

PR-Journal Newsletter

Nr. 439 / 37. KW 2014

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 439. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 42 Einzelmeldungen):

1. *GPRA und BdP vereinbaren Austausch für PR-Mitarbeiter*
2. *Gehaltsreport 2014: Führungskräfte verdienen 3,5 Prozent mehr als im Vorjahr*
3. *Blinde Anastasia Patsiarizis beendet PR-Volontariat mit Erfolg und wird unbefristet übernommen*
4. *Personalien compact - Unternehmen (9) (37. KW-2014)*
5. *Personalien compact - Agenturen (3) (37. KW-2014)*
6. *Personalien compact - Sonstige (4) (37. KW-2014)*
7. *Etats compact (12) (37. KW-2014)*
8. *Fünf neue Mitarbeiter für Brandzeichen und ein Standortwechsel in Hamburg*
9. *Agenturen compact (4) (37. KW-2014)*
10. *Schillinger zum Vorsitzenden des DRPR-Trägervereins gewählt*
11. *dmexco 2014 stößt in neue Dimensionen der „Digiconomy“ vor*
12. *Branche compact (1) (37. KW-2014)*
13. *Medien compact (1) (37. KW 2014)*
14. *Vordenker in der Social Media-Kommunikation nominieren und iPhone 6 gewinnen*
15. *Ungenutzte Potenziale - die deutschen PR-Agenturen und Twitter*
16. *Pegasus Awards 2014: Deutschlands vertrauenswürdigste Marken ausgezeichnet*
17. *Gerichtsstreit um Reputation: Ritter Sport gewinnt, Stiftung Warentest verliert*
18. *Wettbewerbsstart „Mein gutes Beispiel“*
19. *PR-Interview Nr. 120. Pascal Schulte: Mit Umfragen kommt man einfach gut ins Gespräch*
20. *Gericht: Ab in die Pilze*
21. *Wie Berater und ihre Klienten Streit vermeiden können (4)*
22. *DAPR und PR-Agenturen starten „dapr dual“*
23. *Moss ist neuer Medien-Dekan an der BiTS-Hochschule*
24. *Bildung compact (3) (37. KW-2014)*

25. *Studie: 17,2 Milliarden Euro für sogenannte Unternehmenskommunikation in 2014*
26. *European Communication Monitor 2014: Hohe Jobzufriedenheit in Österreich*
27. *PRSH-Pitch geht in Runde zwei*
28. *Eurobest-Kreativ-Festival vom 1. bis 3. Dezember in Helsinki*
29. *Termine compact (5) (37. KW-2014)*
30. *Kommunikation als Lebenskunst*
31. *Jobbörse*
32. *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

GPRA und BdP vereinbaren Austausch für PR-Mitarbeiter



Mehr gegenseitiges Verständnis für die Arbeitsweise von Unternehmenspressstellen beziehungsweise von PR-Agenturen soll die Zusammenarbeit von Unternehmen und Agenturen verbessern. Für dieses Ziel haben die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) und der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) jetzt gemeinsam ein Hospitationsprogramm entwickelt. Ab Herbst 2014 bekommen junge Mitarbeiter aus GPRA-Agenturen und BdP-Pressstellen die Möglichkeit, für fünf Tage die „Seiten“ zu wechseln, um Abläufe und Strukturen kennenzulernen. Nach ausführlicher Diskussion mit den Mitgliedergruppen haben beide Verbände diese Kooperation vorbereitet. Wie sehr das Angebot von Vertretern aus Agenturen und Unternehmen in Anspruch genommen werden wird, dazu wagten die beiden Verbandspräsidenten Uwe A. Kohrs (Foto l.), GPRA, und Jörg Schillinger (Foto), BdP, bei einem Gespräch mit der Branchenfachpresse keine Prognose.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gehaltsreport 2014: Führungskräfte verdienen 3,5 Prozent mehr als im Vorjahr

Deutsche Unternehmen haben die Gehälter ihrer Führungskräfte deutlich angehoben: 2014 verdienen sie rund 3,5 Prozent mehr als im Vorjahr. Von 2012 auf 2013 betrug die Steigerungsrate 2,4 Prozent. Unternehmen, die ihre Gehaltserhöhung für dieses Jahr noch nicht durchgeführt haben, planen eine Erhöhung um durchschnittlich 2,5 Prozent. Das ergab der aktuelle Vergütungsreport „Führungskräfte 2014“ der Managementberatung Kienbaum, für den die Daten von 6.255 Einzelpositionen aus 805 Unternehmen aus allen Branchen untersucht wurden. Am 1. August hatten wir im "PR-Journal" darüber berichtet, dass sich die Gehälter von Führungskräften und Spezialisten aus den Bereichen Unternehmenskommunikation, Marketing und Vertrieb im Jahr 2014 laut Kienbaum durchschnittlich um rund drei Prozent im Vergleich zum Vorjahr erhöht hatten.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Personalien

Blinde Anastasia Patsiarizis beendet PR-Volontariat mit Erfolg und wird unbefristet übernommen

Anastasia Patsiarizis (47), gelernte Kauffrau für Bürokommunikation, erweitert ab sofort das Marketing und Tourismus-Team im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Hameln. Sie arbeitet abteilungsübergreifend und berichtet direkt an die Geschäftsführer der Hameln Marketing und Tourismus GmbH, Harald Wanger und Dennis Andres. Die Freude bei Anastasia Patsiarizis ist besonders groß und verdient eine gesonderte Erwähnung. Denn, so steht es in einem Artikel der „Deister und Weserzeitung“ vom 12. September, zum ersten Mal seit Jahrzehnten dürfe Anastasia Patsiarizis durchatmen. Sie dürfe bleiben, müsse nicht länger rotieren und könne aufhören, zu suchen. Wörtlich heißt



es: „Mit 47 Jahren hat sie einen Job, unbefristet. Die Hameln Marketing und Tourismus GmbH stellt die blinde PR-Juniorberaterin fest an.“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Personalien compact - Unternehmen (9) (37. KW-2014)

