

NEWSLETTER 550

08. KW 2017

- ++ ams-ChR wird Skoda-Kommunikationschef ++
- ++ fischerAppelt: 16 % Plus und Holterhoff wird Finanzvorstand ++
- ++ Geschichte von Red Bull – Storytelling auf Corporate Website ++
- ++ Mommert-Kommentar: Lügen haben große Reichweite ++

TOP MELDUNGEN

Ketchum Pleon trennt sich von 18 Mitarbeitern – trotz verschiedener Etatgewinne →



Ketchum Pleon baut um. Knapp acht Monate nach dem Start von Victoria Wagner (Foto) als CEO der Nummer 2 am deutschen PR- und Kommunikationsagen-

tur-Markt wird ihre Handschrift erkennbar. Sie will ein Dienstleistungsunternehmen schaffen, das flexibler, reaktionsschneller und innovativer auf Kundenwünsche und eine sinkende Vorhersehbarkeit des Geschäfts reagieren kann. „Ich habe mir seit dem Sommer des vergangenen Jahres angeschaut, wie wir aufgestellt sind und was unsere Kunden von uns erwarten. Ich bin zu dem Schluss gekommen, dass wir eine responsive Agentur werden müssen, die zuhört und konsequent schnell auf Kundenwünsche reagieren kann. Innerhalb unserer Organisation will ich ‚customized agencies‘ schaffen“, erklärte Wagner im Gespräch mit dem „PR-Journal“. Der überraschende Schluss daraus für Ketchum Pleon: 18 von rund 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern müssen gehen, obwohl neue Etats gewonnen wurden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Influencer Marketing: Wenn „Schrotflinten“ auf Hard Facts und ein gesundes Bauchgefühl treffen →



Influencer Marketing und Influencer Relations sind längst zu einem festen Bestandteil im PR-Mix eines Unternehmens geworden. War der Einsatz von Mei-

nungsmachern zum Aufbau einer Online-Community anfangs auf FMCG, Lifestyle, Fashion und Technologie reduziert, sind Influencer in Segmenten wie Healthcare, Finanzen sowie Tourismus mittlerweile ebenfalls etabliert. „Influencer Marketing ist für jede Marke spannend. Meinungsführer gibt es überall“, sagt Vincent Nicolai (Foto), Geschäftsführer bei Buddybrand, einer Berliner Agentur, die auf Social Media spezialisiert ist. Die Budgets steigen, das Betätigungsfeld wird breiter, die Zahl der Influencer wächst rasant und diversifiziert sich immer weiter – etwas Besseres kann den im digitalen Bereich gut aufgestellten Agenturen kaum passieren, da sich damit auch der Beratungsbedarf auf Unternehmensseite deutlich erhöht. Nur schießen auch die Preise der Influencer längst durch die Decke.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 550. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 27 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1
Ketchum Pleon trennt sich von 18 Mitarbeitern – trotz verschiedener Etatgewinne →	1
Influencer Marketing: Wenn „Schrotflinten“ auf Hard Facts und ein gesundes Bauchgefühl treffen →	1
Personalien	3
Chefredakteur der „auto motor sport“ wird Kommunikationschef bei Skoda →	3
Trauer um Public Affairs-Fachfrau Claudia Conrad-Kreml →	3
Personalien compact - Agenturen (1) (08. KW-2017) →	3
Personalien compact - Sonstige (4) (08. KW-2017) →	4
Personalien compact - Unternehmen (5) (08. KW-2017) →	5
Etats	6
ADAC-Herausforderer JimDrive entscheidet sich für „Angreifer-Agentur“ achtung! →	6
Etats compact (12) (08. KW-2017) →	6
Agenturen	7
Rekordjahr: fischerAppelt wächst um 16 Prozent und beruft Holterhoff zum Finanzvorstand →	7
Agenturen compact (1) (08. KW-2017) →	8
Organisationen	8
Salomé Ramseier neu im HarbourClub-Vorstand →	8
Organisationen compact (1) (08. KW-2017) →	9
Branche	9
Branche compact (1) (08. KW-2017) →	9
Medien	9
Medien-Start-up piqd baut sein Angebot für betreutes Lesen aus →	9
Deutscher Presserat zieht Bilanz 2016 – Jahresbericht erschienen →	10
Medien compact (1) (08. KW-2017) →	10
CSR + Reputation	10
Michael Otto erhält den „Deutschen CSR-Preis für herausragendes CSR-Engagement“ →	10
Social Media	11
Nutzer-Erosion: Facebook hat ein Generationen-Problem →	11
Studie: Indischer Premierminister Narendra Modi hat die meisten Facebook-Anhänger →	11
Autoren-Beiträge	11

Einmaleins der Krisen-PR: meide Arbeitsgerichtprozesse! →	11
Sprache in der PR: Wortfetzen	12
Die Geschichte von Red Bull – Storytelling auf der Corporate Website →	12
Kommentare	12
Mummert-Kommentar: Lügen haben große Reichweite →	12
Rezensionen	13
Rezension: „Höllennritt Wahlkampf“ von Frank Stauss - 25 Jahre SPD-Wahlkampagnen →	13
Rezension: eBook „Guerilla Marketing für Kreative“ hinterlässt Denkanstöße und Fragezeichen →	13
Termine	13
scoopcamp 2017 – Innovationskonferenz für Medien geht am 28. September in die neunte Runde →	13
10. Kliniksprechertag in Münster im Zeichen der Qualitätsdebatte →	14
Seminare	14
DAPR pro-Seminare im März und April →	14
Studien	14
Umfrage 2017: „Die Zukunft der Mitarbeiterzeitung“ →	14
European Communication Monitor 2017 gestartet →	15
Preise und Awards	15
Sieben Dinge, die beim PR-Preis 2017 anders werden →	15
German Stevie Awards: Zahlreiche Gewinner aus der PR- und Kommunikationsbranche →	15
Best Brands 2017: BMW, Coca-Cola, Duplo und Tesla sind die diesjährigen Gewinner →	16
Preise und Awards compact (1) (08. KW-2017) →	16
Jobangebote	17
Angebote (39)	17
Impressum	18

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site Ihr Gerhard Pfeffer i.V. für Thomas Dillmann (im Rheinland ist Rosenmontag) und das Team vom PR-Journal

P.S.: Wie gefällt Ihnen unsere neue „PR-Journal“-Startseite – mit Slidern für die aktuellen fünf Meldungseinträge und die Startseiten für unsere „PR-Journal-Plus“-Werkstatt, den monatlichen PRJ-Podcast und zur Newsletter-Anmeldung? Auch an einer besseren Darstellung des Schriftbildes unseres Textbereichs arbeiten wir... Ihre Vorschläge nehmen wir gerne entgegen.

