

## PR-Journal Newsletter

Nr. 452 / 50./51 KW 2014

### **Liebe Leserinnen und Leser,**

die vorliegende Ausgabe des „PR-Journal“-Newsletters ist die letzte für 2014. Wir möchten Ihnen für die Treue und konstruktive Begleitung im zu Ende gehenden Jahr danken und hoffen, dass wir Ihnen die nötigen Informationen und Impulse für Ihre Arbeit in der Kommunikationsbranche liefern konnten. Haben Sie Anregungen, Fragen, Wünsche? Wir freuen uns, auch im neuen Jahr von Ihnen zu hören! Der nächste Newsletter erscheint am 6. Januar – wie gewohnt morgens um 7.00 Uhr. Bis dahin versorgen wir Sie mit den neuesten Nachrichten aus der Branche tagesaktuell auf [unserer Website](#).

Das Team vom „PR-Journal“ wünscht Ihnen und Ihren Lieben ein frohes Weihnachtsfest und ein gutes, erfolgreiches Jahr 2015.

Ihr

Thomas Dillmann  
Chefredakteur

Gerhard A. Pfeffer  
Herausgeber

Seite 1

### **CEO-Image: Wirtschaftsjournalisten loben Reithofer und Zetsche**



Norbert Reithofer (Foto l.), BMW, und Dieter Zetsche (Foto r.), Daimler, sind gemeinsame Image-Spitzenreiter bei Wirtschaftsjournalisten. Nach einer Umfrage der Dr. Doebelin Wirtschaftsforschung GmbH unter 122 Wirtschaftsjournalisten von Ende November 2014 belegen die beiden Auto-CEOs unter den Führungskräften großer Unternehmen die Top-Plätze in der Summe der Einstufungen für die Reputations-Indikatoren „Kompetenz und Persönlichkeit“, „Strategischer Weitblick“,

„Offenheit gegenüber den Medien“ und „Sympathie“. Den Erfolg der Auto-Branche komplettiert Martin Winterkorn/VW auf dem dritten Rang. Norbert Reithofer kann damit im Abendrot seiner BMW-Karriere nochmals den Lohn für sein gutes Standing bei der Wirtschaftspresse einfahren. Bei Dieter Zetsche sorgt sein erfolgreiches Krisen-Management bei Daimler für den Respekt der Wirtschaftsjournalisten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **Klenk & Hoursch löst fischerAppelt als Leadagentur von Lego ab**



Die Lego GmbH stellt ihre Kommunikation für die DACH-Region nach einem umfassenden Suchprozess neu auf und baut neben dem langjährigen Partner rabach kommunikation, Hamburg, ab sofort auch auf die Klenk & Hoursch AG, Frankfurt am Main. Die partnergeführte Beratung für methodische Unternehmens- und Markenkommunikation übernimmt ab sofort die Funktion als PR Leadagentur der Lego GmbH für Deutschland, Österreich und die Schweiz von fischerAppelt. Damit liegt auch die Unternehmenskommunikation für den Spielzeugsteinhersteller im Verantwortungsbereich von Klenk & Hoursch.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **Berlinghoff wechselt von der Air Berlin Group zur Mainova AG**



Die Mainova AG in Frankfurt am Main fasst die Bereiche Kommunikation, Nachhaltigkeit, sowie Verbands- und Kommunalmanagement zusammen und bündelt damit ihre Kommunikationsaktivitäten, um den steigenden Anforderungen gerecht zu werden. Diesen neu geschaffenen Bereich wird Uwe Berlinghoff (Foto, 58) zum 1. Januar 2015 übernehmen und direkt an den Vorsitzenden des Vorstands, Constantin H. Alsheimer, berichten. Berlinghoff kommt von der Air Berlin Group, bei der

## Inhaltsverzeichnis

Der 452. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 28 Einzelmeldungen.

1. *CEO-Image: Wirtschaftsjournalisten loben Reithofer und Zetsche*
2. *Klenk & Hoursch löst Fischer Appelt als Leadagentur von Lego ab*
3. *Berlinghoff wechselt von der Air Berlin Group zur Mainova AG*
4. *Personalien compact - Agenturen (6) (50./51. KW-2014)*
5. *Personalien compact - Unternehmen (6) (50./51. KW-2014)*
6. *Personalien compact - Sonstige (1) (50./51. KW-2014)*
7. *Swiss setzt mit achtung! Zeichen für mehr Achtsamkeit*
8. *Etats compact (7) (50./51. KW-2014)*
9. *Kreativranking von „Horizont“: Jung von Matt erobert die Spitzenposition zurück*
10. *Agenturen compact (1) (50./51. KW-2014)*
11. *Agenturverband AIKA wählt neuen Vorstand*
12. *Deutsche Fachpresse sucht Fachmedien und Fachjournalisten des Jahres 2015*
13. *Medien compact (1) (50./51. KW-2014)*
14. *Wie sichtbar sind deutsche Agenturen im Social Web? – 2. Teil der Brandwatch-Analyse*
15. *Social Media-Studie: Mehr Nutzer, aber weniger Nutzung*
16. *Optimistisch-optimierte HTML-Tapete*
17. *Weihnachtsmenü, 4. Teil: Arme Ritter mit karameillierten Früchten*
18. *Internationaler PR-Kongress vom 7. bis 9. Mai am Bodensee*
19. *Bildung compact (2) (50./51. KW-2014)*
20. *Wie Spendenaufrufe wirken – Untersuchung von vier Spots*
21. *Studien compact (2) (50./51. KW-2014)*
22. *Stuttgart 21 & Co: Machbar ist nur, was vermittelbar ist*
23. *Lesehinweise compact (1) (50./51. KW-2014)*
24. *BCP Award geht in die nächste Runde*
25. *FleishmanHillard-Managerin leitet PR-Jury in Cannes*
26. *Mindestlohn gilt auch für Minijobber – BMA informiert ausführlich*
27. *WM im Ehefrauen-Tragen: Dieser und weitere Termine in „Diary 2015“*
28. *Tipps compact (1) (50./51. KW-2014)*
29. *Jobbörse*
30. *Impressum*

