacht, was im Zeitalter von Social Media fast in Vergessenheit geraten ist, er hat mit Menschen persönlich gesprochen und diese Gespräche ausgewertet. Im Rahmen seiner Fleißarbeit hat Burrack mehr als 80 Interviews mit Marketing-Verantwortlichen, Agenturchefs und Branchenexperten über ihr Business geführt. Herausgekommen ist ein Buch, in dem die Sicht von Marketing-Entscheidern in Unternehmen („Matching. Marketing-Entscheider im Dialog“) der Sicht von Agenturchefs („Matching. Agenturchefs im Dialog“) gegenübergestellt werden. So kann das Wendebuch tatsächlich von zwei Seiten aus gelesen werden: Je nach Vorliebe können Leser mit der einen oder anderen Sicht beginnen. Doch unerheblich, in welcher Reihenfolge das Buch studiert wird, am Ende steht die Erkenntnis, dass das Zusammenspiel zwischen beiden Gruppen „matchen“ muss, dann funktioniert Neugeschäft.



Marketing-Entscheider im Dialog“) der Sicht von Agenturchefs („Matching. Agenturchefs im Dialog“) gegenüber-

gestellt werden. So kann das Wendebuch tatsächlich von zwei Seiten aus gelesen werden: Je nach Vorliebe können Leser mit der einen oder anderen Sicht beginnen. Doch unerheblich, in welcher Reihenfolge das Buch studiert wird, am Ende steht die Erkenntnis, dass das Zusammenspiel zwischen beiden Gruppen „matchen“ muss, dann funktioniert Neugeschäft.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Neuaufgabe des Handbuchs zur Unternehmenskommunikation: Wie ein Grundstudium



Titel: Handbuch Unternehmenskommunikation, Strategie - Management – Wertschöpfung; Herausgeber: Ansgar Zerfaß und Manfred Piwinger; Verlag: Springer Gabler; Reihe: Springer NachschlageWissen; 2. vollständig überarbeitete Auflage 2014,

Umfang: 1.347 Seiten; Abbildungen: 98; Preis für das Print-Buch: 149,99 Euro (Preis inkl. MwSt.); ISBN 978-3-8349-4542-6; E-Book: ISBN 978-3-8349-4543-3;

Literatur

Wendebuch für erfolgreiches Neugeschäft

Ein Buch aus der Praxis für die Praxis: Heiko Burrack, in der Kundenberatung geschulter Agenturmann und seit 2003 mit New Business Advice selbständiger Berater von Agenturen und Unternehmen,

Mit der vollständig überarbeiteten Neuauflage des erstmals 2007 veröffentlichten Handbuches Unternehmenskommunikation (damals 930 Seiten) haben die beiden Herausgeber eine Herkulesaufgabe gestemmt: Auf 1.347 Seiten haben Sie zusammen mit den 90 weiteren Autoren des in der Reihe Springer Nachschlagewissen erschienenen Werks ein Kompendium zu dem vielfältigen Fachgebiet der Unternehmenskommunikation zusammengestellt. Die Verfasser der insgesamt 67 Einzelbeiträge repräsentieren gleichermaßen Forschung und Lehre der Kommunikationswissenschaften wie auch die praktische Seite aus Sicht ausgewählter Großunternehmen wie etwa BASF, Daimler und Deutsche Post DHL. Hinzu kommen Fachleute aus anderen Disziplinen, die relevante Regeln – etwa juristische Rahmenbedingungen der Finanzkommunikation – erläutern.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Literatur compact (1) (31./32. KW-2014)

1. **Jörg Rosenberger**, Inhaber der Trainingsagentur Reden ist silber GmbH in Bielefeld, hat im expert verlag, Renningen, die zweite, aktualisierte Auflage seines Buchs „**Erfolgreiche und zielorientierte Kommunikation**“ veröffentlicht. Auf 98 Seiten vermittelt es mit griffigen und praxisnahen Formulierungen **Tipps und Tricks für erfolgreiche Kommunikation** im Berufsalltag. Laut Verlagsbeschreibung richtet sich das Buch an alle Menschen, die im beruflichen Kontext gekonnt kommunizieren wollen. Besonders sollen Berufseinsteiger mit Kundenkontakt angesprochen sein. (Preis: 24,80 Euro; ISBN 978-3-8169-3267-3)

(Print / Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk / Radio + Fernsehen, Online (seit 2003)). Im Juli 2014 wurden 5.643 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 18.686 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: 29.673 Besucher im Juli 2014 und 29 neue Jobangebote - Knapp 15,5 Prozent nutzen die Mobilversion