1. **Inga Koenen** (45), Director Corporate Communications der Lekkerland AG & Co. KG in Frechen, verlässt das Unternehmen, um künftig selbständig als Kommunikationsberaterin tätig zu sein. Koenen arbeitet seit 1999 für Lekkerland und hat die Unternehmenskommunikation kontinuierlich auf- und ausgebaut. Ihre Nachfolge übernimmt ab sofort **Janine Hoffe** (37). Sie ist seit 2003 für Lekkerland tätig und verantwortete zuletzt als Head of Communications Deutschland die interne und externe Kommunikation. In ihrer neuen Funktion berichtet Hoffe an CEO **Michael Hoffmann**.
2. **Alexandra Reinhart** (44), seit 1999 bei Hubert Burda Media und seit 2009 als Senior Marketing Manager High End Brands bei der der Burda Style Group, ist neue Direktorin für Marketing und PR bei dem Modeunternehmen Basler, Goldbach. In ihrer neuen Position berichtet sie direkt an CEO **Reiner Unkel**. (Quelle: „CP-Monitor.de“)
3. **Andre Dietzel** (40) leitet seit dem 1. September Kommunikation und Marketing bei Volkswagen Motorsport. Seine Vorgesetzten sind **Jost Capito**, Volkswagen Motorsport-Direktor, und **Peter Thul**, Leiter Kommunikation Produkt und Marke bei Volkswagen. Dietzel, der bereits seit

2005 bei Volkswagen tätig ist, hatte bereits zum 1. März kommissarisch die Kommunikation bei Volkswagen Motorsport übertragen bekommen.

4. **Monika Feldschow** (42), zuletzt zwei Jahr bei der Agentur Brands4Friends, hat am 1. September die Kommunikationsleitung beim Kosmetik-Versand Glossybox in Berlin übernommen. In dieser Funktion ist sie für die Produkt- und Lifestyle- Kommunikation in Deutschland und Österreich verantwortlich. Feldschow berichtet an den Geschäftsführer **Mark Ralea**. **Sachar Klein** bleibt als Vice President Communications für die weltweite Kommunikation des Unternehmens verantwortlich.
5. **Susanna Tatár** ist seit dem 1. September für die Social-Media-Aktivitäten bei Nvidia in Europa, dem Mittleren Osten, Afrika und Indien verantwortlich. Zuvor war sie im selben Unternehmen vier Jahre lang PR-Managerin für die Regionen DACH und Ungarn. Parallel baute sie den Social-Media-Bereich des Visual-Computing-Spezialisten mit auf, der seinen Hauptsitz in Santa Clara (Kalifornien, USA) hat. Die deutsche Nvidia GmbH hat ihren Sitz in Würselen bei Aachen. Vor ihrem Wechsel zu Nvidia 2010 war Tatár als PR Account Manager bei der Agentur PR-COM tätig. Ihr Nachfolger als PR-Manager für die Region DACH wurde **Christian Beer**. Er kommt von ProSiebenSat.1 Games.
6. **Sigrid Eck** (45) wird Mitte Oktober die Leitung des Presseteams bei Universal Networks International Germany in München übernehmen. Sie ist damit für die Unternehmenskommunikation sowie die PR der Sender 13th Street, Syfy, Universal Channel und E! Entertainment zuständig. Eck, die seit 2011 Pressesprecherin bei Discovery Networks Deutschland tätig ist, berichtet bei Universal Networks an die Geschäftsführerin **Katharina Behrends**.
7. **Detlef Sieverdingbeck** (46) wird als Nachfolger von **Sabine Chmielewski** neuer Kommunikationschef bei der Harting Technologiegruppe, einem Hersteller von Industriesteckverbindern mit Sitz im ostwestfälischen Espelkamp. Zuvor war er bis Anfang 2013 bei der Linde Material Handling GmbH in Aschaffenburg in gleicher Funktion tätig. Anschließend folgte noch eine Station beim Maschinenbaukonzern DMG Mori Seiki in Bielefeld, der früher unter dem Namen Gildemeister firmierte.
8. **Wolfram Lotze** (55), seit 1993 Sprecher der ARD-Serie „Lindenstraße“ und in Personalunion Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsar-

KOMM-PASSION

beit der Geißendörfer Film- und Fernsehproduktion in Köln, verlässt das Unternehmen und macht sich als Kommunikationsberater selbstständig. Sein bisheriger Aufgabenbereich wird ausgegliedert und von einer Agentur übernommen.

9. **Bernd de Wall** (44), zuletzt Senior Media Relations Manager bei der Zurich Insurance Group, kehrt als Pressesprecher zurück zur Allianz Suisse nach Wallisellen bei Zürich. In seiner neuen Funktion berichtet er an **Hans-Peter Nehmer**, den Leiter der Unternehmenskommunikation der Allianz Suisse. De Wall, der in Norddeutschland geboren ist und seine Laufbahn als Journalist beim Norddeutschen Rundfunk (NDR) begann, war bereits von 2008 bis 2013 für die Versicherung tätig. Er wurde Nachfolger von **Harry H. Meier**, der die Allianz Suisse verlassen hat.

Personalien compact - Agenturen (3) (37. KW-2014)

1. **Christina Wittich** und **Lars Glüsing** sind zwei neue Senior Consultants im Team der Hamburger Kommunikationsagentur Raikeschwertner. Seit August leitet Wittich das Team Immobilien und Infrastruktur. Zuletzt arbeitete sie als Seniorberaterin und Account-Managerin bei fischerAppelt. Glüsing ist neuer Leiter im Team Tourismuswirtschaft. Als ehemaliger Pressereferent von AIDA Cruises und Director Corporate Communications bei TUI Cruises sowie als Fachjournalist bringt er Branchen- und Medienkontakte mit.

