

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 375 / 12. KW 2013

**Letzter Abgabetermin für das PR-Ranking
2012: 27. März 2013!!!**

Wer noch teilnehmen möchte, kann sich den

PDF-Fragebogen hier herunterladen:

<http://datenbanken.pr-journal.de/images/stories/ranking/fragebogen%20opr-ranking%202012.pdf>.

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 375. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 42 Einzelmeldungen):

1. *Stefan Plöchinger: Wie innovativ Journalismus sein muss*
2. *Werbung verliert, Marketing erodiert, PR gewinnt*
3. *Was bedeutet das Leistungsschutzrecht für die PR-Branche?*
4. *Interbrand veröffentlicht Best Retail Brands 2013 - Aldi weiter auf Platz 1*
5. *Birgit Deller wechselt zu Hill+Knowlton*
6. *Personalien compact - Agenturen (5) (12. KW-2013)*
7. *Personalien compact - Unternehmen (6) (12. KW-2013)*
8. *Personalien compact - Sonstige (7) (12. KW-2013)*
9. *We do setzt sich mit Prominenten gegen Diskriminierung ein*
10. *Etats compact (11) (12. KW-2013)*
11. *komm.passion-Dossier 6: Fesselspiele / Storytelling*
12. *Cocomore AG bündelt internationale Aktivitäten in Frankfurt am Main*
13. *PRVA bestätigt gesamtes Vorstandsteam*
14. *Fink & Fuchs PR beginnt eine virtuelle Zeitreise*
15. *Peter und Florian Haller sowie Peter Schmidt in die „Hall of Fame der Deutschen Werbung“ aufgenommen*
16. *BdP beruft Wissenschaftlichen Beirat*
17. *Branche compact (1) (12. KW-2013)*
18. *Stefan Aust: Die Medien haben den Sprung in das Online-Geschäft nicht geschafft*
19. *Hoher Nutzwert für interne Kommunikatoren*
20. *LSR: Netzpolitischer Theaterdonner*
21. *Journalisten-Trends (1): Versicherer - Verbraucher im Fokus*
22. *Medien compact (1) (12. KW-2013)*
23. *Das Social Media Universum kritisch hinterfragt - Stillstand oder Evolution im Unternehmen*
24. *Food-Blogger Björn: Bemüht euch um uns*
25. *CSR-Kommunikation der Lebensmittelwirtschaft auf gutem Weg*
26. *Grayling PULSE-Studie: Soziale Verantwortung kommt von innen*
27. *CSR compact (2) (12. KW 2013)*
28. *PR-Interview Nr. 90. Melanie Tamble: PR war und ist öffentlich!*
29. *Gericht: Unser Ostermenu – das Dessert*
30. *Suchmaschinenoptimierung: Auf welche Suchbegriffe optimiere ich meine Webseite?*
31. *Österreich: Die heimische PR-Branche trotz der Krise. Wie das?*
32. *Neue PR-Ausbildungsangebote in der Schweiz*
33. *Bildung compact (3) (12. KW-2013)*
34. *Kommunikation zur Energiewende gilt als qualitativ schlecht*
35. *Umfrage Hochschule Pforzheim: Zukunft der Kommunikation*
36. *PR versus HR: Wer hat die Lizenz zur Personalkommunikation?*
37. *Termine compact (5) (12. KW-2013)*
38. *Wann sollen Mitarbeiter von einer Firmenkrise erfahren?*
39. *Neuartige Mediendatenbank*
40. *Sprechen wir über Geld: Wie finden Freelancer ihren Preis?*
41. *Verdienstunterschiede von Frauen und Männern bleiben weiter bestehen*
42. *Tipps compact (1) (12. KW-2013)*
43. *Ratgeber "PR-GEIL! Eine Bestandsaufnahme" erschienen*
44. *Jobbörse*
45. *Impressum*

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site
Ihr Gerhard A. Pfeffer und das PRJ-Team

