

NEWSLETTER 552

10. KW 2017

- ++ Bentele: Die „Erfindung“ der PR in Deutschland (Teil 2) ++
- ++ Stock leitet Unternehmenskommunikation der Ergo ++
- ++ komm.passion-Dossier 1/2017: Wahrheit, nein danke! ++

TOP MELDUNGEN

**Studie „Trusted Brands 2017“:
Konsumenten vertrauen Rewe
mehr als Amazon →**



Die Liste der Spitzenpositionen liest sich wie das „Who is Who“ der deutschen Wirtschaft – die vertrauenswürdigsten Marken der Deutschen: Von Aspirin und Gerolsteiner

über Haribo und Milka bis hin zu Persil und Whiskas enthält die Liste der „Most Trusted Brands 2017“ klangvolle Markennamen. Für die „Trusted Brands Studie“ befragt „Reader’s Digest“ bevölkerungsrepräsentativ mehr als 4.000 Personen in einer offenen Fragestellung zu ihren vertrauenswürdigsten Marken. Gemeinsam zeichnet sie ein hohes Qualitätsniveau, gute Serviceleistungen und eine besondere Nähe zu ihren Kunden aus. Der Kölner Handelskonzern Rewe konnte sich klar vor dem US-Konzern Amazon platzieren. Deutlich mehr Verbraucher schenken ihm höchstes Vertrauen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Interview mit Jörg Quoos:
„Leser und Zuschauer sind es satt,
bevormundet zu werden“ →**



Im Zitate-Ranking des Medien dienstleisters **pressrelations** gehört die Funke-Mediengruppe zu den Aufsteigern des Jahres 2016. Sie liegt auf Platz 5 bei

den Tageszeitungen und auf Rang 11 im Vergleich aller Medien. Hauptverantwortlich für die Platzierung dürfte die Berliner Zentralredaktion sein, die aus dem pittoresken Gebäude „The Q“ in der Friedrichstraße zwölf regionale Medien wie „WAZ“, „Berliner Morgenpost“ und „Hamburger Abendblatt“ mit Nachrichten beliefert und deren Mantel-Teile erstellt. Leiter des 2015 ins Leben gerufenen Teams ist der Journalist Jörg Quoos (Foto). Im Interview mit dem „PR-Journal“ plädiert Quoos, der unter anderem von 2004 bis 2013 stellvertretender Chefredakteur der „Bild“ und später Chefredakteur beim „Focus“ war, für ein Ende des Wahns um die schnellste Nachricht. Stattdessen müssten Qualität und korrekte Fakten oberste Prämisse sein. Die Menschen seien es satt, bevormundet zu werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 552. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 35 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1
Studie „Trusted Brands 2017“: Konsumenten vertrauen Rewe mehr als Amazon →	1
Interview mit Jörg Quos: „Leser und Zuschauer sind es satt, bevormundet zu werden“ →	1
Karl Varnhagen von Ense: Die „Erfindung“ der Public Relations in Deutschland (Teil 2) →	3
Personalien	3
LoeschHundLiepold holt Jan Manz in die Geschäftsleitung →	3
Personalien compact - Sonstige (4) (10. KW-2017) → ..	3
Personalien compact - Unternehmen (9) (10. KW-2017) →	4
Personalien compact - Agenturen (8) (10. KW-2017) → ..	6
Etats	7
Gemeinsam für vier Pfoten: Counterpart Group verantwortet PR-Etat von Yarrah →	7
Etats compact (8) (10. KW-2017) →	8
Agenturen	9
komm.passion-Dossier 1/2017: Wahrheit, nein danke! →	9
Aus Zwei mach Drei: Profilwerkstatt erweitert Gesellschafterkreis →	9
Agenturen compact (1) (10. KW-2017) →	9
Organisationen	10
Larissa Alghisi neu im HarbourClub-Vorstand →	10
PR-Studierende Hannover wählen neuen Vorstand → ..	10
Branche	10
Diskussion bei der ECC'17: Lügen, das neue Erfolgsrezept in der Kommunikation? →	10
Weltfrauentag: „Omniwomen Summit“ und „The Truth Unveiled“ →	11
Die kreativsten Content Marketing- und Corporate Publishing-Agenturen 2016 →	11
Branche compact (1) (10. KW-2017) →	11

Medien	11
Mediaanalyse Radio: Radio NRW Spitze, Antenne Bayern verliert →	11
Medien compact (2) (10. KW-2017) →	12
Social Media	12
Bringen Soziale Medien eine neue "Digital Divide"? → ..	12
Rezensionen	12
„Meinung Macht Manipulation“ - Medienkunde mit mittlerem Tiefgang →	12
Termine	13
Essens Oberbürgermeister empfängt DPRG NRW → ..	13
Seminare	13
Seminare compact (1) (10. KW-2017) →	13
Bildung	13
DAPR-Grundausbildung: Start am 21. April in Frankfurt am Main →	13
Studien	14
Kommt gut an: „Wir können alles. Außer Hochdeutsch.“ →	14
Preise und Awards	14
Touristik-PR: Die besten deutschen Agenturen gewählt →	14
Letzte Chance auf Karten für die Verleihung des PR-Preises in München →	14
Preise und Awards compact (1) (10. KW-2017) →	14
STAMM Medien-News	15
Stamm Medien-Newsletter März 2017 →	15
Internes - aus der Redaktion	15
„PR-Journal“ ohne direkte Kommentarfunktion →	15
Jobangebote	15
Angebote (46)	15
Volontariat/Trainee	16
Praktikum	16
Impressum	17

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

Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PR-Journal

Karl Varnhagen von Ense: Die „Erfindung“ der Public Relations in Deutschland (Teil 2) →



Die Geschichte der jeweiligen Profession gehört bei Ärzten oder Juristen zum Kern professionellen Wissens. Man würde sich sehr wundern, wenn der eigene Hausarzt noch nie etwas vom Eid des Hippokrates gehört hätte. Günter

Bentele, emeritierter Leipziger Kommunikationsprofessor, überträgt das auf die PR-Profession und stellt in einer Artikelserie für das „PR-Journal“ einige für die Entwicklung des Berufsfelds wichtige Vertreter, Organisationen und Instrumente vor.