2. **Christel Wolff** (38) und **Christian Clawien** sollen als Doppelspitze bei fischerAppelt die Zusammenarbeit der kreativen Disziplinen stärken und das Planning stärker auf die Bedürfnisse des integrierten Marketings ausrichten. Wolff ist seit sechs Jahren im Unternehmen, sie war zuletzt zuständig für das klassische Planning in der Werbedivision. Neuzugang Clawien ist seit Anfang September bei fischerAppelt, er war zuletzt mehrere Jahre bei interone tätig. Gemeinsam sollen die beiden die Entwicklung von Marketing- und Kommunikationsstrategien vorantreiben.
3. **Daniela Henning** (42), seit 2000 bei Burda im Anzeigenmarketing und zuletzt dort Group Head der Burda News Hamburg, wechselte zu Hoffmann und Campe Corporate Publishing, ebenfalls in Hamburg. Sie übernahm dort die Aufgabe des Director Business Development, die neu geschaffen wurde. Ihre Hauptaufgabe: Neugeschäftsentwicklung. Sie berichtet an die beiden Managing Directors **Christian Schlottau** und **Christian Breid**.

Persönlichkeiten compact - Sonstige (4) (37. KW-2014)

1. **Ulrike Spaak** (34) arbeitet seit dem 1. September als Pressereferentin der Unternehmensgruppe Dr. Ebel-Fachkliniken in Potsdam. Sie betreut die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der acht angeschlossenen Fachkliniken. Spaak berichtet an den geschäftsführenden Gesellschafter **Hans-Jürgen Ebel**. Zuvor war sie sieben Jahre lang bei TMB Tourismus-Marketing Brandenburg als Pressereferentin tätig.
2. **Theresa von Bischopink** arbeitet seit dem 1. September als Referentin für Öffentlichkeitsarbeit und Pressesprecherin im Bundesvorstand des Bundes der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ) in Düsseldorf. Sie wurde Nachfolgerin von **Michael Kreuzfelder**, der im Juli als Pressesprecher zum Caritasverband für das Bistum Essen wechselte. Sie berichtet an den BDKJ-Bundesvorsitzenden **Wolfgang Ehrenlechner**. Vor ihrem Einstieg beim BDKJ hat von Bischopink von 2009 bis 2012 am Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses eine studienbegleitende Ausbildung zur Journalistin absolviert.
3. **Jenni Werner** (33) ist seit dem 1. September neu im Team der Karl Schlecht Stiftung (KSG) in Aichtal. Sie unterstützt die gemeinnützige



Stiftung, die sich der Förderung von Wissenschaft und Ethik, Bildung und Erziehung, Umwelt und Energie sowie Kunst und Kultur verpflichtet hat, im Bereich Kommunikation. Werner ist verantwortlich für die bundesweite Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Vor ihrem Wechsel war sie als PR-Beraterin und freie Journalistin tätig.

4. **Andrea Steinegger** (43) hat als Nachfolgerin von **Dolunay Yerit** am 1. August die Aufgabe als PR-Referentin der Österreichischen Möbelindustrie und Pressesprecherin für den übergeordneten Fachverband der Holzindustrie Österreich in Wien übernommen. Vorgängerin Yerit wechselte als Regionalmanagerin zu WIFI International. Steinegger kommt von Kooperationsplattform Forst Holz Papier, wo sie Referentin für Öffentlichkeitsarbeit war. Zuvor war sie in gleicher Funktion beim österreichischen Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft.

Etats

Etats compact (12) (37. KW-2014)

1. Landesmedienzentrum (LMZ) Baden-Württemberg, Stuttgart
was: nutzerfreundliche Handbücher für die IT-Struktur paedML® Windows 3.0
an : **Signum Communication** GmbH, Mannheim
2. Volvo Car Germany GmbH, Köln
was: Einführungskampagne des neuen XC90

- (zusammen mit Grey, Ddf.)
an: **markenzeichen**, Agentur für Marketing-Kommunikation GmbH, Büro Düsseldorf
3. Deutscher Verkehrssicherheitsrat (DVR), Berlin
was: „Aktion Schulterblick“ - Presse- und Informationsarbeit, Events und Partnerarbeit
an: **fischerAppelt AG**, Hamburg
 4. Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz, Mainz
was: Strategische Kommunikationsberatung und Kick-off-Kampagne für das „Umwelttechniknetzwerk ECO RLP“
an: **profitext.com GmbH**, Speyer
 5. Elektronik-Anbieter Telco-Tec, Berlin
was: Pressearbeit und Out-of-Home-Kampagne zur Eröffnung des ersten Shops in Berlin
an: **Element C, Agentur für PR und Design**, München
 6. IT-Dienstleister transtec AG, Tübingen
was: Presse- und Medienarbeit
an: **PR-COM GmbH**, München
 7. Siewert & Kau Computertechnik GmbH, Bergheim
was: Unternehmens-, Marken- und Produktkommunikation in der Region DACH
an: **Flutlicht GmbH**, Nürnberg und München
 8. littlehipstar GmbH, Rüslikon (Schweiz)
was: Unternehmens- und Produkt-PR, Pressearbeit für die Region DACH
an: **Flowcube Communications AG**, Zürich
 9. Projektentwickler für Solar- und Windparks juwi AG, Wörrstadt
was: Mitarbeiter- und Kundenmagazin „Energie-Allee“
an: **Signum communication GmbH**, Mannheim
 10. Galeria Kaufhof, Köln
was: Social Media-Strategie-Etat
an: **Mothan Advisors**, Hamburg
 11. Württembergische Metallwarenfabrik WMF, Geislingen/Steige
was: Internationale Leadagentur für Markenkommunikation
an: **Serviceplan Campaign**, München
 12. Stadtreinigung Hamburg (SRH)
was: Image- und Informationskampagne zum 20. Geburtstag: „Wir pflegen das Gesicht unserer Stadt“
an: **°Springflut GmbH**, Bremen



Agenturen

Fünf neue Mitarbeiter für Brandzeichen und ein Standortwechsel in Hamburg



Die Agentur Brandzeichen – Markenberatung und Kommunikation GmbH ergänzt ihre Teams in Düsseldorf und Hamburg um insgesamt vier Account Manager und einen Account Director. Aufgrund des starken Personalzuwachses in Hamburg, schafft Brandzeichen zudem neuen Platz und ist dort ab sofort im Zirkusweg 1 zu finden. Dank der guten Entwicklung kann Brandzeichen weitere Zugänge am Düsseldorfer Hauptsitz und am Standort in Hamburg verzeichnen. Die Niederlassung im Rheinland wird insgesamt um vier neue Account-Managerinnen erweitert. Dabei erhält das Beauty-Team gleich dreifach Verstärkung: Im Bereich PR durch Stefanie Buchholz (*Foto rechts, 25*) und Silke Reichenbach (25), im Bereich Social Media von Carry Seidenberg (30). Anneke Söpfer (*Foto links, 25*) unterstützt ab sofort das Home- und Fabriccare Team.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Agenturen compact (4) (37. KW-2014)