Stefan Plöchinger: Wie innovativ Journalismus sein muss

In dem soeben erschienenen Buch schreibt der Stefan Plöchinger, Chefredakteur von "SZonline" über neue Wege im Journalismus. Alles schon gehört? Nein. Nicht mit so viel Herzblut. **"Journalismus in der digitalen Moderne"** heißt ein Buch, das in diesen Tagen erscheint - der Titel beschreibt in seiner Nüchternheit, was viele Kollegen in diesen Jahren des Umbruchs und der gefühlten Dauerkrise umtreibt: Wie verändert die Digitalisierung unsere Profession? Ich wurde, nach sechs Jahren im Online-Journalismus und vielen Gesprächen mit Digital-Kollegen etlicher großer und kleiner Medienhäuser, um ein Kapitel über Innovation und Innovationskultur gebeten, das ich auch hier veröffentliche.

Den Artikel von Stefan Plöchinger am 24. März auf der Internetseite "Carta" hier online weiterlesen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Werbung verliert, Marketing erodiert, PR gewinnt

Was bis vor kurzem schwer vorstellbar war, zeigt eine neue Studie des Faktenkontors sehr deutlich: Die Werbung verliert an Relevanz zu Gunsten von Marketing und Pressearbeit. 69 Prozent der Topentscheider aus großen deutschen Unternehmen sehen eine wachsende Bedeutung des Marketings in den nächsten drei Jahren. In der Pressearbeit sind es 61 Prozent und in der Werbung nur bescheidene 23 Prozent. Die Topmanager glauben nicht mehr an die Wirkung der Werbung in ihren Zielgruppen. Aus ihrer Sicht ist die Pressearbeit am besten geeignet, Mitarbeiter, Finanzmarkt und wichtige Multiplikatoren zu erreichen und zu beeinflussen. Bei Kunden sehen sie das Marketing vorne. Das



ergibt die Studie „Werbung verliert, Marketing erodiert, PR gewinnt“ des Faktenkontors mit dem "Welt"-Entscheiderpanel.

Weitere Informationen hier auf der Seite von Faktenkontor.

Was bedeutet das Leistungsschutzrecht für die PR-Branche?

Leistungsschutzrecht für Presseverlage. Das Leistungsschutzrecht steht auf der Agenda von Politik und Medien hoch im Kurs. Ein komplexes Thema, das polarisiert. Verschiedene Interessengruppen befinden sich seit Monaten in einer hitzigen Diskussion im Spannungsfeld von Internet- und Urheberrecht. Der Bundestag hat das Gesetz Anfang März verabschiedet; nun kann nur noch der Bundesrat Ende März einen Einspruch einlegen (*...hat er nicht, wie inzwischen bekannt*). Das Leistungsschutzrecht verbietet, dass Pressezeugnisse zu gewerblichen Zwecken durch Suchmaschinen oder ähnliche Dienste öffentlich zugänglich gemacht werden. Es sei denn, es handelt sich um einzelne Wörter oder Textauschnitte – eine genaue Textlänge wurde jedoch nicht definiert. Was bedeutet das Leistungsschutzrecht für die PR-Branche? Können sich Öffentlichkeitsarbeiter entspannt zurücklehnen oder sind auch sie von dem Gesetz betroffen? Wenn ja, inwiefern?

Den Artikel von Severine Bunzel am 19. März im "PR-Agentur Blog" der Hannoveraner PR-Agentur prdienst.de hier online weiterlesen.

Interbrand veröffentlicht Best Retail Brands 2013 - Aldi weiter auf Platz 1

Aldi, Lidl und Edeka sind weiterhin die drei wertvollsten Einzelhandelsmarken Deutschlands. Aldi belegt mit 2,92 Mrd. US-Dollar unangefochten Platz 1, muss aber gegenüber 2012 einen Markenwertverlust von sieben Prozent hinnehmen. Bereits im Jahr davor musste der Lebensmittel-Discounter einen herben Markenwertverlust von elf Prozent verkraften. Doch trotz der Verluste haben Aldi Nord und Aldi Süd einen der höchsten Markenstärkewerte über das gesamte Ranking hinweg und können sich so behaupten. Lidl schiebt sich in diesem Jahr mit einem Zuwachs von acht Prozent und einem Markenwert von 1,52 Mrd. US-Dollar auf Rang zwei vor und tauscht mit Edeka die Plätze. Edekas Markenwert ist ebenfalls gestiegen und zwar um fünf Prozent, konnte damit seine Stellung aber nicht halten. Der größte Gewinner in Deutschland heißt in diesem Jahr dm. Die Drogerie-Marke kann mit 19 Prozent den höchsten Wertzuwachs verzeichnen und gehört damit auch zu den Aufsteigern der diesjährigen Best Retail Brands Studie. Die Parfümeriekette Douglas ist der diesjährige Neueinsteiger auf Rang 10.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Birgit Deller wechselt zu Hill+Knowlton