Am 2. März hat er **den ersten Teil der Geschichte** über Karl Varnhagen von Ense veröffentlicht. Darin werden dessen Aufgaben als „Legationssekretär“ und „offiziöser Publizist“ für den preußischen Staatskanzler Karl August von Hardenberg vorgestellt, ebenso die private Biografie. Im zweiten Teil geht es darum, wie Karl Varnhagen von Ense (siehe nebenstehende Zeichnung von **Wilhelm Hensel**) zur Institutionalisierung moderner Öffentlichkeitsarbeit beigetragen hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PERSONALIEN

LoeschHundLiepold holt Jan Manz in die Geschäftsleitung →



LoeschHundLiepold Kommunikation (LHLK) hat für die seit dem Jahreswechsel vakante Direktorenposition Corporate Communications einen Nachfolger gefunden.

Zum 1. März 2017 wechselt Jan Manz (38, *Foto*) in die inhabergeführte PR-Agentur und übernimmt die Aufgaben von Daniel Krupka, der nach über 10 Jah-



ren bei LHLK in die Geschäftsführung der Gesellschaft für Informatik gewechselt war. Bei LHLK übernimmt Manz das Corporate-Communications-Team an beiden Agentur-Standorten (München, Berlin) und komplettiert die Geschäftsleitung der über 40 fest angestellte Mitarbeiter zählenden Kommunikationsagentur.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Sonstige (4) (10. KW-2017) →

1. **Guggenberger leitet Kommunikation bei Cube Global: Sophie-Theres Guggenberger (38)** ist seit dem 1. Januar Head of Global Communications, Public Relations & Marketing der Initiative Cube Global in Berlin. Zuvor war sie als Head of Global Communications & Creative Strategy bei Rewe Digital tätig. In der neu geschaffenen Position verantwortet Guggenberger den weltweiten Kommunikations- und Marketingbereich inklusive

der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Bei Cube Global berichtet sie an den Executive Chairman **Torsten Oelke**.

2. **Kotlorz leitet Kommunikation des Universitätsklinikums Jena: Tanja Kotlorz** (50) ist seit dem 1. März Leiterin der Stabsstelle Unternehmenskommunikation und Pressesprecherin des Universitätsklinikums Jena. In ihrer neuen Position berichtet sie an den Klinikumsvorstand. Sie folgt auf **Stefan Dreising**, der zum Universitätsklinikum Düsseldorf gewechselt ist. Zuvor war Kotlorz Pressesprecherin bei den DRK Kliniken Berlin.
3. **Mund ist PR-Managerin beim Börsenverein des Deutschen Buchhandels: Cathrin Mund** (30) ist seit dem 1. März PR-Managerin beim Börsenverein des Deutschen Buchhandels in Frankfurt am Main. Zuletzt war sie Projektmanagerin Bildung bei Litcam, einer Gesellschaft, die sich für Bildungsgerechtigkeit und Integration einsetzt. Mund folgt auf und berichtet an **Thomas Koch**, der im Dezember zum Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit aufgestiegen ist.
4. **Logemann Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Uni Bremen: Kristina Logemann** (37) ist seit dem 1. März Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Universität Bremen. Zuvor war Logemann für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Jacobs University Bremen verantwortlich. In ihrer neuen Position berichtet sie an den Rektor der Universität Bremen **Bernd Scholz-Reiter** und an den Kanzler **Martin Mehrrens**. Der bisherige Leiter **Eberhard Scholz** ist Ende Februar in den Ruhestand gegangen.

Personalien compact - Unternehmen (9)
(10. KW-2017) →

1. **Mareverlag verpflichtet neue Pressesprecherin: Bettina Wittich** (28) verantwortet seit dem 1.



März als Nachfolgerin von **Stephanie Haack** die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Veranstaltungen im mareverlag in Hamburg. Zuvor arbeitete sie für die Thalia-Buchhandlungen in Hamburg und Stade, wo sie das lokale Marketing samt Veranstaltungsprogramm unterstützte. Zuvor absolvierte sie ein Volontariat im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Hoffmann und Campe Verlags. Vorgängerin Haack (38) verlässt den mareverlag Ende März.

2. **Köster ist Corporate Communications Manager bei Arri: Reagan L. Köster** (40) ist seit dem 1. März als Corporate Communications Manager bei der Arri AG in München tätig. Sie berichtet an **Ute Böhringer-Mai**, Head of Corporate Marketing & Communications. In der neu geschaffenen Position übernimmt Köster neben **Heiko Meyer**, dem Pressesprecher der Arri Gruppe, interne und externe Kommunikationsprojekte. Zuletzt war Köster als Product Manager International innerhalb der Verlagsgruppe Random House für den Prestel Verlag tätig.