1. **Neuer Webauftritt der Hamburger Kommunikationsagentur RaikeSchwertner.** Besucher der überarbeiteten Website finden nun alle interessanten Informationen über die Agentur, Projekte und relevante Themen in neuem Design. Eine einfache Navigation führt zu nutzerfreundlich aufbereiteten Texten, Bildern und Videos.
2. **Kreation trifft Medienprozesse:** Die **Mainzer Kommunikationsagentur mpm** setzt ihre Veranstaltungsreihe zur Verbindung von Kreativität und innovativen Technologien mit dem **Performance Publishing Symposium** fort. Verantwortliche aus Unternehmen verschiedener Branchen diskutieren am **25. November in der Coface-Arena in Mainz** über neue Methoden und stellen ihre persönlichen Best-Practice-Beispiele vor. Die Teilnahme am Performance Publishing Symposium ist kostenfrei. Interessenten können sich über die [mpm-Website](#) anmelden.
3. Die **Cortent Kommunikation AG** hat am **11. September ihr 15-jähriges Bestehen** gefeiert. Im Museum für Kommunikation in Frankfurt am Main empfing die Agentur Gäste aus Wirtschaft, Medien und Politik. Die Keynote zum Wandel in der Medienbranche hielt Rezzo Schlauch, Staatssekretär a.D. und Mitglied im Cortent-Aufsichtsrat. Der Vorstandsvorsitzende und Mitinhaber der Cortent Kommunikation AG, Volker Siegert, zog sein persönliches Fazit: „Gute Kommunikation ist inspiriert durch langjährige Erfahrung, nutzt die Möglichkeiten der neuen Medienwelt, denkt vernetzt und handelt integriert. Alles andere ist ein Fall fürs Kommunikations-Museum.“
4. Die Hamburger Agentur Molthan Advisors hat mit Galeria Kaufhof – [siehe Etatmeldungen](#) – nicht nur einen neuen Kunden, sondern auch eine neue Telefonnummer. Aufgrund eines Anbieterwechsels lautet die neue Festnetznummer nun: 040 / 866 215 – 01. Weitere Informationen zur Agentur unter der [Molthan Advisors Webadresse](#).



Branche

Schillinger zum Vorsitzenden des DRPR-Trägerverschieden gewählt

Jetzt ist es amtlich: Jörg Schillinger, Präsident des Bundesverbandes der Pressesprecher (BdP) und im Hauptberuf Kommunikationschef bei Dr. Oettker, hat den Vorsitz im Trägerverein für den Deutschen Rat für Public Relations (DRPR) übernommen. Sein Stellvertreter wurde GPRA-Vertreter Alexander Güttler, CEO der Agentur komm.passion. Oberstes Ziel, so erklärte Schillinger, sei es nun, die Arbeitsfähigkeit des DRPR wiederherzustellen. Beinahe ein dreiviertel Jahr hatten die internen Querelen beim Trägerverein (wir berichteten) angedauert und die eigentliche Arbeit der Ethik-Wächter der PR-Branche lahm gelegt. Gemeinsam wolle man nun den Blick nach vorne richten. Darauf habe man sich bei der Mitgliederversammlung am 12. September

verständnis. Hilfestellung gibt dabei die Geschäftsstelle des BdP. Sie soll den Trägerverein von administrativen Aufgaben entlasten und die Rolle eines Terminwächters übernehmen, damit sich Formfehler wie zuvor nicht wiederholen. Die Regelung gilt nun für zwei Jahre, danach wolle man prüfen, wie es weitergehen könne. Ausdrücklich betonte Schillinger, dass die Unterstützung aus der BdP-Geschäftsstelle die eigentliche Arbeit des DRPR in keiner Weise tangiere.

dmexco 2014 stößt in neue Dimensionen der „Digiconomy“ vor



Das diesjährige Motto „Entering new Dimensions“ gilt nicht zuletzt für die dmexco als internationale Leitmesse und Konferenz für die digitale

Wirtschaft selbst. Das war zu Beginn der Zweitages-Veranstaltung zu spüren: Mit einer Ausstellerbestmarke von 807 Ausstellern aus aller Welt, dem Flächenrekord von 66.000 Quadratmetern in drei gut gefüllten Hallen und mehr als 470 Top-Referenten startete die sechste dmexco in neue Dimensionen durch. Als größte Leistungsshow der globalen Digitalwirtschaft steht sie am 10. und 11. September im Blickpunkt der digitalen Ökonomie, die für sämtliche Bereiche von Marketing, Media und Konsumentenkommunikation zunehmend Relevanz entwickelt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Branche compact (1) (37. KW-2014)

1. Die Ausschreibung für den **Marken-Award 2015** ist gestartet: Unternehmen und Agenturen können sich ab sofort anmelden und ihre beste **Marke bis zum 10. November 2014 einreichen**. Die „absatzwirtschaft - Zeitschrift für Marketing“ und der Deutsche Marketing-Verband (DMV) vergeben den Preis zum 15. Mal in drei Kategorien. Ausgezeichnet werden der beste Markenrelaunch, die beste Marken-Dehnung und - ganz neu - das beste Marken-Momentum. Die Preisverleihung findet im Rahmen der **Night of the Brands** am **10. März**



2015 im Düsseldorfer Capitol statt. Weitere Informationen auf der [Website zum Marken-Award](#).

Medien

Medien compact (1) (37. KW 2014)

1. **„Focus“ macht's wie der „Spiegel“.** Beide Blätter verlegen ihren Erscheinungstag ab **Januar 2015 vom Montag auf den Samstag**. Beide Magazine versprechen sich von diesem Schritt mehr Beachtung von ihren Leserinnen und Lesern, die am Wochenende schlicht mehr Zeit haben und daher mehr lesen als an den anderen Wochentagen. Ob das die Auflagenhöhe entscheidend beeinflussen wird, wird sich zeigen. Der „Focus“ verzeichnete im zweiten Quartal 2014 eine Auflage von knapp 500.000 Stück, der „Spiegel“ kam auf knapp 875.000 Exemplare.