Birgit Deller verstärkt zukünftig als Senior Account Director den Healthcare-Bereich von Hill+Knowlton Strategies in Deutschland mit Dienstsitz in Frankfurt am Main. Sie wird an Christian Schmuck, den neuen Board Director für Healthcare, berichten. Die 46-jährige



Seniorberaterin ist seit über zehn Jahren in der Healthcare-PR tätig und bringt Erfahrungen insbesondere in der strategischen Beratung, Entwicklung und Durchführung mit. „Die Anforderungen an die Gesundheitskommunikation werden aufgrund der demographischen Veränderungen und des technischen Fortschritts immer vielschichtiger. Gerade hier bietet Hill+Knowlton Strategies viele Gestaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten, die es erlauben, dem Kunden individuelle Maßnahmen vorzuschlagen und ihn so seinen Unternehmenszielen näher zu bringen“, sagt Deller. "Ich freue mich darauf, mit den kompetenten und hochmotivierten Kollegen im Healthcare-Team von Hill+Knowlton Strategies erfolgreich innovative und maßgeschneiderte Kommunikationskonzepte für Kunden zu entwickeln und umzusetzen."

Personalien compact - Agenturen (5) (12. KW-2013)

1. **Matthias Graf** wird ab dem 2. April neuer **CEO** von **Burson-Marsteller in der Schweiz**. Er leitet die Schweizer Niederlassung mit 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Büros in Zürich, Bern und Genf. Graf löst **Marie-Louise Baumann** ab, die den CEO-Posten erst im November 2012 interimistisch von **Urs Rellstab** übernommen hatte. Baumann wird nun bei der PR- und Kommunikationsagentur im Verwaltungsrat das Präsidium übernehmen. Graf war zuletzt Leiter Corporate Communications bei Ringier.
2. **Blazey Pacak** (28) wurde neuer Projektleiter bei east end communications in München. Er kommt von der Eventabteilung der Kommunikationsagentur Serviceplan. Zu seinen Kernaufgaben gehören neben der eigenverantwortlichen Betreuung von Event-Projekten – Planung, Organisation und Durchführung – auch die kreative Konzeption sowie die

strategische Kundenberatung. Zusätzlich trägt Pacak die Etat- und Personalverantwortung im Rahmen seines Teams.

3. **Ralph Marko** (32) wird neuer Account Manager PR bei der Kommunikationsagentur Achtung! GmbH in deren Hamburger Büro. Er wird vor allem den Kunden WestLotto betreuen. Marko war zuvor bei der Tivola Publishing GmbH, Hamburg als Referent Marketing und PR tätig.
4. **Dieter Reindt** ist verstärkt seit Ende Februar das Team der Public Relations-Unit PR Plus der Kommunikationsagentur Leven in Köln. Er hat nach seinem Journalismus- und PR-Studium als Lifestyle- und Stadtmagazin-Journalist gearbeitet. Die seit 1993 bestehende Plus PR betreut Kunden aus den Bereichen Uhren- und Schmuck, IT und Web 2.0, Film- und Medienwirtschaft, Energieversorgung und der Automobilbranche.
5. **Knut Engelmann** (44) wird neuer Partner der Communications & Network Consulting AG (CNC) - 2002 gegründet vom ehemaligen Reemtsma- und Daimler-PR-Chef **Christoph Walther**. Der Frankfurter CNC-Standort mit derzeit zwölf Beratern wird damit von zwei Partnern - **Mirko Wollrab** und Engelmann - geführt. Insgesamt hat CNC, eine führende internationale tätige Beratung für strategische Kommunikation mit Hauptsitz in München, künftig elf Partner. Engelmann war bislang Chefredakteur des Wall Street Journal Deutschland, der deutschsprachigen Website des Wall Street Journal sowie der Nachrichtenagentur Dow Jones Newswires in Deutschland. Der studierte Wirtschaftswissenschaftler war zuvor 16 Jahre bei Reuters tätig, zuletzt als Wall Street Editor und Global Company News Editor in New York.