3. **Froehner ist Director Corporate & Brand Communications bei Dawanda:** Ina Froehner ist seit dem 1. Februar Director Corporate & Brand Communications bei dem Onlinemarktplatz Dawanda in Berlin. In der neu geschaffenen Position leitet sie die Bereiche Corporate, Influencer und Product Relations, Brand Marketing sowie Offline Marketing und Events. Bislang war Froehner Head of PR sowie Pressesprecherin des Unternehmens. Die Position als Pressesprecherin wird sie auch weiterhin innehaben. Sie berichtet an den Chief Operating Officer **Daniel Kreter**.
4. **Scholbeck leitet Kommunikation bei Aldi Nord:** Florian Scholbeck (44) ist vom 1. April an Geschäftsführer Kommunikation bei Aldi Nord in Essen. Bislang war Scholbeck unter anderem als externer Berater für das Essener Unternehmen tätig. Zuvor arbeitete der Absolvent und Dozent der Deutschen Journalistenschule in München viele Jahre beim Bayerischen Rundfunk. Bei Aldi soll er die interne und externe Kommunikation strategisch fortentwickeln.
5. **Wolter leitet PR bei Capcom:** Claas Wolter (37) ist seit dem 1. März PR Manager Central Europe bei der Capcom Entertainment Germany GmbH in Hamburg. Wolter war bislang PR Director bei Marchsreiter Communications. In der neuen Position ist für die Pressearbeit in mehr als 40 Ländern zuständig. Er berichtet an den Marketing Manager Central Europe **Matthias Mirlach**. Sein Vorgänger **Paul Kautz** ist als Social Media Manager zu Listan gewechselt.
6. **Schneiderbanger verantwortet PR bei PrimaLoft:** Florian Schneiderbanger (32) ist seit dem 1. März European PR Manager bei der PrimaLoft GmbH in Taufkirchen. Er folgt auf **Irina Mock**, die das Unternehmen verlässt. Schneiderbanger verantwortet alle PR- und Kommunikationsthemen für die einzelnen europäischen Märkte. Bei PrimaLoft berichtet er an den European Marketing Manager **Michael Jakob**. Zuletzt



- war er Senior PR Manager bei Crystal Communications.
7. **Lilly Deutschland vergrößert Kommunikationsteam:** Eva Biesenbach verstärkt seit dem 1. März als Senior Product Communication Manager das Kommunikationsteam der Lilly Deutschland GmbH, Bad Homburg. In der neu geschaffenen Position wird sie vor allem die in den letzten Jahren stark gewachsene Business Unit Diabetes unterstützen. Biesenbach kann auf rund 20 Jahre Erfahrung in der Gesundheitskommunikation zurückblicken. Stationen Ihrer beruflichen Laufbahn waren unter anderem die internationalen Netzwerkagenturen Ogilvy Healthworld und zuletzt FleishmanHillard, beide Frankfurt am Main.
 8. **Sauerstein neu im Team von WestLotto:** Kristina Sauerstein (28) ist seit dem 1. März neue Referentin für Kommunikation/Public Affairs bei WestLotto in Münster. Sie folgt auf **Stefan Kilpper**, der das Stakeholder-Management bei Deutschlands größtem Lotterieveranstalter übernommen hat. Sauerstein war zuvor bei der Agentur Territory aus dem Hause Gruner + Jahr/Bertelsmann als PR-Managerin tätig. Sie berichtet bei WestLotto an den Leiter der Unternehmenskommunikation, **Axel Weber**.
 9. **Baron wechselt von Bitburger zu Kempinski:** Marc Baron (30) ist seit dem 1. März für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Hotels Vier

Jahreszeiten Kempinski München und des Kempinski Hotels Berchtesgaden als Director of Public Relations verantwortlich. Zuvor hatte er als Leiter Kommunikation bei Bitburger gearbeitet. Baron berichtet an **Axel Ludwig**, Geschäftsführender Direktor Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski München & Kempinski Hotel Berchtesgaden. Er folgt auf **Carolyn Grove-Skuballa**, die derzeit in Mutterschutz ist.

Personalien compact - Agenturen (8)
(10. KW-2017) →

1. **Bangemann leitet Kommunikation von Berylls Strategy Advisors: Christian Bangemann** (50) ist vom 15. März an Head of Communications bei Berylls Strategy Advisors GmbH in München. In der neu geschaffenen Position wird er die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Marketing-Aktivitäten verantworten. Er berichtet an die Geschäftsführer **Jan Burgard** und **Andreas Radics**. Zuvor war Bangemann PR Director Europe bei Jaguar Land Rover.
2. **möller pr baut Team aus:** Seit Anfang Februar verstärken **Roxana Müller** (26) und **Hendrik Vatheuer** (28) das Social Media-Team sowie den Geschäftsbereich Krisenkommunikation der Kölner Kommunikations-Agentur möller pr. Die studierte Kommunikationswissenschaftlerin Müller wird als Juniorberaterin Unternehmen im Content-Marketing unterstützen und Social Media-Auftritte betreuen. Vatheuer wird ebenfalls als Juniorberater für IT- und Technologie-Unternehmen sowie in der Krisenkommunikation tätig sein. Er kann auf ein Studium der Germanistik, Politikwissenschaft und Komparatistik verweisen.
3. **Vier neue PR-Trainees bei komm.passion:** Vier Trainees verstärken das Team von komm.passion an den Standorten Hamburg und Düsseldorf. **Tanja Freitag** (30) arbeitet seit 1. Januar im



- Healthcare-Team der Agentur. Sie promovierte zuletzt am Institut für Virologie der Philipps-Universität Marburg. **Leonie Mümmeler** (23) unterstützt seit 1. Februar ebenfalls das Healthcare-Team. Sie hat ihr Bachelorstudium im Fach Gesundheitsförderung absolviert. **Jana Hoppe** (22) ist seit 1. Februar bei komm.passion, nach Abschluss ihres Bachelorstudiums der Angewandten Kognitions- und Medienwissenschaften. **Rixa Christina Wolski** (23) ist seit 7. Februar im Team. Sie kann auf ein Bachelorstudium in Betriebswirtschaftslehre verweisen.
4. **Veränderungen bei der Kommunikationsberatung genius: Angelika Werner** (49) übernimmt zum 1. Mai den Bereich PR, Events, Marketing und ist darüber hinaus die Pressesprecherin bei der genius gmbh in Darmstadt. Sie kommt von der Frankfurt School of Finance & Management, wo sie als Leiterin Unternehmenskommunikation tätig war. Ebenfalls zum 1. Mai verändert sich **Jens Freitag**, der bisher die Leitung des Berliner Büros von genius innehatte. Er wechselt als Geschäftsführer zur GFPi, der Gemeinschaft zur Förderung von Pflanzeninnovationen e. V., und wird genius als Advisor weiterhin zur Verfügung

stehen. Interimsweise übernimmt **Nele Herrmann Valente** (38) die Leitung des Berliner Büros. Die Public Affairs-Beraterin kam vor zwei Jahren zu genius.