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site  
Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PRJ



**DAS  
ENTSCHEIDENDE  
WISSEN**

er in den letzten rund vier Jahren als Senior Vice President Communications die Verantwortung für alle Kommunikationsaktivitäten der zweitgrößten deutschen Airline einschließlich ihrer Töchter Fly-Niki und Belair sowie der Airberlin Technik trug.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Personalien

### Personalien compact - Agenturen (6) (50./51. KW-2014)

1. **GFD Finanzkommunikation erweitert Partnerkreis: Emmanuelle Bitton-Glaab und Jasmin Dentz** werden mit Wirkung vom 1. Januar 2015 neue Partner der Agentur GFD - Gesellschaft für Finanzkommunikation mbH in Frankfurt am Main. Beide waren zuvor als Director der Bereiche Public Relations mit Schwerpunkt auf ausländische Fondsgesellschaften (Bitton-Glaab) und Investor Relations und Finanzmedienarbeit (Dentz) für GFD tätig. Bitton-Glaab ist Diplom-Kauffrau (Trade Finance and Economics, Frankreich) und hat über 15 Jahre Erfahrung in der strategischen Finanzkommunikation. Dentz ist Diplom-Betriebswirtin und hat das Diplôme de l'École Multinationale des Affaires (Ecole de Management Bordeaux, Frankreich) abgeschlossen. Darüber hinaus ist sie Certified Investor Relations Officer (CIRO). Sie verfügt über eine langjährige Berufserfahrung in der strategischen Kommunikationsberatung.

2. **Schnorrenberg Partner bei rikutis consulting am neuen Standort Hamburg:** **Thomas Schnorrenberg** (38) ist neuer Partner im inhabergeführten Beratungsunternehmen rikutis consulting. Schnorrenberg baut für das Dienstleistungsunternehmen für Investor Relations und Unternehmenskommunikation, das seinen Hauptsitz in Borken hat, ab sofort den Standort Hamburg auf. Zuletzt leitete er die Bereiche IR und PR der im SDAX notierten Capital Stage AG. Schnorrenberg ist außerdem Autor des im Springer Gabler Verlag erschienenen Fachbuchs „Investor Relations Management“.
3. **Beab wird Geschäftsführer bei den dialogagenten in Wuppertal:** **Rolf Beab** (50) ist bei der Wuppertaler Marketingagentur dialogagenten zum Geschäftsführer aufgestiegen. Der studierte Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung ist seit rund drei Jahren in verantwortlicher Position in der Agentur; nun ist er Mitglied der Geschäftsführung. Beab gründete nach seiner erfolgreichen Karriere als Schwimmsportler ein IT-Unternehmen, in dem 60 Mitarbeiter im Bereich Software-Entwicklung und IT-Services beschäftigt waren, und war nach dessen Verkauf als Dienstleister im Bereich Software-Entwicklung und Projektmanagement für verschiedene Projekte und Kunden tätig.
4. **Health-Bereich von komm.passion erhält Verstärkung in Hamburg:** **Christiane Moormann** (36) und **Johanna Trautmann** (26) sind neue Mitarbeiterinnen im Hamburger Health Care Team der Kommunikationsagentur komm.passion. Moormann, die als Junior-Beraterin tätig ist, kommt von einer Kölner Agentur, wo sie im Bereich Fach-PR arbeitete. Trautmann ist Beraterin bei komm.passion, zuletzt war sie Trainerin und Beraterin im Bereich Social Media und E-Mail-Marketing. Damit arbeiten am Hamburger Standort von komm.passion 18 Mitarbeiter. Insgesamt beschäftigt die Agentur in Düsseldorf, Berlin und Hamburg rund 80 Kommunikationsspezialisten.
5. **Stefanie Jüptner**, bisher beim Bergsportspezialisten Salewa in Aschheim für den Bereich PR zuständig, wechselt zum 1. Januar 2015 zur Münchner Agentur Hansmann PR und wird dort zusammen mit dem Team um Geschäftsführer **Marcel Brunthaler** und Unit-Leiter Sport **Arne Schuber** weiterhin die Marke betreuen. Denn Hansmann PR zeichnet für den Markenrelaunch und die Multichannel-Kampagne „Get Vertical“ von Salewa verantwortlich.



6. **Wallrabenstein neuer Beiratsvorsitzender des Vereins für Netzpolitik:** **Axel Wallrabenstein**, Chairman der Public Affairs Agentur MSLGroup Germany, wurde als Beiratsvorsitzender des Vereins für Netzpolitik berufen. Der unionsnahe netzpolitische Thinktank cnetz hat am 4. Dezember einen neu geschaffenen Beirat berufen, der den Verein ab Januar 2015 bei dessen Arbeit unterstützen soll. Weitere Mitglieder des Beirates sind Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Verbänden, darunter auch CDU-Generalsekretär **Peter Tauber** und **Andreas Winiarski** von Rocket Internet.

### Personalien compact - Unternehmen (6) (50./51. KW-2014)

1. **Mattl wechselt als Director Internal Communications vom VDMA zu Opel:** **Katja Mattl** (43) wechselte Anfang Dezember vom Verband Deutscher Maschinen-Anlagenbau (VDMA) zu Opel in Rüsselsheim. Dort ist sie seit dem 1. Dezember Director Internal Communications & Media Bureau. Sie verantwortet unter anderem die interne Kommunikation, Pressearbeit, Social Media, Electronic Media sowie Issues Management und berichtet an den Geschäftsführer Kommunikation **Johan Willems**. Mattl folgt auf **Henrik Hannemann**, der das Unternehmen nach nur 18 Monaten auf eigenen Wunsch verlassen hat. Beim VDMA war Mattl erst seit Beginn des Jahres 2014 als Kommunikationsleiterin angestellt. Zuvor war sie sieben Jahre Leiterin Kommunikation der Division Powertrain von Continental.