PERSONALIEN

Chefredakteur der „auto motor sport“ wird Kommunikationschef bei Skoda →



Nach dem Wechsel von Peik von Bestenbostel von Skoda zur Marke VW nach Wolfsburg (**wir berichteten**) sickerte nun durch, wer sein Nachfolger bei Skoda

werden soll. Nach Informationen des Fachtitels „Automobil Produktion“ und des „PR Reports“ steht der Chefredakteur von „auto motor sport“, Jens Katemann (43, Foto © ams), vor einem Wechsel in die Unternehmenskommunikation von Skoda. Im April soll Katemann seine neue Aufgabe als Kommunikationschef von Skoda antreten. Bei der Motorpresse in Stuttgart ist Katemann seit 2003 tätig. Zunächst war er Redakteur bei „auto motor sport“, ab 2006 dann Ressortleiter „Magazin & Service“. 2009 wurde er Chefredakteur der Zeitschrift „AUTOStraßenverkehr“. Nach weiteren drei Jahren übernahm Katemann 2012 gemeinsam mit Ralph Alex die Chefredaktion der „auto motor sport“.

Trauer um Public Affairs-Fachfrau Claudia Conrad-Kreml →



Claudia Conrad-Kreml (Foto © Marc-Steffen Unger) ist tot. Sie starb am Morgen des 5. Februar 2017 nach langer schwerer Krankheit in Berlin. Claudia Conrad-Kreml war ein durch und durch politisch geprägter Mensch und so wundert es nicht, dass ihre erfolgreiche berufliche Laufbahn in Bonn begann und in Berlin weiterging. Nach dem Studium an der Ruhr-Universität in Bochum arbeitete sie in Bonn im

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung in der Inlandsabteilung, wurde nach der Reaktorkatastrophe von Tschernobyl Pressesprecherin des neuen Umweltministeriums unter Walter Wallmann und folgte diesem dann nach Hessen in die Staatskanzlei als stellvertretende Regierungssprecherin. Anfang der 90er Jahre kehrte sie nach Bonn zurück und wurde unter dem damaligen CDU-Vorsitzenden Helmut Kohl Sprecherin der CDU.



Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Personalien compact - Agenturen (1) (08. KW-2017) →

1. **Aschoff kehrt von Axel Springer zu C3 zurück:** Dirk Aschoff wird zum 1. März Creative and Content Director Information Design bei der europäischen C3 Creative Code and Content GmbH am Standort Berlin. Er kommt von Axel Springer, wo er drei Jahre lang für die „Bild“-

Gruppe die Abteilung „Infografik & Datenjournalismus“ leitete. Aschoff war bereits von 2008 bis 2011 Senior Art Director Infografik bei der C3 Vorgänger-Agentur KircherBurkhardt. Zuvor war er sieben Jahre lang Infografiker bei „Focus“.

Personalien compact - Sonstige (4) (08. KW-2017) →

1. **IHK-Niederrhein hat neue Sprecherin:** **Ariane Bauer** (39) leitet seit dem 1. Januar die Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Niederrheinischen Industrie- und Handelskammer Duisburg-Wesel-Kleve mit Sitz in Duisburg. Vorgängerin **Martina Behrens** hat die IHK verlassen. Bauer arbeitete zuvor als Pressesprecherin der Landesgartenschau Kamp-Lintfort 2020. Als Mitglied der Geschäftsführung der Niederrheinischen IHK berichtet sie an den Hauptgeschäftsführer **Stefan Dietzfelbinger**.
2. **Innenministerium in Sachsen baut Online-Kommunikation aus:** **Pascal Ziehm** (31) arbeitet seit dem 1. Februar als Referent für Online-Kommunikation im Sächsischen Staatsministerium des Innern in Dresden. In der neu geschaffenen Position ist er für den Ausbau der Online-Kommunikation zuständig. Zuvor war er stellvertretender Pressesprecher für die CDU-Fraktion im Sächsischen Landtag. Er berichtet an Pressesprecher und Referatsleiter **Andreas Kunze-Gubsch**.
3. **Ein neuer Sprecher für zwei Journalistenverbände:** **Christian Laufkötter** (49) spricht seit dem 1. Dezember für die Journalistenverbände Deutscher Presse Verband (DPV) und Bundesvereinigung der Fachjournalisten (bdfj). Vorgängerin als Pressesprecherin war **Kerstin Nyst**. Laufkötter wird darüber hinaus auch weiterhin als selbstständiger Kommunikationsberater



tätig sein. Er berichtet an die Vorstände der beiden Verbände.

4. **Ernst wechselt von Daimler zur IG Metall:** **Silke Ernst** (51) leitet ab dem 1. März die Abteilung Kommunikation, Presse und Medien in der Zentrale der IG Metall in Frankfurt am Main. Das berichtete „kress.de“ am 22. Februar. Die Kommunikations-Strategin kommt vom Daimler-Konzern in Stuttgart, wo sie seit Jahren die Pressearbeit und interne Kommunikation für den Gesamtbetriebsrat verantwortet hat. Den Informationen von „kress.de“ zufolge, wird Ernst sich um die Belange der Gewerkschaft und ihres Ersten Vorsitzenden **Jörg Hofmann** kümmern. Die Stelle in der IG Metall-Zentrale war zuletzt ein Jahr lang vakant. Ernst hatte ihre Karriere einst als Referentin beim Betriebsrat von Porsche begonnen.