5. **Balzer Head of PR and Content bei adamicus:**

Petra Balzer verstärkt seit Januar als Head of PR and Content die adamicus GmbH in München. Sie berichtet direkt an die Geschäftsführung. Mit Balzer plant adamicus die PR und Content-Unit auszubauen, als eine weitere Kernkompetenz der Münchner Onlinespezialisten. Die Schwerpunkte liegen neben PR auf Blogger Relations, crossmedialen Angeboten und Content Marketing. Zuletzt verantwortete Balzer für die Kommunikationsberatung Salt Works (ehemals LessingvonKlenze) unter anderem die Betreuung von Portalen und Social Media-Accounts.

6. **Diekmann leitet das CB.e Neugeschäft: Jan Diekmann** (45) leitet seit dem 1. März den Bereich Neugeschäft / Business Development bei der CB.e AG in Berlin. Der Werbekaufmann und Kommunikationswirt kann auf mehr als 20 Jahre Erfahrung im Business Development zurückgreifen. In den vergangenen 12 Jahren verantwortete er das Business Development der DDB, zu seinen weiteren beruflichen Stationen zählen BBDO, PUBLICIS und die Hamburger Agentur Blöck Nagel. Bei CB.e wird Jan Diekmann das Neugeschäft strategisch neu ausrichten, um neue Impulse für die einzelnen Handlungsfelder der Agentur zu setzen und die Präsenz in Wettbewerben zu steigern.

7. **Wake up Communications freut sich über doppelte Verstärkung: Laura Fröhlich** (28) steigt bei der Düsseldorfer Agentur Wake up Communications ab sofort als Junior Communications Consultant ein. Die Aufgabenbereiche der studierten Ernährungswissenschaftlerin: klassische PR, Rezeptentwicklung und Content-Kreation. Zuletzt hatte Fröhlich als Junior PR-Beraterin bei Lottmann PR in Düsseldorf gearbeitet. Zudem wird **Luisa Schrafen** (24) die Agentur als



PR & Social Media Trainee in den Bereichen Marketing und PR unterstützen. Sie war dort bereits als studentische Hilfskraft tätig.

8. **Wallossek verstärkt CareerTeam: Jana Wallossek** betreut seit dem 01. Februar als Senior PR Manager die PR-Abteilung der CareerTeam GmbH. Die Hamburger Personalagentur möchte mit der neu geschaffenen Position den Kommunikationsbereich des Unternehmens erweitern. Wallossek war vorher bei der Kommunikationsagentur achtung! tätig. Zu ihren Aufgabenbereichen bei CareerTeam zählen Pressearbeit, Betreuung der Social-Media-Kanäle und Eventorganisation.

ETATS

Gemeinsam für vier Pfoten: Counterpart Group verantwortet PR-Etat von Yarrow →



Die niederländische Marke für biologisches Hunde- und Katzenfutter, Yarrow, verpflichtet die Counterpart Group 2017 als Leadagentur für PR-Maßnahmen in Deutschland. Der

Kölner Kommunikationsagentur wurde die Verantwortung für den nationalen PR-Etat des Unternehmens übertragen, das in Deutschland einer der führenden Hersteller für biologisches Hunde- und Katzenfutter ist. Die Maßnahmen umfassen PR-Arbeit, Influencer Relations sowie Social Media Management. Sichtbar wird die PR-Arbeit der Counterpart Group bereits mit der Kampagne „Bio-ist-besser“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (8) (10. KW-2017) →

1. Viessmann verpflichtet fischerAppelt

wer: Viessmann Werke GmbH & Co. KG, Allendorf (Eder)
 was: Bundesweite Verbraucherkampagne „Wir heißen Viessmann. Wie heizt Du?“
 an: **fischerAppelt**, Hamburg

2. Futterhaus vergibt Etat an GGH MullenLowe und Golin

wer: Futterhaus-Franchise GmbH & Co. KG, Elmshorn
 was: Gesamtetat für SEO und SEA inklusive der Online-PR-Betreuung
 an: **GGH MullenLowe** und **Golin Deutschland**, beide Hamburg

3. Storytelling für Paketdienstleister

wer: DPD (Schweiz) AG, Buchs ZH
 was: Corporate Communication, PR-Arbeit und Storytelling
 an: **concept communication GmbH**, Zürich

4. Innovative Lösungen in der Betonfertigherstellung bekannt machen

wer: Ratec GmbH, Hockenheim
 was: Presse- und Medienarbeit, Social Media und Content Marketing
 an: **Donner & Doria Public Relations GmbH**, Heidelberg



5. Hill+Knowlton unterstützt die „Revolution im Sport-Streaming“:

wer: DAZN / Perform Investment Limited, Feltham/UK
 was: strategische Kommunikation, Medienarbeit und Events für Livesport-Streamingdienst
 an: **Hill+Knowlton Strategies GmbH**, Berlin

6. Oberüber Karger kommuniziert für Torgau zum Reformationsjubiläum

wer: Stadt Torgau
 was: PR-Arbeit
 an: **Oberüber Karger Kommunikationsagentur GmbH**, Dresden

7. Farner kommuniziert für Seniorenbetreuer Home Instead

wer: Home Instead Schweiz AG, Möhlin
 was: PR, Content Marketing, Social Media
 an: **Farner Consulting AG**, Zürich