Personalien compact - Unternehmen (6) (12. KW-2013)

1. **Manfred Höhn** wird Leiter der externen Kommunikation des zur Kion Group gehörenden Gabelstaplerherstellers **Linde Material Handling** in Aschaffenburg. Zum 1. Mai wird er Nachfolger von **Detlef Sieverdingbeck**, der das Unternehmen Ende April auf eigenen Wunsch verlässt.

7. Fachtagung 25.-26. April 2013 · Berlin

KRISENKOMMUNIKATION

STRATEGIEN UND TOOLS IM LEBENSZYKLUS DER KRISE

Pferdefleischskandal & Plagiatsaffäre:
Krisen sind ein hochaktuelles Thema. Die 7. Tagung Krisenkommunikation zeigt, wie Sie in Krisenzeiten erfolgreich kommunizieren.



Referenten (u.a.): Alexandra Bufe, Ergo Versicherungen
• Dr. Stefan Hartwig, Karstadt • Patrick Kammerer, Coca-Cola • Thomas Voigt, Otto Group • Georg Streiter, Presse- und Informationsamt der Bundesregierung

www.tagung-krisenkommunikation.de 

Höhn war bisher bei Linde Material Handling zuständig für Markenführung und Markenkommunikation, jetzt verantwortet er zusätzlich die externe Kommunikation. Sieverdingbeck war seit Mitte 2010 im Amt, seine Position wird nicht wieder besetzt.

2. **Claudia Fasse**, Direktorin der Unternehmenskommunikation bei der **Kölner Ströer AG**, verlässt das Unternehmen Ende März, um sich neuen Herausforderungen zu stellen, heißt es in einer Mitteilung. Fasse hatte die Unternehmenskommunikation kurz nach dem Börsengang 2010 übernommen und in den Sparten Finanzen, Marketing, Interne- und Regional-Kommunikation für Deutschland, die Türkei und Polen neu aufgestellt. Bevor Fasse zu Ströer kam, war sie Konzernsprecherin der Beiersdorf AG.
3. **Markus Ross** (38) steigt beim internationalen Technologieberatungsunternehmen **Altran**, Frankfurt am Main, zum neuen **Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** in Deutschland auf. In seiner neuen Funktion berichtet er an **Susanne Merbold**, Head of Marketing and Communications in Deutschland. Ross kam 2009 zur Altran Group und verantwortete dort zunächst als Senior

Marketing Manager die Kommunikation bei der IT-Tochter Altran CIS. Vor seinem Einstieg bei Altran war Ross Projektleiter und stellvertretender Bereichsleiter für Marketing und PR in der Deutschlandzentrale von GO! General Overnight in Bonn.