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das „PR-Journal“ im Juli 2014 insgesamt 29.673 Besucher lt. Zählung der **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 957 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,3 Seiten an - daraus errechnen sich 67.703 Pagelmpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im Juli festgestellt; 63,1 Prozent waren neue Besucher. 54,1 Prozent der Besucher sind männlich, 45,9 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. 15,42 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten über mobile Geräte (Smartphones und Tablets) auf.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter August 2014



Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (ca. 24.000) in Deutschland

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 9 aktuellen Gesuche finden Sie *hier*

ANGEBOTE (41)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- *(Senior) Account Manager (m/w), Frankfurt am Main*
- *PR/Social Media Manager (m/w), Hamburg*
- *Trainee im Bereich Markenkommunikation (m/w), Düsseldorf*
- *PR- und Social Media Berater/in (Vollzeit, unbefristet), Berlin*
- *Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Automotive, Hamburg*
- *PR Manager (m/w)*
- *markenzeichen Frankfurt sucht Junior-Berater(in)*
- *PR-Berater / Projektleiter (oder Juniorberater/Projektmanager) w/m, München*
- *PR-Berater (m/w) Healthcare in Vollzeit für Eltville oder Köln gesucht*
- *Junior-PR-Berater(in), Hannover*
- *Leitung Kommunikation (m/w), Berlin*
- *(Junior) PR-Berater (m/w) für Fashion/Lifestyle/Beauty in Hamburg & München*
- *1. Fußball-Bundesliga: Partner/in für Sponsor-Betreuung gesucht*
- *PR-Berater/in (Teilzeit), Willich/Niederrhein*
- *Junior-Projektleiter/in, Berlin*
- *Junior-PR-Berater(in) Healthcare, Köln*
- *Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Beauty, Hamburg*
- *Junior Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*
- *Berater Consumer-PR (m/w) ab sofort in München*

Medien

- *Verantwortlichen Redakteur (m/w), Köln*

Unternehmen

- *Stellvertretende/n Leiter/in Unternehmenskommunikation, Freiburg*
- *Junior PR-Referent/in (m/w) für das Team Unternehmenskommunikation, Bremen*
- *Referent (w/m) externe Kommunikation, Köln*
- *PR Manager (m/w), Berlin*
- *Referent (w/m) Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation, Neckarwestheim*
- *Specialist (m/f) Corporate Communications Europe, Köln*
- *Novartis Oncology sucht einen Communications Manager (w/m), Nürnberg*
- *Redakteur/Texter (w/m), Freiburg*

Verbände (Non-Profit)

- *Projektleiter/in Wissenschaftstransfer (Teilzeit), Leipzig*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 11. August 2014 um 20:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.546 Empfänger** versandt.

Impressum

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg.
Gründer + 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) (dillmann@pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh@pr-journal.de) - Ressort: "Social-

Media"; Mathias Scheben, Andernach (scheben@pr-journal.de); Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel@pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Riccardo

Wagner, Köln (wagner@pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest@pr-journal.de) - Ressort: "Reputation Management".

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview": Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Kartte, Rahel Camps und Gunter Ortlieb (inter-views@pr-journal.de).

Rubrik "PR-Websitecheck": Lan Anh Nguyen, Hannover, (nguyen@prsh.de) (Teamleiterin); Kristin Becke; Carina Bogus; Jan Jasper Dundurs; Janine Riedel; Lara Wöhrmann.

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

Korrespondenten: Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (achelis@pr-journal.de); **München/Oberbayern:** Frederic Sturm, München, (muenzen@pr-journal.de); **Düsseldorf/Rhein-Ruhr:** Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept (fuerstenberg@pr-journal.de); **Berlin/Potsdam:** Birgit Grigoriou, Berlin (grigoriou@pr-journal.de); **Hamburg/Norddeutschland:** Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation (weinberg@pr-journal.de); **Frankfurt/M./Rhein-Main:** Thomas Beckmann, Frankfurt am Main, corporate text thomas beckmann (beckmann.thomas@pr-journal.de).

Rezensionen: Annett Helbig, Hamburg (helbig@mastermedia.de); Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg (mavridis@pr-kanzlei.de); Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach (ulrike.mellenthin@pr-journal.de); Manfred Piwinger, Wuppertal (consultant@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@pr-journal.de.

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
Telefon: 02241 2013060
Telefax: 02241 2013061
Mobilfon: 0160 94635777
E-Mail: redaktion@pr-journal.de
URL: www.pr-journal.de
pr-journal.at; pr-journal.ch; pr-journal.com; pr-journal.info; pr-journal.net; agenturcafe.de; neuesprportal.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 Page-Impressions**. 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](https://twitter.com/prjournal) und [@prjobboerse](https://twitter.com/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](#)