Social Media

Vordenker in der Social Media-Kommunikation nominieren und iPhone 6 gewinnen



Social Media gibt es schon seit Jahren, aber ein Großteil der Pressestellen sieht sich noch in der Lernkurve. Deshalb sucht die Kommunikationsberatung Faktenkontor Pioniere der Social Media-Kommunikation, deren Arbeit gute Beispiele dafür liefern, wie vernetzte Kommunikation erfolgreich funktioniert. Mitte November werden die Vordenker der Social Media-Kommunikation gekürt und in einem Sonderdruck in Kooperation mit einem namhaften Wirtschaftsmagazin publiziert. Nominierungen nimmt der geschäftsführende Gesellschafter der Faktenkontor GmbH, [Jörg Forthmann, gerne per E-Mail](#) entgegen. Unter allen Einsendern wird ein iPhone 6 verlost.

Ungenutzte Potenziale - die deutschen PR-Agenturen und Twitter



Mehr Sichtbarkeit auf Twitter würde deutschen Agenturen gut tun. Dies meint Brandwatch in einem zur dmexco 2014 veröffentlichten Vergleich der Social Media-Aktivitäten deutscher und englischer Agenturen. Für 90 Prozent der untersuchten deutschen Agenturen ist Facebook der Kanal der Wahl, nur knapp zwei Drittel engagieren sich auf Twitter. Hingegen besitzen alle untersuchten englischen Agenturen einen Twitter-Kanal. Dort findet mit Abstand der meiste Social Buzz statt, so ein Ergebnis des Vergleichs. Zwölf Prozent der Social Media-Kanäle der deutschen Agenturen zeigen keinerlei Präsenz. Hingegen sind alle englischen Agenturen online aktiv. – **Nachfolgend weitere Ergebnisse von Brandwatch und ein Kommentar dazu vom „PR-Journal“-Twitter-Experten Helge Weinberg.** [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Reputation Management

Pegasus Awards 2014: Deutschlands vertrauenswürdigste Marken ausgezeichnet



Im Rahmen einer Gala-Veranstaltung wurden am 12. September in Düsseldorf die Pegasus Awards 2014 verliehen. Mit dem Preis ehrt Reader's Digest Marken, die bei den Verbrauchern das größte Vertrauen genießen. Die Preisverleihung für die „Most Trusted Brands“ fand bereits zum 14. Mal statt. Zu den Preisträgern mit dem größten Kundenvertrauen in Deutschland gehören abermals traditionsreiche, heimische Marken wie Volkswagen, C&A, Miele, Nivea, Haribo, Persil, Rotkäppchen Sekt, Dr. Oetker und Teekanne in der neuen Kategorie „Tee“. Qualität und sehr gute Service-Erfahrungen sind zwei wesentliche Gründe für das Markenvertrauen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gerichtsstreit um Reputation: Ritter Sport gewinnt, Stiftung Warentest verliert

Im Kampf um seine Reputation hat der Schokoladenhersteller Ritter Sport beim Oberlandesgericht München gegen die Stiftung Warentest einen wichtigen Erfolg erzielt. Das Gericht entschied in zweiter Instanz, dass die Stiftung Warentest dem Unternehmen Ritter Sport nicht mehr vorwerfen darf, es betriebe Etikettenschwindel. In erster Instanz hatte Ritter Sport eine einstweilige Verfügung gegen diesen Vorwurf erwirkt. Dieses Urteil wurde jetzt bestätigt. Damit ist es Ritter Sport gelungen, das Testurteil „mangelhaft“ aus dem Vorjahr zu widerlegen. Der Stiftung Warentest dürfte diese Entscheidung überhaupt nicht gefallen haben, hat sie doch selbst – nicht zuletzt durch die Auseinandersetzung mit Ritter Sport – in den vergangenen Monaten einen Ansehensverlust hinnehmen müssen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

CSR Unternehmensverantwortung

Wettbewerbsstart „Mein gutes Beispiel“

Der Verein Unternehmen für die Region und die Bertelsmann Stiftung rufen wieder zum Wettbewerb „Mein gutes Beispiel“ auf.

Gesellschaftlich engagierte, mittelständische Betriebe können sich ab sofort und bis zum 15. Januar 2015 unter www.mein-gutes-beispiel.de um die Auszeichnung ihrer CSR-Aktivitäten bewerben. Erstmals wird zusätzlich der „Sonderpreis Handwerk“ verliehen. Unternehmen engagieren sich auf vielfältige Weise und fördern so die Zukunftsfähigkeit ihrer Region. Dieses Engagement wird durch den Wettbewerb gewürdigt und sichtbar gemacht.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage



Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 120. Pascal Schulte: Mit Umfragen kommt man einfach gut ins Gespräch

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



Für Repucom, den Marktführer im Bereich Sportmarketingforschung und Sponsoringberatung, gehören regelmäßige Umfragen zum PR-Werkzeug. PR-Journal sprach mit Pascal Schulte (Foto), Director Sales Germany & Switzerland bei Repucom

PR-Journal: Welche Art von Umfragen betreiben Sie?

Pascal Schulte: Wir bieten zum einen Exklusivstudien an, die wir im Auftrag eines Kunden durchführen. Die gewonnenen Ergebnisse und abgeleiteten Handlungsempfehlungen stehen dabei nur dem Kunden zur Verfügung. Zum anderen initiieren wir selber auch Umfragen. Vor allem dann, wenn es um Themen mit hoher gesellschaftlicher Relevanz geht, so wie die Weltmeisterschaft 2014. Wir haben beispielsweise abgefragt, wie das Sportereignis in Deutschland ankam, oder wer von den Spielern der

deutschen Nationalelf auf dem Spielfeld am überzeugendsten war. Damit haben wir sowohl den Akteuren aus dem Sportbusiness als auch der breiten Öffentlichkeit wichtige Impulse gegeben und Trends aufgezeigt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Ab in die Pilze



(nsb) Vor einem Jahr wurde es ernst: Pilzsammler gerieten so sehr in Streit mit dem Förster, dass der laut wurde und daraufhin von einem Pilzfreund mit dem Auto über den Haufen gefahren wurde.