2. **Nicole Feußahrens** (34) arbeitet ab dem 1. Januar 2015 als neue Pressereferentin für die Unternehmenskommunikation von Vandemoortele für Deutschland und Österreich in Herford. Sie wurde Nachfolgerin von **Birgit Kahle**, die den Bereich Kommunikation bei dem Nahrungsmittelproduzenten in den vergangenen Jahren aufgebaut hatte. Feußahrens kommt von der „Back-Journal“-Verlags-gesellschaft, wo sie seit 2008 in der Redaktion tätig war.
3. **Sebastian Heindricks** (38) ist als Nachfolger von **Adib Sisani** seit dem 1. Dezember neuer Pressesprecher bei der Targobank in Düsseldorf. Er berichtet an **Oliver Zilcher**, Leiter Unternehmenskommunikation. Heindricks Vorgänger Sisani verließ die Targobank bereits im Juni Richtung Goldman Sachs. Heindricks war vor seinem Wechsel seit 2012 Public Relations Strategy Manager und Pressesprecher für Bombardier Transportation.
4. **Aline Vedder** (28) unterstützt seit dem 1. November den Internetchub Rocket Internet in Berlin als Communications Managerin. Sie ist zuständig für die Kommunikationsarbeit verschiedener Rocket-Startups und berichtet an **Andreas Winiarski**, Senior Vice President Global Communications. Vedder arbeitete zuvor als Research Associate im Humanwissenschaftlichen Zentrum der Ludwig-Maximilian-Universität München.
5. **Porwolik wird Nachfolger von Roegner bei der Linde AG: Wie Ende November berichtet**, wird **Harry Roegner** zum Ende des Jahres als Kommunikationschef der Linde AG in München ausscheiden. Jetzt veröffentlichte der „PR-Report“ die Meldung, dass **Ulrich Porwolik** sein Nachfolger wird. Er soll Anfang des Jahres Unternehmenskommunikation, Investor Relations und Marketing übernehmen. Porwolik war zuvor unter anderem Leiter Kommunikation bei der Dresdner Bank und des Finanzinvestors Permira. Zuletzt war er mit einer eigenen Agentur als selbständiger Berater tätig.
6. **mSE Solutions in München mit neuer PR- und Marketingleiterin: Solveig Wehking** leitet ab sofort den Marketingbereich der mSE GmbH Management Solutions and System Engineering (mSE Solutions) in München. Sie kommt aus der Forschungsplanung der Fraunhofer-Gesellschaft und bringt Agentur-Erfahrungen sowie Social Media Expertise mit. Für mSE Solutions, eine der führenden Unterneh-



mensberatungen im Supply Chain Management, soll sie die Öffentlichkeitsarbeit ausbauen und das Markenprofil schärfen. Die Unternehmensgruppe hat Standorte in München, Lübeck, Singapur, Pittsburgh und Lübeck.

### Personalien compact - Sonstige (1) (50./51. KW-2014)

1. **Thamling wechselt von Havas PR zur Bundesagentur für Arbeit: Matthias Thamling** (32) unterstützt seit Dezember die Presse und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesagentur für Arbeit in Hamburg. Zuvor hat der studierte Politologe als PR-Berater die Kunden DMK Deutsches Milchkontor, die Stadtreinigung Hamburg und die Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation Hamburg bei der Agentur Havas PR betreut.

### Etats

### Swiss setzt mit achtung! Zeichen für mehr Achtsamkeit

Mehr Achtsamkeit, mehr Rückbesinnung auf das Gegenüber – was die Fluggesellschaft Swiss für sich zur Herzensangelegenheit erklärt hat, soll auch einem großen Publikum ins Bewusstsein gerufen

werden. Deshalb hat die Swiss AG eine aufsehenerregende Aktion gestartet: Sie tourt mit überdimensionalen Lichtinstallationen quer durch Europas Metropolen. Die von der Agentur achtung! entwickelte Tournee ist jetzt in London gestartet. Der



Lichtkünstler Gerry Hofstetter ließ dort überdimensionale Augenpaare aufmerksam vom London Observatory blicken (siehe Foto). Ein [YouTube-Film](#) zeigt weitere Eindrücke.

Die Augenpaare stammen von Swiss Flugbegleitern und sollen die Menschen zu mehr Sorgfalt im Umgang miteinander ermuntern. Nun werden weitere monumentale und bekannte Bauwerke folgen: Am 11. Dezember 2014 wird ein Zeichen für mehr Achtsamkeit in Hamburg gesetzt.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Etats compact (7) (50./51 KW-2014)

1. **antwerpes betreibt Patientenkommunikation für Dental-Unternehmen**  
Zahnersatzspezialist Flemming Dental GmbH, Hamburg  
was: Website, Social Media, Broschüren  
an: **antwerpes AG**, Köln
2. **We do entwickelt Kampagne für Medienratgeber für Familien**  
Initiative „Schau Hin! Was Dein Kind mit Medien macht.“, Berlin  
was: Kampagne für den Medienratgeber für Familien  
an: **We Do communication GmbH**, Berlin
3. **Hansmann PR geht mit Bergsportspezialist Salewa auf Gipfeltour**  
Bergsportspezialist Salewa, Bozen (Italien)  
was: Markenrelaunch und Multichannel-Kampagne „Get Vertical“  
an: **Hansmann PR**, München
4. **Hermann-Meier PR betreibt Pressearbeit für Yoga-Reiseanbieter**  
Indigourlaub GmbH, Linz (Österreich)  
was: Pressearbeit in Deutschland



an: **Angelika Hermann-Meier PR**, Diessen am Ammersee

5. **Mineralbrunnen Teinach setzt mit LässigMüller auf Glasflaschen**  
Mineralbrunnen Teinach GmbH, Kißlegg (Schwarzwald)  
was: Vernetzte Werbe- und PR-Maßnahmen zur Einführung von Glasflaschen  
an: **LässigMüller Werbeagentur GmbH & Co. KG**, Stuttgart
6. **Agentur Global Communication Experts verweist mit tropo**  
Reiseveranstalter tropo, Hamburg  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
an: **Global Communication Experts GmbH**, Frankfurt am Main
7. **Steuerberater werben mit Serviceplan um Nachwuchs**  
Bundessteuerberaterkammer, Berlin  
was: Nachwuchskampagne „Mehr als Du denkst“ für den Beruf des Steuerfachangestellten  
an: **Serviceplan Berlin**