Personalien compact - Unternehmen (5)
(08. KW-2017) →

1. **Vergleichsportal Holidu verstärkt PR:**
Heike Müller (35) hat mit Jahresbeginn 2017 die Aufgabe als PR-Managerin bei Holidu, einem Vergleichsportal für Ferienwohnungen mit Sitz in München, angetreten. In der neu geschaffenen Position zeichnet sie für die Konzeption und Umsetzung der nationalen und internationalen Public Relations verantwortlich. Zuvor war Müller als Managerin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Reiseverlag Travel House Media angestellt. In ihrer neuen Position berichtet sie an den Chief Operating Officer von Holidu, **Simon Meier**.
2. **Neue PR-Managerin für Quadriga Media:**
Julia Zweigle (30) managt seit dem 1. Februar die internationale PR bei Quadriga Media Berlin. Die Position wurde neu eingerichtet. Einer ihrer Schwerpunkte wird es sein, die Kommunikation für das neue internationale Business Festival New I.D in Berlin anzukurbeln. Sie berichtet an **Kirsten Altenhoff**, Leiterin Unternehmenskommunikation bei Quadriga. Zuvor war sie Press Officer bei CNN International in Hongkong und in München.
3. **Velokonzept Saade baut Unternehmens-PR aus:** **Robert Burkhardt** (47) ist seit dem 1. Februar als Bereichsleiter für Messen und Kongresse sowie für die PR bei Velokonzept Saade in Berlin zuständig. Die Position wurde neu geschaffen. Zuletzt war Burkhardt kurze Zeit als Geschäftsführer bei German E-Bike Challenge tätig. In seiner neuen Position berichtet er an die Geschäftsführerin **Ulrike Saade**.
4. **Tourismusförderung im Wallis hat neue Sprecherin:** **Andrea Bärwalde** (36) leitet seit dem 1. Januar die Unternehmenskommunikation bei Valais/Wallis Promotion in Sion, Schweiz. Erfahrungen als Pressesprecherin hat sie zuvor bis zum Jahr 2015 als stellvertretende Leiterin Media



Relations bei Stada gesammelt. Danach absolvierte sie ein Studium im Bereich Sustainability Management. Im Rahmen ihrer neuen Aufgabe bei Valais/Wallis Promotion berichtet sie an den Geschäftsführer **Damian Constantin**.

5. **Neue Leiterin der Microsoft-Repräsentanz in Berlin:** **Tanja Böhm** (42) verantwortet seit dem 15. Februar die politischen und gesellschaftlichen Aktivitäten von Microsoft Deutschland und leitet damit auch die Microsoft-Repräsentanz in Berlin. In dieser Position berichtet sie an **Dirk Bornemann**, Mitglied der Geschäftsleitung von Microsoft Deutschland. Vorgänger **Henrik Tesch** verließ das Unternehmen im vergangenen Jahr. Böhm arbeitet seit 2010 bei Microsoft, zuletzt war sie Leiterin für Industrie- und Wirtschaftspolitik. Zuvor war sie als Leiterin des Referats Politische Koordinierung Bund-Land-Europa in der Vertretung des Landes Niedersachsen beim Bund tätig. In ihrer neuen Funktion leitet sie ein achtköpfiges Team.



ETATS

ADAC-Herausforderer JimDrive entscheidet sich für „Angreifer-Agentur“ achtung! →



Der junge Automobilclub Jim-Drive fordert als digitale Alternative ADAC und Co. heraus und setzt in der Kommunikation dafür ab sofort auf achtung!.

Die Kommunikationsagentur mit 160 Mitarbeitern in Hamburg und München gewann den Tat nach einem kurzen Auswahlprozess. Der verantwortliche achtung! Account-Director ist Tim-Oliver Struck (Foto l., neben ihm Michael Waning und Friedemann König). JimDrive-Gründer Timo Weltner: „achtung! denkt digital, ist eine Angreifer-Agentur und ist disruptiv. Das gefällt uns nicht nur, das hat uns überzeugt!“ achtung! übernimmt ab sofort Marken- und Produkt-PR für JimDrive.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (12) (08. KW-2017) →

1. **häberlein & mauerer reist luxuriös mit Small Luxury Hotels of the World**
 wer: Small Luxury Hotels of the World, London
 was: Pressearbeit, Blogger und Influencer Relations
 an: häberlein & mauerer AG, Berlin
2. **Costa Kreuzfahrten geht bei Ehrenberg vor Anker:**
 wer: Costa Kreuzfahrten - Niederlassung der



Costa Crociere S.p.A., Hamburg
 was: Media Relations, Events, Social Media
 an: **Ehrenberg Kommunikation GmbH**, Hamburg

3. **Storymaker übernimmt Mitarbeitermagazin für Mazda**
 wer: Mazda Motor Europa GmbH, Oberursel
 was: Redaktionskonzept, Umsetzung und visuelle Gestaltung für englischsprachiges Mitarbeitermagazin
 an: **Storymaker - Agentur für Public Relations GmbH**, Tübingen
4. **Territory webguerillas gewinnen Würth-Pitch**
 wer: Adolf Würth GmbH & Co. KG, Künzelsau
 was: Online- und Social Media-Maßnahmen sowie Marketing-Projekte
 an: **Territory webguerillas GmbH**, München
5. **Scopevisio setzt bei Kommunikation auf Schwartz Public Relations**
 wer: Anbieter von Cloud-Unternehmenssoftware Scopevisio AG, Bonn
 was: Media Relations, Produktkommunikation,

Messen und Events

an: **Schwartz Public Relations**, München

6. **Neue PR-Agentur für EI-AI-Kommunikation in Deutschland**
 wer: Israelische Fluggesellschaft El Al, Frankfurt am Main (dt. Niederlassung)
 was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Marketing im deutschen Markt
 an: **BZ.Comm GmbH**, Frankfurt am Main
7. **MSL Germany macht Deutschland Appetit auf Arla Foods**
 wer: Molkereigenossenschaft Arla Foods Deutschland GmbH, Düsseldorf
 was: Produktkommunikation für Deutschland
 an: **MSL Germany**, Frankfurt am Main
8. **Counterpart Group begleitet Ineos in den Automobilmarkt**
 wer: Petrochemieunternehmen Ineos GmbH, Köln
 was: Begleitende PR-Arbeit im DACH-Raum zur Go-to-Market-Strategie für einen neuen Geländewagen
 an: **Counterpart Group GmbH**, Köln
9. **Kammann Rossi und wortwert gewinnen Neukunden Germany Trade & Invest**
 wer: Germany Trade & Invest (GTAI), Berlin
 was: Redaktion, Projektleitung, Gestaltung und digitale Weiterentwicklung der Magazine "Markets International" und "Markets Germany"
 an: **Kammann Rossi und wortwert – Die Wirtschaftsredaktion**, beide Köln
10. **Piabo erweitert seinen Kundenstamm im Silicon Valley**
 - a) Online-Dienst für Software-Entwicklung GitHub, San Francisco (USA)
 was: Pressearbeit in der Region DACH samt Positionierung der Führungsebene in Technologie-Medien sowie Developer-Relations
 - b) Software-Plattform für die Online-Zahlungsabwicklung Stripe, San Francisco (USA)
 was: Etablierung, Positionierung und Stärkung