Geschehen im Wald von Bad Münstereifel. Das Gelände ist auch in diesem Jahr wieder gesperrt, der Förster nimmt seinen Schutzauftrag sehr ernst, denn in seinem Forst gedeihen geschützte Arten.

Dass er zugleich zahlreiche Waldfreunde verärgert, die für ein paar leckere Mahlzeiten auf Pilzsuche gehen, nimmt er wohl in Kauf – trotz der Gefahr, Raubeinen zu begegnen. Tatsächlich aber sollten Pilzsammler seltene und geschützte Arten schonen, und auch die häufigen Pilze nicht massenweise ernten. Sie müssen ihre Sporen streuen können, sonst gibt es im nächsten Jahr keine Ernte. Denn die Schwammerl sind nichts anderes als Fruchtkörper, die dem weit verzweigten Pilzgeflecht im Boden zur Vermehrung dienen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage



PR Lern-Prozesse

Wie Berater und ihre Klienten Streit vermeiden können (4)



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. In „PR-Journal“ skizziert er interessante Fälle aus der Praxis. Aus den dabei gemachten Erfahrungen folgern Hinweise, wie sich dergleichen Streit vermeiden lässt.

Streitgegenstand: Produktion Sound-Logo

Ein Tonstudio produziert für einen neuen Kunden ein Sound-Logo in vier Varianten und berechnet dafür 1.400 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer. Die kurzen Klänge sollen der Markierung unter anderem in Radio und Internet dienen. Der Kunde bezahlt die Rechnung nicht, auch weil sich für ihn unerwartet die Fragen der Nutzungsrechte und deren Kosten stellen.

Bildung

DAPR und PR-Agenturen starten „daprdual“



Die Deutsche Akademie für Public Relations GmbH (DAPR) hat gemeinsam mit verschiedenen Arbeitgebern ein „Karriereprogramm für Kommunikationstalente“ ins Leben gerufen. Zum Start von „daprdual“ sind aus dem PR-Agenturumfeld die Unternehmen ergo Kommunikation, fischerAppelt, Hill&Knowlton und komm.passion mit dabei. Erster Verbandspartner ist die Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA). Das Programm richtet sich an Einsteiger in der Kommunikationsbranche, vor allem an Absolventen von Bachelorstudiengängen.

Es kombiniert den Jobeinstieg bei einem der Arbeitgeber, die als Partner für das Programm gewonnen werden konnten, mit einem berufsbegleitenden Masterstudium an der DAPR in Düsseldorf und der Donau-Universität Krems (DUK).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Moss ist neuer Medien-Dekan an der BiTS-Hochschule



Die Hochschule BiTS in Iserlohn, Hamburg und Berlin hat einen neuen Dekan für Medien und Kommunikation. Christoph Moss (Foto) folgt auf Roland Schröder, der den Campus Hamburg leitet. Moss ist seit 2011 Professor an der staatlich anerkannten privaten Hochschule. Seitdem leitet er den Bachelor-Studiengang „Journalism and Business Communication“. Zuvor arbeitete er bei der Deutschen Bank sowie bei Sendern, Zeitungen und Hochschulen in Düsseldorf, Passau, Dresden, Dortmund, Brüssel und Paris. Er war Verantwortlicher Redakteur beim „Handelsblatt“ und leitete dort die Georg-von-Holtzbrinckschule für Wirtschaftsjournalisten.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Bildung compact (3) (37. KW-2014)

1. Das **Zentrum für Journalismus und Kommunikationsmanagement (JoKom) der Donau-Universität Krems** bietet ab Herbst 2014 den **neuen Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation, MSc“** an. Das viersemestrige Master-Programm richtet sich an Kommunikationsverantwortliche und Führungskräfte. Zentrale Inhalte sind Event- und Messekommunikation, Online-Kommunikation, Direktmarketing und Customer Relationship Management, Medienarbeit und Medienplanung, sowie PR und Werbung. Die Kosten belaufen sich auf 14.900 Euro. Nähere Informationen auf der [JoKom-Website](#).
2. **BBDO Düsseldorf und die Hochschule Neuss haben ein neues Ausbildungsangebot** entwickelt. Die Werbe- und Kommunikationsagentur und die Hochschule starten zum

Wintersemester 2014/15 gemeinsam den **Bachelor-Studiengang „Marketing and Communications Management“**. Der Studiengang ist dual angelegt und kombiniert Theorie und Praxis. Neben dem akademischen Grad „Bachelor of Arts“ erwerben die Studenten zusätzlich den Berufsabschluss im Ausbildungsberuf „Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation“. Das Angebot richtet sich vor allem an Abiturientinnen und Abiturienten. Weitere Informationen auf der [Website der Hochschule Neuss](#).

3. Die **Georg von Holtzbrinck-Schule**, die Düsseldorfer Aus- und Fortbildungsstätte der Handelsblatt GmbH für Wirtschaftsjournalisten, bietet im **Oktober acht Seminare für Kommunikation und Pressearbeit** an. Die Teilnehmer erfahren, wie Content-Marketing in der PR funktioniert, wie Reputationsmanagement im digitalen Zeitalter geht oder wie sich Mitarbeiter- und Kundenmedien verbessern lassen. Detaillierte Informationen und ein Anmeldeformular zu diesen Seminaren finden sich in einem [Info-PDF, das hier zum Download zur Verfügung steht](#).