## Agenturen

### Kreativranking Werbung: Jung von Matt erobert die Spitzenposition zurück

Im Kreativranking von „Horizont“, dfv Medien-gruppe, sicherte sich die inhabergeführte Kommunikationsagentur Jung von Matt den ersten Platz. Für die Gruppe sei diese Platzierung deutlicher

wichtiger als in anderen Jahren, so der oberste Kreative Jean-Remy von Matt: „Erstens, weil wir ein Jahr nicht dabei waren. Und zweitens, weil wir uns jetzt natürlich in Bestform zeigen wollen, wo wir im Automobilmarkt eine neue Herausforderung suchen.“ Jung von Matt machte in den den vergangenen Wochen vor allem durch die Verluste prominenter Etats wie Mercedes-Benz, „Bild“ und „Spiegel“ Schlagzeilen.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Agenturen compact (1) (50./51. KW-2014)

1. **100 Gäste beim Performance Publishing Symposium der Agentur mpm:** Die Mainzer Agentur mpm freute sich über 100 Besucher, die der Einladung zum „Performance Publishing Symposium 2014“ folgten. In der Mainzer Coface Arena reichte das Vortragsspektrum von **Content Marketing** über den Einsatz eines **Redaktionssystems** und **Mitarbeiterkommunikation 2.0** bis zu **Corporate Reporting**. Dabei stellte mpm mit ihrem Performance Publishing einen übergreifenden Ansatz vor, um eine nahtlose Kommunikation über alle Medienkanäle hinweg umzusetzen.

## Organisationen

### Agenturverband AIKA wählt neuen Vorstand



Der neue Chef ist der alte: Carsten Lange (49), Geschäftsführer der Lange + Pflanz Werbeagentur GmbH in Speyer, wurde bei der Mitgliederversammlung der Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA) in Frankfurt als Vorsitzender bestätigt. Neu in den Vorstand gekommen ist Michael

**Die nächste  
Budgetrunde  
kommt  
bestimmt.**

**Mehr Effizienz  
mit Lautenbach Sass.**

Telefon + 49 69 257 82 65 - 0  
www.lautenbachsass.de

Wahrheit (Wahrheitsdesign GmbH, Remshalden), der künftig zusammen mit Lange und den bisherigen Vorständen Hendrik Schunicht (Arts & Others Communication GmbH, Bad Homburg), Sigrid Beiseken (selektiv media GmbH, Frankfurt) und Uwe Roth (Standpunkt Kommunikation GmbH, Dortmund) die Geschicke des Verbandes lenken wird. Olaf Bujard und Thomas Zankl (Kommunikationz GmbH) sind aus dem Vorstand ausgeschieden. *Auf dem Foto der neue AIKA-Vorstand (v.l.n.r): Michael Wahrheit, Carsten Lange, Sigrid Beiseken, Uwe Roth, Hendrik Schunicht.*

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Medien

### Deutsche Fachpresse sucht Fachmedien und Fachjournalisten des Jahres 2015

Sie stehen für Vielfalt, Mut zu Neuem und Kompetenz: Wie das Innovationsspektrum herausragender Fachmedien und ausgezeichnete fachjournalistische Expertise aussehen, das zeigen jährlich die

Gewinner der Awards „Fachmedium des Jahres“ und „Fachjournalist des Jahres“. Ab sofort können sich Fachmedienhäuser und Fachjournalisten wieder für die begehrten Branchenawards bewerben. Zwei unabhängige Expertenjurys bewerten die Einreichungen. Einsendeschluss für Bewerbungen ist am 6. Februar 2015. Die Preisvergabe erfolgt für beide Branchenawards erfolgt am 20. Mai 2015 im Rahmen des Kongresses der Deutschen Fachpresse

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Medien compact (1) (50./51. KW-2014)

1. **Prange wird neuer Textchef bei der „WirtschaftsWoche“:** Sven Prange (32) wechselt zum 1. Januar 2015 vom „Handelsblatt“ als Textchef in die Redaktion der „WirtschaftsWoche“. Er übernimmt dort in direkter Absprache mit der Chefredaktion die konzeptionelle und textliche Verantwortung für die Titelgeschichten des Wirtschaftsmagazins. Die Position wird neu geschaffen und soll über die Ressortgrenzen hinweg die erzählerische und journalistische Qualität der Titelgeschichten des Blattes und seiner Digital-Kanäle weiter verbessern. Prange ist derzeit noch als Chefreporter beim „Handelsblatt“ tätig und verantwortet dort als Ressortleiter die Wochenend-Titel.

## Social Media

### Wie sichtbar sind deutsche Agenturen im Social Web? – 2. Teil der Brandwatch-Analyse

Das Update des Social Media Reports zeigt eine spannende Entwicklung bei deutschen Agenturen: Twitter gewinnt, Owned nimmt ab, Earned legt zu. Die Agenturen punkten vor allem mit dem Posten von Fotos in der Twitter-Community. Neu im Report: Die Channel-Analyse der 217 Agenturen aus dem BVDW Internetagentur-Ranking. Brandwatch, ein internationaler Anbieter für Social Media Analytics und Listening, veröffentlicht jetzt ein Update zum

### Welche Kommunikationskrisen wirklich gefährlich sind - und welche nicht

Wann müssen in der Krisenkommunikation die Alarmglocken besonders laut klingeln? Und bei welchen Themen ist eher damit zu rechnen, dass sich eine Krise nicht aufschaukelt? Krisenkommunikatoren haben dazu ihr ganz eigenes Bauchgefühl.