der Marke in der Region DACH

an: **Piabo PR GmbH**, Berlin

11. **Langnese packt „Brauner Bär“ wieder auf die Karte**
 wer: Unilever Deutschland GmbH, Hamburg
 was: PR-, Out of Home- und Social Media-Maßnahmen zum Comeback der Langnese-Marke Brauner Bär
 an: **fischerAppelt, relations GmbH**, Hamburg

AGENTUREN

Rekordjahr: fischerAppelt wächst um 16 Prozent und beruft Holterhoff zum Finanzvorstand →



Das Jahr 2016 war für die Agenturgruppe fischerAppelt (fA) das erfolgreichste seit der Gründung 1986. Der Honorarumsatz der Agenturgruppe stieg im Jubiläumsjahr von 42,33 Millionen Euro 2015 um rund 16 Prozent auf über 49 Millionen Euro. Damit erhöhte sich auch der Pro-Kopf-Honorarumsatz um sieben Prozent auf 115.000 Euro. Wachstumstreiber war

nach Angaben der Agenturführung die fortschreitende Digitalisierung, so dass das überdurchschnittliche Plus ohne Zukäufe zustande gekommen ist. Besonders freut sich über diese Entwicklung fA-Finanzchef Ralf Holterhoff (Foto), er wurde zum 1. Januar 2017 in den Vorstand berufen. Der besteht nun aus den Gründern Andreas und Bernhard Fischer-Appelt, Franziska von Lewinski, Matthias Wesselmann und eben Holterhoff.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (1) (08. KW-2017) →

1. segmenta communications übernimmt Heine PR:

segmenta communications GmbH hat mit Wirkung zum 1. Januar die Hamburger PR-Agentur Heine GmbH übernommen. Mit dem Kauf stärkt die inhabergeführte Agentur mit Sitz in Hamburg ihre Kompetenz in Media Relations und erweitert gleichzeitig ihre Branchenschwerpunkte – Food & Beverages sowie Living & Lifestyle – um die Bereiche Technology sowie Medien & Kultur. Heine PR wurde 2002 von Nina Heine gegründet, die sich zukünftig neuen Projekten widmen möchte. segmenta communications setzt mit der Übernahme den Wachstumskurs der letzten Jahre fort. Das über 40 Mitarbeiter starke GPRA-Mitglied konnte zum dritten Mal in Folge das jährliche Honorarvolumen um über 20 Prozent steigern und im Jahr 2016 zahlreiche Neukunden dazugewinnen.



ORGANISATIONEN

Salomé Ramseier neu im HarbourClub-Vorstand →



Der Vorstand des HarbourClub, einem Netzwerk von Kommunikationschefs von wichtigen schweizerischen Unternehmen und Organisationen in Zürich, hat an seiner letzten Sitzung Salomé Ramseier (Foto), Head of Communications and Public Affairs Holcim (Schweiz) in den Vorstand berufen. Sie wirkt ab sofort im Gremium mit. Über ihre definitive Wahl befindet die nächste Mitgliederversammlung des HarbourClub im Frühjahr 2017. Somit setzt sich der Vorstand des HarbourClub neu wie folgt zusammen: Dominique Morel, KPMG (Präsident); Myriam Käser, „NZZ“; Hans-Peter Nehmer, Allianz; Salomé Ramseier, Holcim; Matthias Schneider, Coca-Cola, und Roman Sidler, Geberit.

Organisationen compact (1) (08. KW-2017) →

- DPRG Arbeitskreis Digitale Transformation stellt sich vor:**

Die Unternehmenskommunikation ist einer der wesentlichen Treiber der digitalen Transformation von Unternehmen und Organisationen. Am 22. März stellte der Leiter des neuen Arbeitskreises Digitale Transformation, Ferdinand von Reinhardtstoettner, dessen Ziele und Möglichkeiten der Landesgruppe Bayern der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) vor. Seine Meinung: „Wir müssen uns öffnen, transparent sein und gemeinsam über die alltäglichen Herausforderungen und Chancen, die sich aus der Digitalisierung ergeben, austauschen und gegenseitig unterstützen.“ Mit den Arbeitskreisen unterstützt die DPRG die Mitglieder bei der Bewältigung von Arbeits- und Zukunftsthemen. „Die Tatsache, dass wir unseren Mitgliedern die verschiedenen Arbeitskreise auch regional vorstellen wollen, soll dazu beitragen, deren Bekanntheit zu verbessern“, sagte Christina Kahlert, Landesvorsitzende der DPRG in Bayern.

BRANCHE

Branche compact (1) (08. KW-2017) →

- Google Bildersuche sorgt für Konflikte:**

Google-Nutzern ist es aufgefallen: Seit einiger Zeit gestaltet die Suchmaschine die Ergebnisse der Bildersuche anders als gewohnt. In einem offenen Brief an Google Germany kritisieren jetzt neun Verbände die Verletzung von Interessen und Rechten von Fotografen, Bildagenturen, Illustratoren und Grafikern. Nach dem Anklicken

eines Vorschaubildes erscheint das Bild in Originalgröße ohne Kontext der Webseite, aber mit vermeintlich ähnlichen Bildern, ohne Urhebervermerk, dafür aber mit einem Button „Teilen“. Dies sei eine unzulässige Vervielfältigung und Online-Zugänglichmachung. Google werde so selbst zum Content-Anbieter. Die Verbände (unter anderem der Bundesverband professioneller Bildanbieter und der Deutsche Journalisten-Verband) fordern Google Germany auf, zu einer rechtskonformen Suchanzeige von Bildern zurückzukehren. Hier geht es zum [offenen Brief](#).