4. **Alexander Försch** (33) wird ab dem 1. April neuer **Head of Communication** bei **Cartier Northern Europe** in München. Försch ist bereits seit 2007 bei Cartier. In seiner neuen Funktion zeichnet er für die Bereiche Media, Visual Merchandising und Events verantwortlich. Das PR-Team Cartier Northern Europe wird ergänzt von **Antje Achter-Zens** (35). Sie kommt als **PR-Manager** ins Richmond Headquater nach München. Sie betreut unter der Leitung von **Christina Hildebrandt**, PR Director Cartier Northern Europe, ab sofort hauptsächlich die Bereiche Jewellery und Parfums & Eyewear. **Stefanie Drexler** betreut weiterhin als PR-Expertin den Bereich Uhren.
5. **Anja Graf** (44) ist neue Leiterin der Unternehmenskommunikation der **Brose Fahrzeugteile** in Coburg. Als Unternehmenssprecherin ist sie für die globale Unternehmenskommunikation sowie das Marketing der Brose Gruppe mit rund 20.500 Mitarbeitern an 53 Standorten in 23 Ländern verantwortlich. Zuvor hatte Graf sechs Jahre die Leitung der Abteilung Communications & Marketing des internationalen Technologieunternehmens ContiTech AG, Hannover, inne.
6. **Silke Trösch** (44) ist schon wieder weg bei Hubert Burda Media in München. Im Juni war sie von Kraft Foods in Bremen (Director Corporate & Government Affairs) als Direktorin Unternehmenskommunikation zu Burda nach München gewechselt. Vorstandsmitglied **Philipp Welte** übernimmt bis zur Nachfolgeregelung die kommissarische Leitung der Kommunikation.
7. **Björn Peter Emde** (40) wechselt zum April 2013 zur Holding des Schweizer Versicherungskonzerns Zurich Insurance Group in Zürich. Der Deutschamerikaner und gelernte Rechtsanwalt verantwortet bei der Zurich als Senior Manager Media Relations kommunikativ das Thema Global Life Insurance sowie die Kommunikation des Verwaltungsratspräsidenten. Emde berichtet an **Maeve Gallagher**, Global Head Media

Zimpel PR-Frühstück 2013



Genießen Sie auch dieses Jahr wieder ein reichhaltiges Frühstücksbuffet mit Kollegen aus der PR-Branche!
Parallel erhalten Sie hilfreiche Tipps für erfolgreiche PR-Arbeit.

Hamburg - Berlin - München - Köln - Frankfurt - Stuttgart - Leipzig

Teilnahme kostenlos! Mehr Infos hier >> 

Relations. Zuletzt leitete er für den chinesischen Solarkonzern Suntech seit 2010 die europäische Kommunikation, Verbandsarbeit und Public Affairs.

Personalien compact - Sonstige (7) (12. KW-2013)

1. **Dietrich Holler**, bisher freier Journalist und selbständig mit dem Redaktionsbüro Vox Viridis, wird Anfang April die Kommunikation der **Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (DLG)** in Frankfurt am Main übernehmen. Holler war von 2004 bis 2011 Chefredakteur der „Agrarzeitung“, arbeitete zuvor in der Redaktion der „Lebensmittel-Zeitung“ und freiberuflich für die Wissenschaftsredaktion des „Göttinger Tageblattes“.
2. **Reinhard Hönighaus**, bis zum Ende **Chefkorrespondent der „Financial Times Deutschland“ (FTD)** in Frankfurt am Main, wird Anfang April in Berlin Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland. Hönighaus war von 2007 bis 2010 bereits Korrespondent für die FTD in Brüssel.
3. **Katja Angeli** (35) hat im **Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)**, Berlin, am 18. März die neu geschaffene Position der **Leiterin des Bereichs Medienbetreuung** übernommen. Gleichzeitig ist sie **stellvertretende Pressesprecherin** geworden. Der Bereich Medienbetreuung bildet gemeinsam mit dem Pressereferat und dem Referat Öffentlichkeitsarbeit den Presse- und Informationsstab im BMFSFJ. Angeli kam