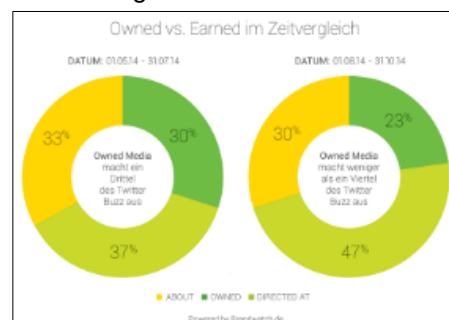
Jetzt gibt es eine **wissenschaftliche Untersuchung**, wann Kommunikationskrisen besonders gefährlich für Unternehmen sind. Lesen Sie hier, wo die größten Gefahren lauern. Ein Gastbeitrag im **Krisen-Blog** [www.medien-gau.de](http://www.medien-gau.de) von Max Backhaus und Samuel Stähler, wissenschaftliche Mitarbeiter von Professor Dr. Marc Fischer in der Universität zu Köln.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Report „Wie sichtbar sind deutsche Agenturen im Social Web“ vom September 2014 ([wir berichteten](#)) und stellt fest: Deutsche Agenturen sind präsenter auf Twitter als im ersten Reportzeitraum und punkten bei ihrer Community vor allem mit dem Teilen von Fotos. Die Belohnung für die Mühe zeigt sich in Form von Retweets sowie @-Mentions, in denen die Agenturen direkt adressiert werden. Hier konnten deutsche Agenturen deutlich zulegen, was auf ein sehr gutes Verhältnis zwischen Owned und

Earned hinweist.

*Grafik: Zwischen August und Oktober haben die deutschen Agenturen*



*rund 23 Prozent des Online-Buzz auf Twitter selbst produziert. Damit ist der Owned Media-Anteil um etwa sieben Prozent zurückgegangen.*

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Social Media-Studie: Mehr Nutzer, aber weniger Nutzung

Facebook ist zwar weiterhin die Nr. 1 unter den Sozialen Medien in Deutschland - aber der Anteil der User, die das Netzwerk tatsächlich aktiv mit Inhalten füllen, ist stark gesunken. Nur noch 38 Prozent der Social-Media-Nutzer in Deutschland verwenden Facebook überwiegend aktiv in ihrer Freizeit - 2013 waren es noch 47 Prozent, 2012 sogar 58 Prozent. Das zeigt der online-repräsentative „Social Media Atlas 2014/2015“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor.

### Nutzung der beliebtesten Social Media-Angebote in den Jahren 2014 und 2013.

|                 | eher aktiv |      | eher passiv |      | gar nicht |      |
|-----------------|------------|------|-------------|------|-----------|------|
|                 | 2014       | 2013 | 2014        | 2013 | 2014      | 2013 |
| <b>Facebook</b> | 38 %       | 47 % | 55 %        | 45 % | 7 %       | 8 %  |
| <b>YouTube</b>  | 16 %       | 17 % | 70 %        | 70 % | 14 %      | 13 % |
| <b>Foren</b>    | 16 %       | 21 % | 30 %        | 33 % | 54 %      | 46 % |
| <b>Google+</b>  | 12 %       | 12 % | 31 %        | 29 % | 57 %      | 59 % |
| <b>MyVideo</b>  | 4 %        | 6 %  | 31 %        | 34 % | 65 %      | 60 % |

Tabelle: Nutzung in der Freizeit (ohne berufliche Nutzung) 100% = Alle Social-Media-Nutzer in Deutschland ab 14 Jahren, N 2014: 2.363; N 2013: 2.555

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Rezensionen

### Optimistisch-optimierte HTML-Tapete



*Ich träume von einem Büro mit HTML-Code an der Wand.  
Unformatiert. Clean.  
Schönes 50-prozentiges Grau auf weiß.  
Es beruhigt. Es gibt Sicherheit.  
Es ist ehrlich.*

Ranking, Usability, SEM, Newsletter, Google Adwords, Linkbuilding, Video-Marketing, Adsense,



Offpage-Optimierung, Conversion-Rate, E-Mail: Für die wenigsten hat Suchmaschinenoptimierung einen ästhetischen Reiz. Dennoch reden alle davon. Alle wollen es. Und alle verstehen nur einen Bruchteil dessen, was genau sich hinter SEO verbirgt. Sie nehmen sich nicht die Zeit, hinter die Kulissen der Website, in die Stille der Programmiersprache zu blicken. Schade eigentlich. Aber offen gestanden auch nur teilweise notwendig ...

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Norbert: Gerüchte+Gerichte

### Weihnachtsmenü, 4. Teil: Arme Ritter mit karamellisierten Früchten



(nsb) Die Namen mancher Gerichte zeugen von viel Humor: Im Spätmittelalter kamen mannshohe Schutzschilde auf, hinter denen sich die Turniergegner vollständig verbergen konnten. Sie bestanden aus Latten und Brettern von Pappelholz, waren mit Stoff oder Leder bespannt und oft reich verziert. Das konnten sich nur wohlhabende Adlige leisten. Eine Scheibe altbackenes Brot, in Milch mit Ei gewälzt und gebacken, das sah aus wie eine Miniaturausgabe eines solchen Schildes – es war eine Speise der Armen. Voller Ironie nannte man sie „Arme Ritter“.