MEDIEN

Medien-Start-up piqd baut sein Angebot für betreutes Lesen aus →



„piqd“, die Online-Programmzeitung für hochwertigen Journalismus, internationalisiert sein Angebot. Das Münchener

Start-up ist seit dem 22. Februar unter der zusätzlichen URL www.piqd.com online. Damit wird neben der deutschsprachigen Plattform auch ein rein englischer Service angeboten. „piqd“ konnte dafür Kuratoren aus aller Welt für sich gewinnen und sagt nun auch dem digitalen Informations-Wirrwarr im englischsprachigen Raum den Kampf an. Der Dienst „piqd.de“ ist ein Gegenentwurf zu den reichweitenoptimierten Algorithmen sozialer Netzwerke. Was relevant ist, bestimmen ausschließlich die Kuratoren, die in Eigenregie Beiträge empfehlen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutscher Presserat zieht Bilanz 2016 – Jahresbericht erschienen →



Der aktuelle Jahresbericht des Deutschen Presserats ist erschienen. Auch 2016 war die Freiwillige Selbstkontrolle ein gefragter Ansprechpartner in Qualitätsfragen: Insgesamt 1.851 Leser wandten sich an den Presserat und baten um die Überprüfung von journalistischen Bericht-

erstattungen in Zeitungen, Zeitschriften und Online-Medien anhand der ethischen Regeln. „Thematisch fiel auf, dass im Jahr 2016 besonders politische Krisen, Konflikte und Terroranschläge bei den Beschwerden im Fokus standen“, sagt Lutz Tillmanns, Geschäftsführer des Deutschen Presserats. „Ohne eine aufmerksame Leserschaft kann eine freiwillige Selbstkontrolle nicht funktionieren. Alle Leser haben die Möglichkeit, in einem transparenten Verfahren ihre Kritik zu äußern und die Arbeit von Redaktionen überprüfen zu lassen“, so Tillmanns.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

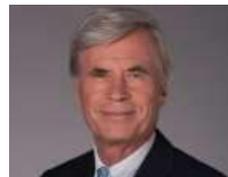
Medien compact (1) (08. KW-2017) →

1. **„Zapp“ berichtet über Seitenwechsler:** Über Seitenwechsler zwischen Journalismus und Unternehmenskommunikation und PR berichtete am 22. Februar das NDR-Medienmagazin „Zapp“ in seiner Sendung um 23:20 Uhr. Der Tech-Blogger Sascha Pallenberg, „Lousy Pennies“-Gründer Karsten Lohmeyer und der frühere CvD von „Bild.de“, Dirk Benninghoff, sind alle kürzlich auf die „andere Seite“ gewechselt. Jetzt machen sie Content Marketing für Unternehmen beziehungsweise Agenturen statt Journalismus. „Zapp“ stellt in diesem Zusammenhang medienethische Fra-

gen und überprüft, ob die Kommunikationskodizes speziell im Content Marketing eingehalten werden. Die [Videos sind hier in der NDR-Mediathek abrufbar](#).

CSR + REPUTATION

Michael Otto erhält den „Deutschen CSR-Preis für herausragendes CSR-Engagement“ →



Michael Otto (Foto), Vorsitzender des Aufsichtsrates der Otto Group, wird am Abend des 4. April 2017 mit dem „Deutschen CSR-Preis für herausragendes

CSR-Engagement“ ausgezeichnet. Die Verleihung findet im Rahmen des 13. Deutschen CSR-Forums im „Forum am Schlosspark“ in Ludwigsburg bei Stuttgart statt. Zur Preisverleihung werden mehrere hundert Ehrengäste, vornehmlich aus der Wirtschaft, erwartet. Michael Otto wird für die von ihm seit vielen Jahren gelebte vorbildliche gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ausgezeichnet. Themen wie Nachhaltigkeit, Verantwortung und Ökologie hat er schon früh, beharrlich und glaubwürdig in der Öffentlichkeit vertreten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SOCIAL MEDIA

Nutzer-Erosion: Facebook hat ein Generationen-Problem →



Facebook verliert im Web 2.0 weiter an Boden: 65 Prozent der deutschen Onliner ab 14 Jahren nutzen das Freunde-Netzwerk. Das reicht abermals nur noch zu Platz zwei unter den meistgenutzten sozialen Medien in Deutschland – denn Youtube erreicht 69 Prozent. Der Video-Dienst konnte seinen Vorsprung vor Facebook damit innerhalb eines Jahres von zwei auf vier Prozentpunkte ausbauen. Facebook mangelt es vor allem an Nachwuchs: Wie früher gewitzelt, meiden Teenager jetzt tatsächlich stark das Netzwerk, in dem sich auch ihre Eltern tummeln. Das zeigt der online-repräsentative „Social Media-Atlas 2016/2017“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Indischer Premierminister Narendra Modi hat die meisten Facebook-Anhänger →

Der indische Premierminister Narendra Modi führt mit 40 Millionen „Gefällt mir“-Angaben auf seiner persönlichen Facebook-Seite die Liste der nach dieser



Zählart „erfolgreichsten“ Accounts an und ist damit der meistgefolgte Politiker auf Facebook, gefolgt von Donald Trump mit 20 Millionen „Gefällt mir“-Angaben. Das zeigt die neue Studie „World Leaders on Facebook“ der internationalen PR-Agentur Burson-Marsteller. Am 1. Februar 2017 war die institutionelle Seite des indischen Premiers, PMO India, auf Rang drei mit 13 Millionen „Gefällt mir“-Angaben, gefolgt von Königin Rania von Jordanien mit zehn Millionen Anhängern auf Platz vier. Der türkische Präsident Recep Tayyip Erdogan komplettiert die Riege der Top-Fünf (siehe Grafik) mit acht Millionen „Gefällt mir“-Angaben. Was die Studie nicht zum Vorschein bringt, sind qualitative Bewertungen der Facebook-Kommunikation der Staatsoberhäupter.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