8. Hanna Instruments kommuniziert über Maisberger

wer: Hanna Instruments Deutschland GmbH, Vöhringen
 was: Content Marketing, Online-PR
 an: **Maisberger – Gesellschaft für strategische Unternehmenskommunikation mbH**, München

AGENTUREN

komm.passion-Dossier 1/2017:
Wahrheit, nein danke! →



„Postfaktisch“ wurde von der Gesellschaft für Deutsche Sprache zum Wort des Jahres 2016 gekürt. Doch wer sind eigentlich diejenigen, die es mit der Wahr-

heit nicht so genau nehmen? Die Düsseldorfer Kommunikationsagentur komm.passion ist dieser Frage gemeinsam mit dem Neuroinformatiker Dr. Klaus Holthausen nachgegangen. Über 6.000 Social-Media-Seiten hat man ausgewertet, die sich eindeutig dem postfaktischen Spektrum zuordnen lassen. Anschließend wurde ermittelt, welche gesellschaftlichen Milieus diese Seiten nutzen. Die Ergebnisse sind verblüffend. Es sind nicht die Abgehängten, sondern die, die unsere Gesellschaft lenken. Führungskräfte, Familienväter, engagierte Nachbarn, meist zwischen 40 und 60 Jahren alt. Ihre Heimat ist die bürgerliche Mitte. Sicherheit, Traditionen und Werte – dafür kämpfen sie. Lesen Sie im neuen [komm.passion-Dossier von Alexander Güttler](#) (Foto) wie es dazu kommt, dass die Macht der Wahrheit bröckelt und Postfaktiker kein Randphänomen sind.

Aus Zwei mach Drei: Profilwerkstatt erweitert Gesellschafterkreis →

Die Darmstädter Agentur Profilwerkstatt GmbH hat ihren Gesellschafterkreis erweitert. Christian Fill, der im Juni 2015 dritter Geschäftsführer der Profilwerkstatt GmbH neben Martina Keller und Ralf Ansoerge wurde, ist im Januar 2017 auch in den Gesellschafterkreis aufgenommen worden. Ansoerge und Keller ermöglichten Fill durch den Verkauf eigener Anteile den Eintritt. Ansoerge: „Anteile zu erwerben, ist ein starkes Statement. Anteile abzugeben, nachdem wir



23 Jahre lang alleine Gesellschafter waren, ist es aber auch.“ Keller ergänzte: „Christian setzt sehr viele gute Impulse und bringt viel strategisches Wissen mit. In diesem Jahr werden wir wohl die 60-Mitarbeiter-Marke knacken und das Büro in München nimmt immer mehr Fahrt auf. Umso mehr freuen wir uns, dass, Christian jetzt auch als Gesellschafter mit dabei ist.“ Die Kommunikationsagentur hat derzeit 54 Mitarbeiter an den Standorten Darmstadt und München.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (1) (10. KW-2017) →

1. **follow red feiert dreijähriges Bestehen in Berlin:** Der Berliner Standort der **Agentur für Erlebniskommunikation follow red, ehemals Roth & Lorenz**, feiert im März sein dreijähriges Bestehen. Mittlerweile stoßen die inzwischen zwölf Mitarbeiter unter der Leitung von Alex Leuker (39), Director Office Berlin, in der Oranienstraße 188 räumlich an ihre Grenzen und befinden sich aufgrund der guten Projektentwicklung weiterhin auf Expansionskurs. Die Stuttgarter Kernkompetenzen in den Bereichen Content, Erlebniskommunikation, Sponsoringberatung, Roadshows, Markenaktivierung werden inzwischen vollständig auch in Berlin gelebt.

ORGANISATIONEN

Larissa Alghisi neu im HarbourClub-Vorstand →



Die Mitgliederversammlung des HarbourClub hat am 10. März die Berufung von Larissa Alghisi (Foto) in den Vorstand bestätigt. Sie übernimmt ab 1. Juli die Auf-

gabe des Chief Communications Officer bei der Julius Bär Gruppe. Der HarbourClub ist ein Netzwerk von Kommunikationschefs von wichtigen schweizerischen Unternehmen und Organisationen in Zürich. Aufgrund beruflicher Veränderungen sind in den letzten zwölf Monaten Clarissa Haller (ehemals Credit Suisse), Peter Brun (ehemals Kuoni) und Thomas Truttmann (ehemals McDonald's Schweiz) aus dem Vorstand ausgeschieden. Sie wurden ersetzt durch Roman Sidler, Geberit, Myriam Käser, "NZZ" und Salomé Ramseier, Holcim (PRJ hatte berichtet), deren Wahl durch die Mitgliederversammlung bestätigt wurde. Neu kommt nun Larissa Alghisi hinzu. Damit wird der Vorstand auf ein Gremium von sieben CCOs erweitert.

PR-Studierende Hannover wählen neuen Vorstand →



Der Verein der Public Relations Studierenden Hannover e.V. (PRSH e.V.) hat einen neuen Vorstand. Auf der Jahreshauptversammlung am 7. März in Hannover wurde das vier-

köpfige Führungsteam gewählt, das den PRSH in das achte Vereinsjahr führen wird. Im Vorstand sind: Vivien Werner, Vorstandsvorsitzende; Niklas Fischer und David Cem Weißenborn, stellvertretende Vorsitzende; und Kim Güttler, Finanzvorstand. Sie lösen

Katalin Genius, Vorsitzende, und ihr Team mit Jil Jakob, Tanja Wente und Alessa Wesener ab. Als Förderer des PRSH gratuliert das „PR-Journal“ dem neuen Team zur Wahl und wünscht viel Erfolg. Beim alten Vorstandsteam bedankt sich das „PR-Journal“ für die gute Zusammenarbeit. Gerhard A. Pfeffer, Herausgeber und Gründer des „PR-Journals“: „Allen zusammen wünschen wir einen erfolgreichen Verlauf Ihres Studiums. Das ist das Wichtigste. Darüber hinaus aber kann man dem neuen und den alten Vorständen nur dankbar sein für ihre engagierte Arbeit für den PR-Nachwuchs. Dieses Interesse teilen wir.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BRANCHE