Dabei geht die Geschichte dieser Verwertung alt gewordenen Brots viel weiter zurück. Ein Kochbuch aus römischer Zeit beschreibt ein ganz ähnliches Rezept. In ganz Europa gibt es Varianten, mal süß, mal pikant. In Frankreich kennt man sie als „pain perdu“, in Kanada werden sie als „french toast“ mit Ahornsirup gegessen. In Österreich heißen sie „Pavesen“ – und in diesem Wort klingt der Name der italienischen Stadt Pavia an, die für die Kunstfertigkeit ihrer Schildemacher bekannt war.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*



## Termine

### Internationaler PR-Kongress vom 7. bis 9. Mai am Bodensee

 Innovation ist das zentrale Thema der European Communications Convention '15 (ECC), die vom 7. bis 9. Mai am östlichen Bodensee, in Lindau, Bregenz und im Würth-Haus Rorschach stattfinden wird. Nach Auskunft der Veranstalter geht es dabei sowohl um PR für Innovationen als auch um innovative PR-Ansätze und - last not least - um Innovationsmanagement. In Referaten, Diskussionen und Workshops werden internationale Experten aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, USA, Russland und anderen Ländern über ihre Erfahrungen berichten. Das „PR-Journal“ ist neben dem Video-Distributions-Portal TheNewsMarket Medienpartner der ersten Stunde.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Bildung

### Bildung compact (2) (50./51. KW-2014)

1. **Studienstarts am 9. und 30. Januar an der BAW in München:** Die Bayerische Akademie für Werbung und Marketing München (BAW) startet am **9. und 30. Januar 2015** in einen

neuen Zyklus von gleich **sechs verschiedenen Studiengängen**. Einige letzte Studienplätze sind noch zu vergeben. In Nürnberg beginnen am 9. Januar die Wochenendstudiengänge **Kommunikation** und **Werbefachwirt**. In München beginnen ab dem 30. Januar die berufsbegleitenden Studienangebote **Marketing, Sport-Marketing, Dialogmarketing** und **Medienmarketing**. Weitere Informationen und die Bewerbungsunterlagen finden sich auf der [BAW-Website](#).

2. **Neuer Masterstudiengang Corporate Communications in Osnabrück:** Die Hochschule Osnabrück bietet ab dem **Sommersemester 2015 den neuen berufsbegleitenden Masterstudiengang „Corporate Communications“** an. Er richtet sich an Berufstätige in Unternehmen, Agenturen und anderen Organisationen, die in der Unternehmenskommunikation oder in angrenzenden Managementfunktionen wie Personal, Controlling, Investor Relations oder Marketing tätig sind. Mehr als 30 Dozenten aus Wissenschaft und Praxis konnten für die Lehre in dem auf fünf Semester angelegten Masterprogramm gewonnen werden. Weitere Informationen auf der [Website zum Studiengang](#).



## Studien

### Wie Spendenaufrufe wirken – Untersuchung von vier Spots

Weihnachtszeit ist Spendenzeit – und die großen Hilfsorganisationen werben dieser Tage auch im TV besonders intensiv für ihre gemeinnützigen Anliegen. Aber wie kommt die Kommunikation für wohltätige Zwecke eigentlich bei den potentiellen Spendern an? Die Facit Gruppe, ein eigenständiges und unabhängiges Institut für strategische Marktforschung und Beratung, hat im Rahmen einer neurowissenschaftlichen Studie „in die Köpfe“ von 220 Verbrauchern geschaut und Spots von Aktion Mensch, dem Deutschen Kinderverein, SOS Kinderdörfer und Unicef analysiert. Einige Ergebnisse: Die motivierenden, positiv gestalteten Spots von Aktion Mensch und Unicef wecken eine hohe persönliche Relevanz und Aufmerksamkeit bei den Probanden. Besonders hilfreich sind hierfür involvierende Elemente, die den Zuschauer miteinbeziehen – etwa das Voiceover „In den vergangenen 50 Jahren konnten wir gemeinsam vieles verändern“ bei Aktion Mensch oder die direkte Ansprache mit Blick in die Kamera von Dirk Nowitzki: „Sie können das auch“ im Unicef-Spot.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Studien compact (2) (50./51. KW-2014)

1. **Befragung zum Thema Marketingkommunikation in Deutschland:** Deutschland ist schwer zu verstehen. Social Media spielt eine untergeordnete Rolle. Fachmedien liefern gute Qualität und die Arbeit deutscher Kommunikationsagenturen kommt gut an. Das ist – grob verkürzt – das Bild, das international agierende Unternehmen von Deutschland haben. Die **MarCom-Agentur Lucy Turpin Communications (LTC)**, München, **befragte Ende November 17 internationale Marketing- und Kommunikationsprofis über deren Erfahrungen in Sachen Marketingkommunikation** für Deutschland. Die Einzelergebnisse der



Befragung finden sich auf der [Website von Lucy Turpin](#).

2. **Umfrage: Fondskäufer interessieren sich wenig für Pflichtdokumente.** Gesetzlich vorgeschriebene Verkaufsdokumente wie der **Wertpapierprospekt** oder die **Wesentlichen Anlegerinformationen (KIID)** spielen für Fonds-Investoren in Deutschland nur eine untergeordnete Rolle. **Dies ist das Ergebnis einer von ergo Kommunikation, Köln, in Kooperation mit „finanzen.net“ und „fundinfo“ durchgeführten Befragung von 1.004 Anlegern.** Die KIID halten nur 41 Prozent der Privatanleger und 49 Prozent der professionellen Investoren für mindestens „wichtig“. Noch schlechter sieht es für Wertpapierprospekte aus. Diese halten nur 22 Prozent der Privatanleger und 42 Prozent der Profis für „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Weitere Informationen auf der [Ergo-Website](#).