AUTOREN-BEITRÄGE

Einmaleins der Krisen-PR: meide Arbeitsgerichtprozesse! →

Dieselgate: Ehemaliger Audi-Mitarbeiter belastet Vorstandsvorsitzenden schwer



Die eigenen Mitarbeiter sind die risikoreichsten Zeugen in einer Krise. Sie kennen pikante Details und haben möglicherweise kompromittierende Unterlagen. Deshalb vermeiden erfahrene Krisenkommunikatoren

Auseinandersetzungen mit eingeweihten Mitarbeitern vor dem Arbeitsgericht. Wie das sonst schiefgehen kann, zeigt aktuell Audi. Ein von Audi gekündigter Hauptabteilungsleiter klagt auf Weiterbeschäftigung vor dem Landesarbeitsgericht in Stuttgart. Im Schriftsatz seiner Anwälte ist Brisantes enthalten: Audi-Vorstandschef Rupert Stadler (Foto) soll spätestens ab 2012 von den Dieselgate-Manipulationen gewusst haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SPRACHE IN DER PR: WORTFETZEN

Die Geschichte von Red Bull – Storytelling auf der Corporate Website →

Nachfolgend lesen Sie den 9. und letzten Teil unserer Serie zur Sprache in der PR. Unter dem Titel „Wortfetzen“ reflektieren Studierende des Masterstudiengangs Kommunikationsmanagement der Hochschule Hannover in eigenen Beiträgen aktuelle Beispiele aus der digitalen PR-Praxis. **Die Redaktion bedankt sich bei den Autorinnen und Autoren sowie bei Professorin Annika Schach für die aus unserer Sicht gelungene Kooperation.**



„Es war einmal...“ – so fangen sie an, die Geschichten, die wir schon als Kinder hören. Sie fesseln uns und lassen unsere Gedanken nicht mehr los. An dieses Phänomen wollen heute viele Unternehmen anknüpfen. Ge-

schichten zu erzählen, ist einer der größten Trends im Themenfeld Marketing und PR und hat einen Namen: Storytelling. Storys sind verständlicher als bloße Informationen, können sinn- und identitätsstiftend wirken und zum Nachdenken anregen. Ob Mitarbeiter, Kunden oder Kooperationspartner – mit einer guten

Story kann man alle relevanten Stakeholder mitreißen. Deshalb wird im Folgenden ein Paradebeispiel des Storytellings vorgestellt: Red Bull.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

KOMMENTARE

Mummert-Kommentar: Lügen haben große Reichweite →



In seiner Kolumne „Jörges“ im Magazin „Stern“ vom 16. Februar geht Hans-Ulrich Jörges auf die Rolle der sozialen Netzwerke in der Verbreitung von „Fake News“

und Hetze ein. Er meint, dass die Netzwerke „auf unheimliche Weise Gesellschaft und Demokratie verformen“. Ich bin mir da nicht sicher. Am Ende sind die Netzwerke nichts anderes als ein Weg, „dem Volk aufs Maul zu schauen“. Ein Einblick in das politische Verständnis von Otto Normalverbraucher und Erika Mustermann. Was verformt also „auf unheimliche Weise Gesellschaft und Demokratie“? Ich glaube, dass solche Verformungen ein langfristiger Prozess sind. Ein Prozess, dessen Krönung sicherlich der amerikanische Präsident mit seiner Medien- und Oppositionsschelte ist. Er ist aber nur die konsequente Weiterführung eines politischen Sittenverfalls.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

REZENSIONEN

Rezension: „Höllennritt Wahlkampf“ von Frank Stauss - 25 Jahre SPD-Wahlkampagnen →



Frank Stauss wäre nicht einer der profiliertesten Kampagnenmanager und Wahlkampfberater Deutschlands, wenn er nicht ein Talent dafür besäße, sich selbst zu inszenieren. „Seit 25 Jahren mache ich Wahlkämpfe. Ich liebe es, ich hasse es“, steht auf der im Februar 2017 erschienenen Neu-

ausgabe seines 2013 erstmals veröffentlichten „Spiegel“-Bestsellers „Höllennritt Wahlkampf“ als eine Art Mission-Statement. Der 52-jährige Stauss, Geschäftsführer und Mitinhaber der Agentur Butter, beschreibt sich selbst als Wahlkampf-Besessener – und ist es vermutlich auch.

Wahlkämpfe scheinen für ihn nicht plumpe Geldverdienen, sondern eher eine Inspiration für seine Arbeit als einer der Top-Werber des Landes zu sein. „Nichts ist spannender als eine Wahl, denn nichts ist endgültiger“, schreibt er. Bei einer Kampagne für ein Parfüm, ein Auto oder einen Schokoriegel könne man zu jedem Zeitpunkt nachjustieren und von vorne anfangen. Bei einer Wahl gehe das nicht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezension: eBook „Guerilla Marketing für Kreative“ hinterlässt Denkanstöße und Fragezeichen →



Mit dem eBook „Guerilla Marketing für Kreative“ möchte Autorin Katharina Leest einen Leitfaden für Musiker, Grafiker, Fotografen – kurzum: Künstler und Kreative – anbieten, der zur Durchführung von Guerilla-Maßnahmen animiert und inspiriert. „Für öffentlichkeitswirk-

sames Guerilla-Marketing braucht es weder das große Geld noch einen populären Namen. Mit ein wenig Risikobereitschaft und jeder Menge kreativer Energie können erfolgreiche Guerilla Marketing-Kampagnen aus dem Nichts entstehen.“ (S. 27) Die Lektüre gestaltet sich kurzweilig, ist leicht verständlich und ansprechend gelayoutet. Inhaltlich bleibt es jedoch recht oberflächlich und überblicksartig. Wer bislang noch gar nicht in der Marketing-Materie unterwegs war, wird wohl mit vielen Denkanstößen, aber auch etlichen Fragezeichen zurückbleiben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

scoopcamp 2017 – Innovationskonferenz für Medien geht am 28. September in die neunte Runde →



Unter dem Motto „new storytelling“ versammelt nextMedia.Hamburg, die Standortinitiative der Hamburger Digital-

und Medienwirtschaft, zusammen mit der dpa Deutschen Presse-Agentur am 28. September rund 250 Journalisten, Entwickler und Mediapreneure zum scoopcamp 2017. Im Theater Kehr wieder in der Hamburger Speicherstadt werden Keynotespeaker zusammen mit Medienmachern und Nachwuchsjournalisten über Trends und aktuelle Themen an der Schnittstelle zwischen Redaktion, Programmierung und Produktentwicklung diskutieren. Ab sofort können Interessenten vergünstigte Pre-Agenda-Tickets für die eintägige Innovationskonferenz für Medien auf der [scoopcamp-Website](#) bestellen.