- 2010 als Pressereferentin ins BMFSFJ. Zuvor war sie Pressesprecherin im Bundesamt für Migration und Flüchtlinge.
4. **Regina Pinna-Marfurt** wird Mitte April Nachfolgerin von **Nina Volles** als **Managing Director für das Executive Master of Science in Communications Management (EMScom)** an der **USI Università della Svizzera italiana** in Lugano. Volles, die das Programm seit 2004 erfolgreich leitet, will sich neuen Aufgaben widmen. Pinna-Marfurt arbeitete zuletzt als freie Kommunikations- und PR-Beraterin.
 5. **Bruno Schmucki** (48) hat Anfang März die Stelle als **Leiter Kommunikation** bei der schweizer **Gewerkschaft Syndicom** in Zürich angetreten. Er ist gleichzeitig auch Pressesprecher. Seine Stellvertreterin ist **Nina Scheu**. Schmucki war zuvor Leiter der Kommunikationsabteilung der Behindertenorganisation Procap Schweiz.
 6. **Martin Scheele** verstärkt ab sofort die Redaktion der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor. Der 41-jährige Wirtschaftsjournalist kommt von Gruner & Jahr. Zuletzt verantwortete er beim Unternehmermagazin „Impulse“ den Onlineauftritt. Scheele berichtet im Faktenkontor an Redaktionsleiter **Jochen Eversmeier**. Vor seiner Tätigkeit für „Impulse“ war Scheele fünf Jahre zuständig für die Seite 2 ("Köpfe und Karrieren") der „Financial Times Deutschland“ (FTD).
 7. **Annika Holst** (29) verstärkt ab dem 1. April als Junior Referentin Kommunikation die Geschäftsstelle des Deutschen Marketing-Verbands e.V. (DMV) in Düsseldorf. Sie folgt auf **Stefanie Meier**, die in das Ressort Verbandsmanagement wechselt. Holst berichtet an den Leiter Kommunikation **Carlo Teichmann** und unterstützt ihn bei redaktionellen Aufgaben, Community-Management, Fachpressearbeit, Sponsoringkonzeptionen, Veranstaltungen, Gremiensitzungen und weiteren Verbandsprojekten. Zuvor hat Holst in Mönchengladbach als Junior-Beraterin bei Relations & Co – Marketing und Kommunikation gearbeitet.



Etats

We do setzt sich mit Prominenten gegen Diskriminierung ein

Mit einer Prominentenkampagne setzt die Berliner Agentur We Do Communication GmbH deutliche Zeichen gegen Diskriminierung. Anlässlich der internationalen Wochen gegen Rassismus startet Gesicht Zeigen! eine neue bundesweite Kampagne. Prominente werben auf Plakaten mit irritierenden Sprüchen für mehr Respekt. Über dem Foto von Berlins Regierendem Bürgermeister Klaus Wowereit steht zum Beispiel groß „Ich bin Migrant“. Unter dem unerwarteten Bekenntnis folgt dann etwas kleiner der Text „wenn du was gegen Migranten hast“. Hinter der Kampagne steckt der Verein „Gesicht Zeigen! für ein weltoffenes Deutschland“, der sich seit Jahren für mehr Toleranz einsetzt. Die Konzeption und Umsetzung verantwortet die Agentur We Do.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (11) (12. KW-2013)

1. Rowa Automatisierungssysteme GmbH, Kelberg
was: Kommunikation für CareFusion
an: **Schwarz & Bold GmbH**, Frankfurt am Main
2. Webhoster Mittwald, Espelkamp
was: Marken- und Kommunikationskonzept
an: **Rheinfaktor Agentur für Kommunikation GmbH**, Köln

3. LEO Pharma GmbH, Neu-Isenburg
was: Strategische Beratung und
Pressearbeit für das Medikament Picato
an: **Edelman Healthcare**, Frankfurt am
Main
4. Bureau National Interprofessionnel du
Cognac (BNIC), Dachverband der Winzer
sowie Cognac der Appellation (AOC)
was: PR-Etat Cognac 2013
an: **Integra Communication**, Hamburg
5. Multi-Channel-Anbieter für
Geschenkgutscheine Retailo AG, Köln
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für
Geschäfts- und Endkunden-Themen
an: **Morepublic**. - Partner für PR und
Medien, Köln
6. Bundesministerium der Verteidigung
(BMVg), Berlin
was: Jugendmarketing der
Bundeswehr/Großevent "Bw-Beachen 2013"
an: **Havas PR**, Büro Hamburg
7. Internationales Wirtschaftsmagazin "The
Economist", London
was: Kommunikationsarbeit in Deutschland
an: **Plümer)Communications**, Hamburg
8. Intersport-Gruppe, Heilbronn
was: PR für Launch des deutschen Online-
Shops
an: **Blumberry**, Berlin
9. Performance-Marketing Unternehmen
Tradedoubler, München
was: Fortsetzung der Zusammenarbeit / PR-
Beratung
an: **Oseon**, Frankfurt am Main
10. Hamburger Feuerkasse (älteste
Versicherung der Welt)
was: Mediaberatung beim neuen
Markenauftritt, PR-Maßnahmen
an: **JOM Jäschke Operational Media**,
Hamburg
11. Skandinavisches Designer Schmuck-Label
Dryberg/Kern, Kopenhagen
was: PR und Pressearbeit, Begleitung bei
Event-Veranstaltungen
an: **PR + Presseagentur Textschwester**,
Neuss