Diskussion bei der ECC'17: Lügen, das neue Erfolgsrezept in der Kommunikation? →

European Communications Convention



US-Präsident Trump tut es, der türkische

Präsident Erdogan tut es, die Brexit-Protagonisten tun es, und viele andere tun es auch: Sie verbreiten Lügen. Und weil dieser Begriff manch einem zu hart klingt spricht Kellyanne Conway, die Beraterin von Donald Trump, von „alternativen Fakten“. Dazu und zu anderen elementaren Themen unseres Berufs referieren und diskutieren internationale Experten bei der 3. European Communications Convention, die am 22. und 23. März im Münchener Schloss Nymphenburg stattfindet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Weltfrauentag: „Omniwomen Summit“ und „The Truth Unveiled“ →



Deutsche Kommunikationsagenturen sind beim Weltfrauentag 2017 am 8. März sehr präsent. Die Kommunikationsholding Omnicom hat 150 weibliche

Führungskräfte aus den Agenturen des Netzwerks sowie aus anderen Unternehmen zum ersten deutschen „Omniwomen Summit“ in Berlin geladen. Die Serviceplan Gruppe wiederum macht mit einer PR-Aktion auf ein in vielen Teilen der Welt virulentes Problem aufmerksam: Attacken auf Frauen durch Feuer oder Säure.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die kreativsten Content Marketing- und Corporate Publishing-Agenturen 2016 →



Das Fachmagazin „CP Monitor“ stellte am 7. März sein Ranking der kreativsten Dienstleister und Kunden 2016 in den Bereichen Content Marketing und Corporate Publishing vor. 36 nationale und internationale Corporate Publishing-/Content Marketing-

Wettbewerbe und Wettbewerbe mit CP- und Content Marketing-Kategorien hatte CP Monitor für dieses Ranking und Spezial-Rankings ausgewertet. Mit 128 Preisen führt die Content Marketing-Agentur C3 Creative Code and Content das Gesamt-Ranking an, das bereits zum sechsten Mal im gesamten DACH-Raum ausgelobt wurde.

Auf den Plätzen zwei bis zehn der Top Ten zu finden sind Territory (2), Hoffmann und Campe X (3), 3st kommunikation (4), loved/thjnk (5), fischerAppelt/Fork

Unstable Media (6), muehlhausmoers corporate communications (7), Bissinger [+] (8), PRH Hamburg Kommunikation (9) und Profilwerkstatt (10). Kreativster Kunde des Jahres ist die Daimler AG, gefolgt von Audi AG und Allianz Deutschland. Die Rankings [können hier eingesehen werden](#), Erklärungen dazu [gibt es hier](#).

Branche compact (1) (10. KW-2017) →

1. **Statistisches Bundesamt: Umsatzplus im Bereich "Information und Kommunikation":** Im Jahr 2016 stieg der Umsatz im Wirtschaftsbereich „Information und Kommunikation“ im Vergleich zum Vorjahr um 4,5 Prozent. Die Zahl der Beschäftigten erhöhte sich im selben Zeitraum um 3,5 Prozent. Dies teilte das **Statistische Bundesamt (Destatis) in Wiesbaden** mit. Der Umsatz in diesem Wirtschaftsbereich stieg im vierten Quartal 2016 gegenüber dem Vorjahreszeitraum nominal um 1,8 Prozent. Damit war der Umsatz seit dem vierten Quartal 2013 durchgängig jeweils höher als im entsprechenden Vorjahresquartal. Die Zahl der Beschäftigten stieg im Vergleich zum vierten Quartal 2015 um 3,6 Prozent.

MEDIEN

Mediaanalyse Radio: Radio NRW Spitze, Antenne Bayern verliert →

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) hat am 8. März ihre Zahlen für die „ma 2017 Radio I“ mit den Reichweiten von 100 einzeln ausgewiesenen Hörfunksendern und 102 Vermarktungskombinationen veröffentlicht. Die Analyse basiert auf 69.071 Interviews. Zugrunde gelegt sind jeweils die Hörer in

der Durchschnittsstunde montags bis freitags zwischen 6:00 und 18:00 Uhr. 78,1 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung beziehungsweise 56,627 Millionen Personen zählen zu den täglichen Radiohörern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (2) (10. KW-2017) →

- Kluth neuer Chefredakteur der „Handelsblatt Global“:** Wechsel an der Spitze der „Handelsblatt Global“: **Andreas Kluth** (46), derzeit Büroleiter des britischen „Economist“ in Berlin, übernimmt ab dem 1. April als neuer Chefredakteur die Leitung der englischsprachigen Ausgabe des „Handelsblatts“. Er folgt auf **Kevin O’Brien** (58), der sich neuen Aufgaben außerhalb der Verlagsgruppe Handelsblatt zuwenden wird. Kluth, der in New York geboren wurde, startete seine journalistische Karriere bei „The Economist“ 1997 als Korrespondent in London. Anschließend folgten Stationen in Hong-Kong (2000 bis 2003), San Francisco (2003 bis 2009) und Los Angeles. Seit 2012 leitet er das Economist-Büro in Berlin.
- Günther leitet NDR Radioteam im ARD-Hauptstadtstudio:** Die Hörfunk-Journalistin **Anja Günther** (48) wechselt zum 1. Mai ins ARD-Hauptstadtstudio und wird dort Leiterin der NDR Hörfunkgruppe. Dieses Korrespondenten-Team beliefert vorrangig die Radioprogramme des Norddeutschen Rundfunks mit Berichten, Analysen und Kommentaren zur Bundespolitik - auch aus norddeutscher Perspektive. Günther arbeitet seit 1996 für den NDR, zuletzt war sie Referentin des Programmdirektors Hörfunk in Hamburg. Ab 2006 war sie bereits fast sieben Jahre lang im ARD-Hauptstadtstudio als Hörfunk-Korrespondentin tätig. Sie tritt die Nachfolge von **Anna Engelke** an, die am 19. März Sprecherin des neuen Bundespräsidenten wird. Das PRJ **hatte darüber berichtet.**