10. Kliniksprechertag in Münster im Zeichen der Qualitätsdebatte →



Schon immer beschäftigen sich die Ak-

teure im Gesundheitswesen mit der Qualität von Krankenhäusern, deren Wahrnehmung, Bewertung und Messung. Diese Angelegenheit bekommt jetzt eine ganz neue Relevanz, denn bald entscheidet die Qualität klinischer Leistungen über den Erfolg und die Existenz einzelner Häuser. Dieser Herausforderung nimmt sich auch die Agentur lege artis thematisch an und lädt am 9. März zum 10. Kliniksprechertag in den Zwei-Löwen-Klub nach Münster ein. Der Kongress richtet sich vor allem an Kommunikationsverantwortliche in Krankenhäusern, aber auch an Geschäftsführer und interessierte Mitarbeiter im Management. Bereits zum zehnten Mal soll in diesem Jahr über aktuelle Themen im Bereich der Gesundheitskommunikation diskutiert werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SEMINARE

DAPR pro-Seminare im März und April →

Corporate Publishing, Bewegtbild-Konzeption und Corporate Argumentation – das sind die Themen der DAPR pro-Seminare im März und April 2017. Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) bietet die zweitägigen Fachseminare in diesem Jahr erstmals in Düsseldorf an. Für alle Termine gibt es noch freie Plätze. Am 22. und 23. März findet das Seminar „Corporate Publishing zielführend managen“ mit Philipp Ley statt. Die Anforderungen an den CP-Manager sind in den vergangenen Jahren rasant gestiegen – davon ist Ley überzeugt. In seinem Workshop vermittelt der selbstständige Kommunikationsberater die notwendigen Kompetenzen, um crossmediale CP-Projekte erfolgreich umzusetzen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STUDIEN

Umfrage 2017: „Die Zukunft der Mitarbeiterzeitung“ →

In den Jahren 2014 und 2015 haben sich die SCM School for Communication and Management, Berlin zusammen mit Kammann Rossi, Köln zur Aufgabe gemacht, die Zukunft der Mitarbeiterzeitung im D/A/CH-Raum zu untersuchen. 2017 geht die Studie „Die Zukunft der Mitarbeiterzeitung“ der Frage nach, welche Rolle die Mitarbeiterzeitung aktuell spielt und wie sie sich in Zukunft entwickeln wird. Fokus dieser Umfrage ist die Entwicklung der mobilen Mitarbeiterkommunikation. Die Teilnahme ist noch bis zum 15. März möglich. Erste Ergebnisse werden bereits Ende April veröffentlicht. Die vollständige Studie können

Sie ab Mai komplett auf www.interne-kommunikation.net downloaden. Die Studie finden Sie hier.

European Communication Monitor 2017 gestartet →



Der Wandel in der strategischen Kommunikation hat durch die Digitalisierung und den Einsatz von Big Data sowie Automatisierung an Fahrt aufgenommen. Neue Trends wie Social Bots oder die Frage nach den Widersprüchlichkeiten hypermoderner Gesellschaften sind Themen der heute gestarteten Branchenumfrage European Communication Monitor 2017. Bis Ende März können Kommunikationsprofis aus Europa unter www.communicationmonitor.eu an der zehn bis 15-minütigen Umfrage teilnehmen. Der ECM vermisst die europäische PR-Branche regelmäßig seit über zehn Jahren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PREISE UND AWARDS

Sieben Dinge, die beim PR-Preis 2017 anders werden →

Am 23. März wird in München der Internationale Deutsche PR-Preis der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) verliehen. Mit der Auszeichnung würdigt der Berufsverband seit Jahrzehnten

Kommunikationskampagnen und die dahinterstehenden Macher. In dieser Saison sind 64 Kampagnen in

Der Internationale Deutsche PR-Preis 2017 der DPRG

19 Kategorien für das Finale nominiert. Wer in vier Wochen ausgezeichnet wird, bleibt bis dahin geheim - insofern bleibt sich der PR-Preis treu. Aber einiges wird 2017 anders sein als in den Vorjahren.

Jünger, mit mehr Nutzwert und mehr Platz für Networking soll den Gästen die Verleihung in Erinnerung bleiben. So das Ziel der Verantwortlichen beim Medienfachverlag Oberauer, der den PR-Preis in diesem Jahr erstmals für die DPRG in Szene setzt. Das **DPRG-Journal enthüllt sieben Gründe**, warum man auf die „runderneuerte“ Preisverleihung gespannt sein darf. Dazu zählen neben der Stadt auch die Location, die Verleihung (der Begriff „Gala“ wurde gestrichen) und deren Rahmenprogramm, der Anspruch, Nutzwert zu stiften und das Timing.

German Stevie Awards: Zahlreiche Gewinner aus der PR- und Kommunikationsbranche →



Die Gewinner der diesjährigen German Stevie Awards stehen fest. Spitzenreiter sind die PR-Agentur Weber Shandwick, Germany und Rheinbrücke IT Consulting aus Köln. Aber auch zahlreiche weitere große und kleine Unternehmen konnten mit ihren Bewerbungen punkten und sich den Gewinn eines oder mehrerer Stevie Awards sichern. Rund 50 Führungskräfte aus ganz Deutschland haben als Jury entschieden, wer die Preise erhält. Die PR-Agentur Weber Shandwick,