## Lesehinweise

### Stuttgart 21 & Co: Machbar ist nur, was vermittelbar ist



Große Infrastrukturprojekte lösen zunehmend gesellschaftliche Empörungswellen aus. Der Springer Wissenschaftsverlag hat zum Diskurs über Akzeptanz und Bürgerbeteiligung in der modernen Medien- und Protestgesellschaft ein

neues Buch veröffentlicht. Der Sammelband bietet wissenschaftliche Zugänge zu Akzeptanz, Vertrauen, Transparenz und Legitimation von großen Infrastrukturprojekten in der modernen Medien- und Protestgesellschaft. Darüber hinaus beschreiben die Beiträge konkrete Fallbeispiele für Konflikte in Wirtschaft, Kultur und Politik sowie praktische Methoden und Verfahren zur Erlangung besserer Akzeptanz. Einer der Herausgeber ist Günter Bentele, von 1994 bis 2014 war er Professor für Öffentlichkeitsarbeit / Public Relations am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Lesehinweise compact (1) (50./51. KW-2014)

1. **GWA Effie Cases 2014 im FAZ-Shop erhältlich:** Der **Gesamtverband Kommunikationsagenturen** hat die **48 GWA Effie Sieger- und Finalistenkampagnen 2014** mit dem **Frankfurter Allgemeine Buch Verlag** online veröffentlicht. Die beiden Effie Gold Gewinner „Trink 'ne Coke mit...“ von Scholz & Volkmer, MediaCom, Mediacom Interaction, Ogilvy & Mather, fischerAppelt relations, Wonderlandmovies, brandnewmusic und Roth & Lorenz für Coca-Cola und „Der Hornbach Hammer“ von Heimat Werbeagentur für Hornbach Baumarkt sowie alle weiteren Cases stehen ab sofort einzeln im FAZ-Shop zur Verfügung. In der [Best of Effie Datenbank finden sich alle Links zu den einzelnen Kampagnen](#).

## Preise und Awards

### BCP Award geht in die nächste Runde



Der BCP Best of Corporate Publishing geht in die nächste Runde: Ab dem 7. Januar können sich Unternehmen und Dienstleister für Corporate Publishing und Content Marketing mit ihren Publikationen für den BCP 2015 bewerben. Bereits zum dreizehnten Mal zeichnet das Forum Corporate Publishing

(FCP) gemeinsam mit den Fachmedien „Acquisa“, „Horizont“, „W&V“, „Werbewoche“ und „Persönlich“ die besten Unternehmensmedien aus. Die Neuerung für 2015: Einige Kategorien neu definiert und aufgeschlüsselt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## FleishmanHillard-Managerin leitet PR-Jury in Cannes



Das 62. Internationale Cannes-Kreativitätsfestival vom 21. bis zum 27. Juni 2015 wirft seine Schatten voraus. Denn schon jetzt wurden die 15 Jury-Präsidenten benannt. Am 11. Dezember wurden die Namen der Experten bekannt gegeben, die in den 15 Kategorien die Jury-Arbeit für die begehrten „Cannes Lions“ leiten. Für die PR-Jury wurde Lynne Anne Davis (*Foto*), President and Senior Partner von FleishmanHillard Asia Pacific, ausgewählt. Die erfolgreiche PR-Managerin ist verantwortlich für drei Unternehmensmarken und 19 Agenturstandorte in zehn Ländern. Unter ihrer Führung wurde FleishmanHillard in den vergangenen zehn Jahren fünf Mal zum „Netzwerk des Jahres“ in der Region Asia-Pacific von drei verschiedenen Juries ausgezeichnet. Deutsche Vertreter wurden nicht mit der Arbeit als Jury-Vorsitzende betraut

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Tipps

### Mindestlohn gilt auch für Minijobber – BMA informiert ausführlich



Nur noch wenige Tage, dann ist es soweit. Der Mindestlohn kommt zum 1. Januar 2015. Für alle Arbeitgeber, die hier organisatorisch noch Hand anlegen müssen, bietet das Bundesarbeitsministerium (BMA) Hilfestellung. Das Ministerium von Andreas Nahles (SPD) hat eine Broschüre

veröffentlicht, die die wesentlichen Fragen beantwortet. Sie kann direkt auf der [eigens eingerichteten Website](#) eingesehen und bestellt werden. Zusätzlich hat das Ministerium eine Telefonhotline eingerichtet, die allen Informationssuchenden unter der Rufnummer 030 / 60 28 00 28 montags bis donnerstags von 8:00 bis 20:00 Uhr offen steht. Wussten Sie übrigens, dass der Mindestlohn auch für Minijobberinnen und Minijobber gilt? Auch in dieser Art von Beschäftigungsverhältnis, darf der Mindestlohn von 8,50 Euro pro Stunde nicht unterschritten werden. Deshalb werden Arbeitgeber künftig verpflichtet sein, Beginn, Dauer und Ende der täglichen Arbeitszeit genau zu protokollieren und die Aufzeichnungen dazu über den gesamten Zeitraum der Beschäftigung aufzubewahren.

## WM im Ehefrauen-Tragen: Dieser und weitere Termine in „Diary 2015“



2015 findet die Fußball-WM der Frauen in Kanada statt. Fast zeitgleich messen sich Männer in Finnland bei der WM im Ehefrauen-Tragen, der G7-Gipfel kommt nach Deutschland, es ist Jahr des Lichts, der „Grüne Punkt“ feiert seinen 25. Geburts-

tag gemeinsam mit Kollege „Gelber Sack“, Angelina Jolie wird 40, Mailand richtet die Weltausstellung aus, Elvis Presley fehlt bei der Party zu seinem 80. Geburtstag, in London gehen Menschen ohne Hose in die U-Bahn, der „Tag der Schwiegermutter“ steht genauso an wie der „Tag der Zahnfee“ oder der „Welt-Fernsehtag“ und Albert Einsteins Relativitätstheorie feiert 110. Jubiläum. Sollten diese Ereignisse und Termine für Sie als Journalist, Redakteur, Mitarbeiter einer PR-Agentur und Kommunikations-Experte auf Unternehmensseite von Relevanz sein, dann hilft im kommenden Jahr die Termin- und Ereignisvorschau „Diary 2015“ bei der Arbeit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Tipps compact (1) (50./51. KW-2014)

1. **CRM-Lösung cobra erscheint 2015 mit neuen Features:** Im kommenden Jahr erscheint eine neue Version der CRM-Lösung cobra. Das Konstanzer Unternehmen cobra computer's brainware GmbH verspricht für die **Software neue Features, eine moderne Oberfläche und weitere nützliche Funktionen rund um die Verbindung zu Outlook.** Zum 30-jährigen Bestehen erscheinen die Produkte cobra Adress Plus, cobra CRM Plus, cobra CRM Pro und cobra CRM BI allesamt in einer Jubiläumsversion.