SOCIAL MEDIA

Bringen Soziale Medien eine neue "Digital Divide"? →



Gebildete lesen Bücher, Bildungsfernere starren ständig auf ihr Handy und surfen geistesabwesend im Web 2.0

herum? Wer so denkt, irrt sich gewaltig. Denn in Deutschland gilt: Je höher die Schulbildung, umso mehr werden Soziale Medien genutzt. Das zeigt der online-repräsentative "Social-Media-Atlas 2016/2017" der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna. Im Mittel nutzen 76 Prozent aller Deutschen mit Internet-Zugang Soziale Medien. Überdurchschnittlich beliebt sind Youtube, Facebook, Twitter & Co dabei unter Abiturienten: 83 Prozent derjenigen, die eine allgemeine oder Fachhochschulreife als höchsten Abschluss in der Tasche haben, nutzen Social Media.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

REZENSIONEN

„Meinung Macht Manipulation“ - Medienkunde mit mittlerem Tiefgang →



Michael Steinbrecher ist eines der bekanntesten TV-Gesichter Deutschlands. Wer im „ZDF“ fast zwei Jahrzehnte von Fußball-Weltmeisterschaften und -Europameisterschaften, Olympischen Spielen und Länderspielen berichtet hat, den kennt man. Im „SWR“ moderiert er die Talkrunde

„Nachtcafé.“ Was eher Wenige wissen dürften, ist die Tatsache, dass Steinbrecher Journalismus und Kommunikationswissenschaften auch theoretisch analysiert – als Professor für Fernseh- und Crossmedialen Journalismus am Institut für Journalistik der TU Dortmund.

Gemeinsam mit seinem Professorenkollegen Günther Rager hat Steinbrecher Anfang März das Buch „Meinung Macht Manipulation. Journalismus auf dem Prüfstand“ herausgegeben. Es fasst die aktuelle Diskussion um die Qualität von Medien zusammen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

Essens Oberbürgermeister empfängt DPRG NRW →



Thomas Kufen, Oberbürgermeister der Stadt Essen, empfing am 8. März rund 40 Mitglieder der Deutschen Public Relations Gesellschaft

(DPRG) Nordrhein-Westfalen im Essener Rathaus. Das Thema des Treffens: „Gestern Kulturhauptstadt, heute grüne Hauptstadt Europas 2017. Welche Visionen gibt es für die Ruhrmetropole?“ 2010 war Essen stellvertretend für RUHR 2010 Kulturhauptstadt Europas. Ausführlich schilderte Kufen wie in wenigen Jahrzehnten aus einer grauen Stadt von Kohle und Stahl mit rußgeschwärzter Luft der Wandel hin zu einer Kultur- und Dienstleistungsmetropole neuen Typs gelungen ist. Bei diesem Imagewandel habe auch die Kommunikationsarbeit eine zentrale Rolle gespielt.

Foto: Gastgeber OB Thomas Kufen mit der Kommunikationschefin von Essen, Silke Lenz (M.), Udo Seidel, Vorsitzender DPRG NRW (r.), Susanne Kirchhof, DPRG Vorstand NRW (l.).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SEMINARE

Seminare compact (1) (10. KW-2017) →

1. **Praxistage Content Marketing am 4. und 5. Mai in Köln:** Am 4. und 5. Mai veranstalten die **SCM, Berlin und Kammann Rossi, Köln** erneut die Praxistage Content Marketing in Köln. Referenten aus renommierten Unternehmen und Agenturen geben in Form von Keynotes, Best Cases und Workshops spannende Einblicke in aktuelle Trends und Themen des Content Marketing. Informationen zum Programm sind [hier zu finden](#).

BILDUNG

DAPR-Grundausbildung: Start am 21. April in Frankfurt am Main →



Der nächste Starttermin für die DAPR-Grundausbildung am Standort Frankfurt am Main ist der 21.

April. Die Seminarreihe der Deutschen Akademie für Public Relations besteht aus vier Modulen von jeweils drei Tagen. Sie wendet sich vor allem an Volontäre und Trainees aus Agenturen oder Unternehmen sowie an Quereinsteiger, die sich das Wissen und die Fähigkeiten für eine erfolgreiche Kommunikation mit Stakeholdergruppen aneignen möchten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STUDIEN

Kommt gut an: „Wir können alles. Außer Hochdeutsch.“ →



Rund 70 Prozent der Deutschen kennt ihn: den Slogan „Wir können alles. Außer Hochdeutsch.“ des Landes Baden-Württemberg.

So lautet das Ergebnis einer Online-Befragung zu Marketing-Qualitäten von Bundesländer-Slogans von Studierenden der Universität Hohenheim. Die Notwendigkeit von Slogans ist unter den 1.247 Teilnehmern durchaus umstritten. Ein weiteres Ergebnis: „Lieber keinen Slogan als einen schlechten“, meinen 71,6 Prozent der Teilnehmer.