Studien

Studie: 17,2 Milliarden Euro für sogenannte Unternehmenskommunikation in 2014

Die direkte Wirtschaftskommunikation – also Messebeteiligungen, Marketing Events, Showrooms, Brandparks und Kongresse – ist nach der klassischen Werbung das wichtigste Kommunikationsinstrument für deutsche Unternehmen über 50 Mitarbeitern. (Siehe dazu auch das nebenstehende Schaubild der FAMAB.) In einer unabhängigen Studie hat das Markt- und Sozialforschungsinstitut g/d/p im Auftrag des FAMAB Verband Direkte Wirtschaftskommunikation e.V., Rheda-Wiedenbrück, im Sommer 2014 insgesamt 435 Unternehmen aus 28 Branchen befragt. Diese 28 Branchen, zu denen auch die Automobilbranche, Banken und Versicherungen, Telekommunikationsanbieter, der Maschinenbau sowie die Hersteller von elektronischen und

optischen Geräten gehören, investieren in 2014 insgesamt 17,2 Milliarden Euro in ihre Unternehmenskommunikation. Hiervon entfällt ein Anteil von 39 Prozent (6,9 Mrd. €) auf die klassische Werbung. Mit 4,3 Milliarden Euro oder 25 Prozent folgt die Direkte Wirtschaftskommunikation in Form von Messebeteiligungen, Marketing Events, Showrooms, Brandparks und Kongressen auf Rang zwei.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

European Communication Monitor 2014: Hohe Jobzufriedenheit in Österreich



PR-Manager in Österreich netzwerken lieber im direkten Kontakt als über soziale Medien, sind mit ihrem Job überdurchschnittlich zufrieden und machen weniger Überstunden als Kollegen in anderen europäischen Ländern.

Österreichs Kommunikationsbranche priorisiert Medienarbeit für Print vor jener für Online und kann noch viel Potenzial bei mobiler Kommunikation ausschöpfen. Das sind einige der Ergebnisse des European Communication Monitor 2014, bei dem knapp 2.800 Kommunikationsprofis aus 42 Ländern befragt wurden, darunter auch zahlreiche aus der Alpenrepublik. Die spezifischen Ergebnisse für Österreich wurden am 8. September von Ketchum Publico gemeinsam mit dem Public Relations Verband Austria (PRVA) und dem Leiter des Forscherteams, dem Leipziger Kommunikationsprofessor Ansgar Zerfaß, in Wien vorgestellt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Termine

PRSH-Pitch geht in Runde zwei

Die Idee: PR-Agenturen pitchten um den PR-Nachwuchs von morgen, präsentieren ihre Agenturprofile und äußern sich zu der Frage, welche Themen die

Branche in den kommenden fünf Jahren bewegen werden. Nach der Premiere im Mai geht „#ThePitch“ am 7. Oktober von 14 bis 17 Uhr in die zweite Runde. Veranstalter ist der PRSH (Public Relations Studierende Hannover), Veranstaltungsort ist der Planet MID auf der Expo Plaza in Hannover. Eingeladen sind Studierende und PR-Professionals. Anmeldungen sind bis zum 30. September möglich.



Um die Gunst der Teilnehmer pitchten am 7. Oktober: Alexandra Groß von Fink & Fuchs, Alexander Güttler von komm.passion, Andreas Severin von crossrelations brandworks und Jörg Pfannenberger von JP|KOM.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Eurobest-Kreativ-Festival vom 1. bis 3. Dezember in Helsinki



Die Vorbereitungen für das Eurobest-Kreativ-Festival vom 1. bis zum 3. Dezember in Helsinki kommen in die heiße Phase. Noch bis zum 26. September haben Agenturen die Gelegenheit in den verschiedenen Kategorien ihre Arbeiten einzureichen. Zur Auswahl stehen inklusive PR insgesamt 16 Kategorien, in denen Preise vergeben werden. Am 11. September wurden zudem die 101 Mitglieder für die 11 Juries benannt. Darunter sind in diesem Jahr mit Jan Dirk Kemming, Weber Shandwick, der Deutschland in der PR-Jury vertritt, und mit Frank Wolfram (Geometry Global), Gregor Ade (Peter Schmidt Group), Jan Harbeck (BBDO Berlin), Katja Brandt (Vizeum), Martin Drust (thjnk), Patricia Pätzold (FCB Hamburg), Preethi Mariappan (Razorfish), Tim Stuebane (Ogilvy & Mather Berlin) sowie Viviane Blumenschein (Freelancerin) zehn Vertreterinnen und Vertreter aus der deutschen PR-, Marketing- und Digitalwirtschaft.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Termine compact (5) (37. KW-2014)

1. Am **4. November** veranstaltet die **School for communication and management (SCM)**, Berlin, die **Fachtagung "Krisenkommunikation" in Frankfurt am Main**. Kommunikationsexperten geben Einblicke in den Umgang mit Krisensituation, berichten über kommunikative Herausforderungen, rechtliche Rahmenbedingungen und Möglichkeiten zur Prävention. Unter den Referenten der Tagung sind Jürgen Harrer, Fraport, Alexander Leinhos, Vodafone, Michael Sasse, Wintershall, Volker Gaßner, Greenpeace, und Johannes Winter, Condor Flugdienst. Weitere Informationen direkt auf der [SCM-Website](#).
2. Die Nachfrage scheint groß zu sein, nur noch wenige Tickets sind erhältlich: Die Rede ist vom **Content Strategy Camp 2014 – oder kurz: #cosca14 – am Mediencampus der Hochschule Darmstadt**. Das Barcamp ist am **10. und 11. Oktober** in Dieburg. Veranstalter sind das Kompetenzzentrum für Onlinekommunikation und E-Learning, die eBusiness-Lotzen Darmstadt-Dieburg und die Hochschule Darmstadt als Gastgeber. Zu weiteren Informationen und zur Anmeldung geht's hier [auf die Camp-Website](#).
3. **Vorankündigung:** Hochkarätige Marketingköpfe, aktuelle Branchenthemen und Netzwerken auf höchstem Niveau: Unter dem Motto „Marketing in Digital Transformation“ findet am **4. Dezember in der MagnusHall in Hamburg** der **41. Deutsche Marketing Tag** statt. Noch bis zum **30. September werden Frühbucherpreise** angeboten. Weitere Informationen zur Anmeldung und zum Programm auf der [Website zum Event](#).
4. Am **1. Oktober** findet in **Frankfurt am Main** der vierte „**Personality-Talk**“ der **Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR)** statt. Das Thema: „Leistung zeigen, wenn es drauf ankommt“. Der ehemalige Spitzensportler Harald Schmid – in den 70er- und 80er-Jahren einer der weltbesten 400-Meter-Hürdenläufer – ist heute selbst Kommunikationsberater. Er gibt Tipps, wie man in Stresssituationen gelassen bleibt. Die Veranstaltung richtet sich an Teilnehmer von DAPR-Seminaren sowie an DAPR-Alumni und -Interessenten. Beginn ist um 19:00 Uhr im Haus zum Paradies am Liebfrauenberg 39. Um vorherige [Anmeldung per E-Mail](#) wird gebeten, die Teilnahme ist kostenlos.