## Jobangebote

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

### GESUCHE

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

### ANGEBOTE (59)

Volontariat/Trainee

Die 16 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- *Junior PR-Berater/-in, Frankfurt am Main*
- *Consultants (m/w) für Berlin*
- *Senior-PR-Berater (m/w) oder PR-Berater (m/w), München*
- *PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Food&Fashion, Stuttgart*
- *PR-Juniorberater/-in & PR-Assistent/-in, Hamburg*
- *Senior PR Berater/in für Luxushotellerie, Hamburg*

- Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Lifestyle & Wohnen, Hamburg
- PR-Berater (m/w), Münster
- Junior Account Manager PR – Schwerpunkt Corporate, Hamburg
- Junior Account Manager PR - Schwerpunkt FMCG, Hamburg
- Volontariat in Hamburg
- PR Berater/in für Atomic PR in München
- Neuer Sous Chef für storykitchen - ab Februar 2015, München
- Junior Berater (w/m) Unternehmenskommunikation, Hamburg
- PR Consultant (m/w), Wiesbaden
- PR-Berater/in mit Schwerpunkt Mobilität & Technik, Tübingen
- PR Trainee Text (m/w) mit Schwerpunkt Mobilität/Technik, Tübingen
- PR-Trainee (m/w) für Wellness-Hotellerie/Reise, zw. München & Augsburg
- Junior-PR-Berater (m/w) mit Leidenschaft für Food-Themen, Hamburg
- PR-Volontär/-in, Köln
- Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main
- Consultants (m/w) für Berlin und Leipzig
- Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Finanzthemen, Hamburg
- PR-Volontär (m/w) Schwerpunkt Finanzthemen, Hamburg
- PR-Berater (m/w), Köln
- Junior PR-Berater (m/w), Köln
- Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)

#### Behörden (Öffentl.Dienst)

- Referentin / Referent für Pressearbeit und Corporate Publishing, Marburg
- Redenschreiber und Kommunikationsspezialist (m/w) Präsidialbüro EPA München (DE)
- Referent (m/w) für Industrie und Energiepolitik, Berlin
- Referent (m/w) für internationale Wirtschaftspolitik, Berlin

#### Unternehmen

- Experte (w/m) Finanzkommunikation, Köln
- Referent (w/m) interne Kommunikation, Köln
- Regional Director Communications East & Central Europe, Wien
- Leiter Kommunikation (m/w), Rheinland

- Referent/in interne Kommunikation, Freiburg
- Global Public Relations Manager (m/f), Darmstadt
- Trainee (m/w) Unternehmenskommunikation, Berlin
- Director Communications (m/w), München
- Novartis Oncology sucht einen Communications Manager (w/m), Nürnberg
- Redakteur/Texter (w/m), Freiburg

#### Verbände (Non-Profit)

- PR-Volontär/in Strategie und Kommunikation, Düsseldorf

---

#### Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 15. Dezember 2014 um 19:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.883 Empfänger** versandt.

---

## Impressum

---

**Gründer + Herausgeber:** Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg (seit 2004/1996), ([pfeffer@pr-journal.de](mailto:pfeffer@pr-journal.de)), Chefredakteur von 11/2004 bis 04/2014

**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](mailto:dillmann@pr-journal.de)),

**Postadresse:** Linzer Straße 72 b, 53604 Bad Honnef, Telefon: 02224

901616, Telefax: 02224 901615, Mobil: 0171

3326139. Mathias Scheben, Andernach; Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen - Rubrik:

„Norbert: Gerüchte + Gerichte“; Riccardo Wagner, Köln - Ressort: „CSR + Reputation“.

**Redaktionsrubrik „Das PR-Interview“:** Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Kartte, Rahel Camps und Gunter Ortlieb.

**Rubrik „PR-Websitecheck“:** Lan Anh Nguyen, Hannover, ([nguyen@prsh.de](mailto: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](mailto:karriere@pr-journal.de)).



**Korrespondenten:**

**Internationales:** Thomas Achelis, München, Achelis & Partner;

**USA:** Dr. Markus Lemmens, New York

**Neuseeland:** Linda Sasse, Wellington

**München / Oberbayern:** Frederic Sturm, München;

**Düsseldorf / Rhein-Ruhr:** Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept;

**Köln / Bonn / Aachen:** Riccardo Wagner, Köln, BetterRelations;

**Berlin / Potsdam:** Birgit Grigoriou, Berlin;

**Hamburg / Norddeutschland:** Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation;

**Frankfurt a.M. / Rhein-Main:** Marcus Eichhorn, Frankfurt am Main, BetterRelations.

**Rezensionen:** Annett Helbig, Hamburg ([helbig@mastermedia.de](mailto:helbig@mastermedia.de)); 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:** <http://www.pr-journal.de/fotos.html>.

**Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:** Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (Anschrift + Telefon siehe nachfolgend), E-Mail: [anzeigen\[at\]pr-journal.de](mailto:anzeigen[at]pr-journal.de).

**Anschrift:**

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg  
Telefon: 02241 2013060, Telefax: 02241 2013061,  
Mobil: 0160 94635777  
E-Mail: [redaktion@pr-journal.de](mailto:redaktion@pr-journal.de)  
URL: [pr-journal.de](http://pr-journal.de); [pr-journal.at](http://pr-journal.at); [pr-journal.ch](http://pr-journal.ch); [pr-journal.com](http://pr-journal.com); [pr-journal.info](http://pr-journal.info); [pr-journal.net](http://pr-journal.net); [agenturcafe.de](http://agenturcafe.de); [neues-prportal.de](http://neues-prportal.de); [pr-journal.de/newsletter/archiv.html](http://pr-journal.de/newsletter/archiv.html).

Auflage 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.

**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](#)