Die Studie fand im Rahmen des Projekts „Humboldt reloaded“ der Universität statt. 54,4 Prozent der Befragten finden Baden-Württembergs Slogan richtig gut und wählen ihn unter allen Slogans auf Platz eins. Platz 2 und 3 gehen an das Saarland („Großes entsteht immer im Kleinen“) und Thüringen („Hier hat Zukunft Tradition“) mit je 52,4 und 51,9 Prozent. Das Podest knapp verpasst hat Schleswig-Holsteins „Der echte Norden“ mit 50,8 Prozent. Schlusslicht der Beliebtheitsskala mit gerade einmal 15,1 Prozent ist Niedersachsen mit ihrem Slogan „Niedersachsen. Klar.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PREISE UND AWARDS

Touristik-PR: Die besten deutschen Agenturen gewählt →

Die Wahl zur touristischen PR-Agentur des Jahres endete mit einem Kopf-an-Kopf-Rennen zwischen der Berliner Agentur Genböck PR und Marina Noble /Noble Kommunikation, der Seriensiegerin der vergangenen sieben Jahre. Platz 3 errang wie im Vorjahr Uschi Liebl PR. Noch einmal getoppt wurde der

Teilnehmerrekord vom Vorjahr: Insgesamt 238 Juroren hatten sich an der Wahl beteiligt. Die Preisverleihung fand am 9. März auf der Internationalen Tourismus-Börse (ITB) in Berlin statt.

Unter den Top Ten der touristischen PR-Agenturen des Jahres haben sich weiterhin platziert: W & P Wilde & Partner (4), Angelika Hermann-Meier PR (5), Global Communication Experts (6), ART Redaktionsteam (7), Stromberger PR (8), KPRN Network (9) und BZ.Comm (10).



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Letzte Chance auf Karten für die Verleihung des PR-Preises in München →

Der Internationale PR-Preis 2017 der DPRG
 Mit Spannung wird die Verleihung des Internationalen Deutschen PR-Preises der DPRG am 23. März in München erwartet: Denn in diesem Jahr geht es nicht nur um die Frage, welche Kampagne in welcher Kategorie gewinnt, wer „PR-Kopf des Jahres“ wird, wer den Junior Award abräumt und wer den Wissenschaftspreis bekommt – sondern die Augen richten sich auf den neuen Ort der Veranstaltung, das Sofitel Bayerpost in München.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Preise und Awards compact (1) (10. KW-2017) →

1. **A&B One erhält Award „Das Goldene Stadttor“ für Imagefilm:** A&B One hat den internationalen Multimedia-Tourismus-Award „Das Goldene Stadttor“ erhalten. Ausgezeichnet wurde die Kommunikationsagentur für den **Imagefilm „Land zum Leben“, der für das Landesmarketing Mecklenburg-Vorpommern** entwickelt

wurde. Dafür gab es Gold in der Kategorie „Region“. A&B One realisierte den Imagefilm in Zusammenarbeit mit zwei kreativen Partnern aus Mecklenburg-Vorpommern, der Rabauke Filmproduktion und dem Regisseur Sebastian Lindemann aus Rostock. „Das Goldene Stadttor“ wird jährlich auf der Internationalen Tourismus-Börse (ITB) Berlin verliehen. Im Wettbewerb laufen unter anderem Filme von Städten, Gemeinden, Wirtschaftsregionen und der Tourismusbranche.

Versuche. Wir mussten diese immer mühsam löschen und sperren. Doch es nützte alles nichts - auch nicht unser eingebauter Captcha-Test zur Unterscheidung von Mensch und Robotern. Und nachdem unser Webmaster schrieb: „...damit müssen Sie leben, solange unseriöse Geschäftemacher ausgebeutete Menschen für 10 Cent die Stunde beschäftigen“, haben wir uns entschieden, auf die Möglichkeit zur Kommentierung der einzelnen Artikel zu verzichten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STAMM MEDIEN-NEWS

Stamm Medien-Newsletter März 2017 →

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (derzeit zirka 24.000) in Deutschland (Print / Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk / Radio + Fernsehen, Online (seit 2003)). Im Februar 2017 wurden 7.044 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 22.302 Medien. Der monatliche „Stamm Medien-Newsletter“ informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INTERNES - AUS DER REDAKTION

„PR-Journal“ ohne direkte Kommentarfunktion →

Seit 2005 wurden im „PR-Journal“ 1.702 seriöse Kommentare veröffentlicht - in den letzten Jahren leider mit abnehmender Tendenz, 2016 waren es nur noch 54. Zugenommen haben allerdings die unseriösen Spam-Kommentare, zuletzt wöchentlich bis zu 20

JOBANGEBOTE

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

Angebote (46)

Stellenangebote der Agenturen

- Junior-Berater(in) Blogger Relations & Social Media für Düsseldorf
- Öffentlichkeitsarbeit/Kommunikation (m/w), Olpe
- PR-Junior-Berater (w/m) für München
- Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Automotive & Technology, Hamburg
- Junior PR-Texter/in, Berlin
- 2 PR-Berater (m/w), Köln/Berlin
- Bi-lingual Editor (m/f) English-German, Cologne
- Redakteur (m/w) mit ausgewiesener IT/TK-Kompetenz, Köln
- Junior PR Berater (m/w), Köln
- PR Berater/in Food, Hamburg

- Redakteur/Senior Editor (m/w) Corporate Publishing/Content Marketing, Hannover
- PR-Berater (m/w), Food & Drinks, Vollzeit/Teilzeit (Rhein-Neckar)
- PR-Berater (m/w) mit Social Media Erfahrung, 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 (m/w) 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

Stellenangebote der Behörden (Öffentl.Dienst)

- Leiterin/Leiter Marketing und Kommunikation, Essen

Stellenangebote der Medien

- Nachrichtenredakteur (m/w) in Teilzeit, Mainz

Stellenangebote der Unternehmen

- Kommunikations- und PR-Manager/in, Worms
- PR-Assistent (m/w) in Teilzeit, Stuttgart
- Senior Manager Corporate Communications (m/w), Neuburg a.d.D.
- Pressereferent (w/m), Neckarsulm

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 13. März 2017 um 17:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.252 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 26,2 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 19.215 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.