Berlin und München, gewinnt gleich zweimal Gold, zweimal Silber und einmal Bronze. Einen Gold Stevie Award gewinnt Weber Shandwick für die beste Website in den Branchenkategorien. Susann Kobs, gewinnt als Assistentin der Geschäftsführung, Gold als Unterstützerin des Jahres. Die Kampagne „Die Cloud als Business-Ökosystem der Zukunft“ für das Unternehmen Exact Software von der Münchner Agentur Schwartz PR wurde ebenfalls mit einem Goldenen Stevie bedacht. Für die PR-Innovation des Jahres wurde die Deutsche Telekom AG mit einem Gold Stevie geehrt. Verliehen wurde die Auszeichnungen für den neuen Newsroom „Content Factory“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Best Brands 2017: BMW, Coca-Cola, Duplo und Tesla sind die diesjährigen Gewinner →



Zum 14. Mal wurden 22. Februar im Bayerischen Hof in München die stärksten Marken des Jahres

mit der Verleihung des Best Brands Awards gewürdigt. Mehr als 600 Gäste aus Wirtschaft, Handel und Medien feierten die Auszeichnung von BMW als „Beste Deutsche Unternehmensmarke International“, Coca-Cola als „Beste Produktmarke“ und Duplo als „Beste Wachstumsmarke“. In der Sonderkategorie „Best Future Mobility Brand“ wurde Tesla im Rahmen der feierlichen Gala als Nummer 1 gewürdigt. Ermittelt wurden die Gewinner auf Basis einer repräsentativen Studie von GfK, die die Verbrauchermeinung in den vier Kategorien abgefragt hatte. Hinter den Best Brands Awards stehen seit Jahren die GfK, die ProSiebenSat.1 Media SE, die „WirtschaftsWoche“, der

Markenverband, die Serviceplan Agenturgruppe, Ströer SE und „Die Zeit“.

Das Foto zeigt v.l.n.r. die Repräsentanten der Gewinner: Stephan Nießner und Kirsten Häfner, beide Ferrero, Bianca Bourbon, Coca-Cola, Hildegard Wortmann, BMW, sowie Jochen Rudat, Tesla.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Preise und Awards compact (1) (08. KW-2017) →

1. CREA Awards 2016 vergeben:

Die Gewinner des 14. CREA Credential Award stehen fest. Am 23. Februar wurden in Hamburg fünf Agenturen für ihr Eigenmarketing ausgezeichnet. Dies sind Parasol Island, Betriebskultur, Brandyourlife und PublicisPixelpark. Der Abräumer des Abends war die Agentur Saatchi & Saatchi, die nicht nur einen der fünf Awards, sondern auch einen zusätzlichen Sonderpreis für die beste Gesamtperformance erhielten. Der CREA setzt sich zum 14. Mal für die Professionalisierung des Agentur-Marketings ein. Initiator des Awards ist Oliver Klein von cherrypicker.

JOBANGEBOTE

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

Angebote (39)

Stellenangebote der Agenturen

- PR-Berater (m/w) mit Fokus Social Media, Frankfurt a.M.
- PR-Manager/in, Berlin
- Senior-Consultant (m/w) mit Schwerpunkt Corporate PR im Bereich E-Commerce, Berlin
- PR-Berater/-in bzw. PR-Seniorberater/-in Healthcare, Raum Düsseldorf/Köln
- PR-Berater/-in Vollzeit oder Teilzeit, Montabaur
- Account Manager PR (mw) Schwerpunkt Lifestyle & Beauty, Hamburg
- Ab sofort: Junior-Berater (m/w) für starke Marken in Frankfurt a.M.
- Hansmann PR sucht Junior-PR-BeraterIn Reise, München
- Trainees und Juniorberater (m/w), Düsseldorf/Frankfurt a.M.
- PR-Manager (m/w), München
- PR-Berater (m/w), Berlin
- Junior-PR-Berater/in Bau und Architektur, Essen
- PR-Berater (w/m) Markenkommunikation, Hamburg
- PR-Trainee (m/w), Junior PR-Berater (m/w) und PR-Berater (m/w), Köln/Berlin
- PR-Berater (m/w) Markenkommunikation, Karlsruhe
- Junior PR Consultant, München
- Junior Berater/in PR in Frankfurt a.M.
- Digital Marketing & Social Media Expert (w/m), München
- PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Projektleitung/Projektmanagement, Berlin
- Junior-PR- Berater (w/m), Köln
- Junior-PR-Berater (m/w), Berlin
- (Junior) PR-Berater/in für internationales IT-/CE-Team in Berlin
- Jungredakteur/in, Köln
- Senior Berater Markenkommunikation PR/Social Media (m/w), Hamburg
- Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Lifestyle & Travel, Hamburg

Stellenangebote der Unternehmen

- Senior Manager Corporate Communications (m/w), Neuburg a.d.D.
- Pressereferent (w/m), Neckarsulm
- Senior PR-Manager (m/w), Berlin

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 27. Februar 2017 um 17:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.291 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 25,5 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 19.176 Adressen

Impressum

© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Gründer und Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, (pfeffer[at]pr-journal.de)

Verlag:

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg (USt-IdNr.: DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)

Redaktion:



Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, **Chefredakteur**, (dillmann[at]pr-journal.de).
(V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV),

Adresse: Linzer Straße 72 b, 53604 Bad Honnef,
Telefon: 02224 901616, Mobil: 0171 3326139;
Volker Thoms, Berlin, (thoms[at]pr-journal.de),
Helge Weinberg, Hamburg; (weinberg[at]pr-journal.de)
E-Mail: redaktion@pr-journal.de

Redaktionsschluss für Newsletter:

montags 16:00 Uhr.

Rubrik „PR-Jobbörse“:

Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de). www.jobs.pr-journal.de.

Namen, Daten und Fotos der Autoren und Korrespondenten des PR-Journals entnehmen Sie bitte dieser Website www.pr-journal.de/fotos.html. Zum ausführlichen **Impressum** geht es hier: www.pr-journal.de/impressum.html

Marketing - MediaService - Anzeigen- / Banner-Verkauf:

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg, E-Mail: [anzeigen\[at\]pr-journal.de](mailto:anzeigen[at]pr-journal.de).

Anschrift (Verlag):

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg, Telefon: 02241 2013060, Telefax: 02241 2013061, Mobil: 0160 94635777;

E-Mail: redaktion@pr-journal.de

URL: www.pr-journal.de.



Auflage kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin.
Für 2016 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des

PR-Journals ausgewiesen: 330.185 Visits und 760.000 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 905 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 3,3 Seiten aufgerufen.