5. Verena Köttker ist nächster Gast beim **Alumniabend der Deutschen Presseakademie (depak)**. Die Kommunikationschefin der Alba Group steht den Absolventen am **17. Oktober ab 18.00 Uhr** Rede und Antwort. Die ehemalige „Focus“- und „Bild“-Redakteurin berichtet im Gespräch mit depak-Akademieleiter Christian Arns von der Arbeit bei einem der weltweit größten Recycling-Unternehmen. Die depak lädt ihre Alumni zweimal im Jahr in ihr **Berliner Studienzentrum** ein, um mit interessanten Gästen zu plaudern.

Literatur

Kommunikation als Lebenskunst



Warum funktionieren Kommunikationskonzepte nie? Was bedeutet Schweigen? Warum sind Missverständnisse normal? Wie übt man Kritik, ohne den anderen zu verletzen? Und wie wird Kommunikation zur elementaren Lebenskunst? Mit diesen Fragen beschäftigen sich der

Tübinger Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen und der Psychologe Friedemann Schulz von Thun, der vor allem durch sein dreibändiges Standardwerk „Miteinander reden“ bekannt ist. Pörksen hat den Berater und Trainer Schulz von Thun, der von 1975 bis 2002 Psychologieprofessor an der Uni Hamburg war, überzeugt, sich auf einen Dialog mit ihm einzulassen. Der daraus erwachsene Gesprächsband, der am 12. September in den Buchhandel kommt, geht in zehn Kapiteln durch das Werk Schulz von Thuns, dessen Sinn für die praktische Anwendung der Kommunikationspsychologie dem akademischen Betrieb lange fremd war. Die Bücher selbst sind wahre Bestseller, einige befinden sich in der 30. und 40. Auflage.

[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 (56)

Volontariat/Trainee

Die 13 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- *Junior Consultant (m/w) Digital & Social Media, Berlin*
- *PR Junior BeraterIn für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, bei München*
- *Junior PR-Consultant (m/w), Düsseldorf*
- *Praktikum in Kölner PR-Agentur*
- *Social Media Manager (m/w), Köln oder Berlin*
- *Berater/in Media Relations, Köln*
- *PR-Redakteur/in, Köln*
- *PR-Berater/in, Köln*
- *PR-Berater (m/w) in Hamburg*
- *PR-Berater/in, Hamburg*
- *Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt e-commerce/fashion, Hamburg*
- *Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Lifestyle/Wohnen, Hamburg*
- *Junior-PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *PR-Seniorberater/-in & PR-Juniorberater/-in, Hamburg*
- *PR-Junior Berater (m/w) Tourismus/Wintersport, Hamburg*
- *PR-Berater(m/w) mit Digital & Social Media Know How, Köln*
- *Junior Consultant für Klenk & Hoursch, München*
- *Senior-PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Gesundheitskommunikation (Rx/OTC), Frankfurt*

- *Volontär/Volontärin PR, Köln*
- *PR-Berater/-in / Account Manager PR in Hamburg*
- *Inhabergeführte PR-Agentur vergibt PR-Volontariat Bereich Mode & Kosmetik, Düsseldorf*
- *Team-Assistenz für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main*
- *PR-Seniorberater/-in Healthcare, Rheinland (Raum Düsseldorf/Köln)*
- *Assistent der Geschäftsleitung (m/w) Presse & PR im Bereich Mode/Lifestyle, München*
- *Trainee (w/m) mit Leidenschaft für Kommunikation, Frankfurt*
- *Junior-PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Gesundheitskommunikation, Frankfurt*
- *Juniorberater/in in Berlin*
- *(Senior) Account Manager (m/w), Frankfurt am Main*
- *PR/Social Media Manager (m/w), Hamburg*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*
- *Berater Consumer-PR (m/w) ab sofort in München*

Behörden (Öffentl.Dienst)

- *Sachbearbeiterin/Sachbearbeiter „Kommunikation und forstliche Öffentlichkeitsarbeit“, Bonn*
- *Zwei Sachbearbeiter/innen für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Bonn*
- *Referent (m/w) Hochschulkommunikation, Rosenheim*
- *Professur Kommunikationsmanagement (W2), Gelsenkirchen*

Unternehmen

- *PR Berater (m/w), Berlin*
- *Junior PR Manager/in, Berlin*
- *Senior PR Manager (m/w), München*
- *Mitarbeiter (w/m) Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Fischerhude (bei Bremen)*
- *Stellvertretende/n Leiter/in Unternehmenskommunikation, Freiburg*
- *Novartis Oncology sucht einen Communications Manager (w/m), Nürnberg*
- *Redakteur/Texter (w/m), Freiburg*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 15. September 2014 um 19:30 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.493 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 - Ressort: "SocialMedia"; Mathias Scheben, Andernach; Norbert

Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Riccardo Wagner, Köln - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg - Ressort: "Reputation Management".

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview": Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Kartte, Rahel Camps und Gunter Ortlieb (interviews@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, (muenchen@pr-journal.de); **Düsseldorf/Rhein-Ruhr:** Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept (duesseldorf@pr-journal.de); **Berlin/Potsdam:** Birgit Grigoriou, Berlin (berlin@pr-journal.de); **Hamburg/Norddeutschland:** Helge Weinberg, Hamburg, Helge Wein-

berg Strategie & Kommunikation (hamburg@pr-journal.de); **Frankfurt/M./Rhein-Main:** Marcus Eichhorn, Frankfurt am Main, BetterRelations (frankfurt@pr-journal.de).

Rezensionen: Annett Helbig, Hamburg; Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg; Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach; Manfred Piwinger, Wuppertal.

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; 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](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](#)