Branche

komm.passion-Dossier 6: Fesselspiele / Storytelling



Die digitale Revolution ist längst in unseren Köpfen angekommen – doch im Corporate Publishing überwiegt immer noch das Denken in Print. Dabei gibt es gerade hier äußerst spannende digitale Möglichkeiten zur Kundenbindung. Für jeden Autoren, Journalisten und Corporate Publisher ist die jüngste Stufe der digitalen Revolution ein einziger Glücksfall. Seit dem Durchmarsch der Tablets und Mobile-Technologie können wir unsere Geschichten noch spannender, unterhaltsamer, interaktiver erzählen. An die Stelle der ein-dimensionalen Reportage rückt das non-lineare, viele Kanäle vernetzende Storytelling. Zugegeben, bereits in den vergangenen Jahren gab es die ersten verhaltenen Schritte in diese Richtung – doch erst jetzt wird vielen klar, welche fabelhaften neuen Möglichkeiten ihnen geboten werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Cocomore AG bündelt internationale Aktivitäten in Frankfurt am Main

Die Cocomore AG, eine Agentur für Kommunikation und IT, will ihr Geschäft ausbauen und hat dazu internationale Aktivitäten mit der Gründung der Tochter Cocomore International GmbH gebündelt. Die Cocomore International GmbH hat ihren Sitz seit Dezember 2012 in Frankfurt am Main. Zur Geschäftsführung gehören neben Dr. von Freyberg auch Marc Kutschera und Ulrike Arendt. Zu den langjährigen Kunden der bereits im Jahre 2000 gegründeten Mutter gehören unter anderem Nestlé, Procter & Gamble, der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e. V. (VDMA), Sanofi, Rossmann und RTL. Die Cocomore AG hat über 140 Mitarbeiter und arbeitet zusätzlich mit 80 Freelancern. Cocomore hat nach eigenen Angaben Projekte in über 30 Ländern realisiert und ist aktives Mitglied im World Wide Web Consortium (W3C) sowie im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V.

PRVA bestätigt gesamtes Vorstandsteam

Ingrid Vogl heißt die neue und alte Präsidentin des PRVA. Bei der Generalversammlung am 21. März in Wien wurde die selbständige Kommunikationsberaterin für eine weitere Amtszeit von zwei Jahren gewählt. Auch die übrigen Vorstandsmitglieder wurden in ihrem Ämtern bestätigt: PRVA-Vizepräsident Peter N. Thier, Bereichsleiter Corporate Communications bei der AUA, Susanne Senft, Geschäftsführerin von Senft & Partner und der Agentengruppe PR Quality Austria, die ab sofort die Funktion der zweiten Vizepräsidentin übernimmt, Andrea Winter, Bereichsleiterin Marketing und Kommunikation beim Österreichischen Roten Kreuz in der Funktion der Generalsekretärin, sowie Finanzreferentin Ute Greutter, selbständige

Kommunikationsberaterin. Nina Auinger-Sutterlüty, Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Kunsthistorischen Museums wurde Schriftführerin. Neu ins Vorstandsteam gekommen sind: Jürgen Gangoly, Geschäftsführer von The Skills Group, Birgit Parade, Gesellschafterin der Feinkost MEDIA und Leiterin der prNa, der Newcomer-Mitglieder im PRVA und Andreas Bauer, PR-Verantwortlicher bei Knauf.

Fink & Fuchs PR beginnt eine virtuelle Zeitreise

Kaum zu glauben, wie schnell die Zeit vergeht: Fink & Fuchs Public Relations feiert in diesem Jahr 25-jähriges Jubiläum, genauer gesagt am 27. Juni 1988, unserem Gründungstag. Es ist schön zu sehen, wie sich das Unternehmen über die Jahre entwickelt hat und sich dank der Leistung des gesamten Teams und des Vertrauens unserer Kunden als Qualitätsadresse in der Kommunikationsbranche etabliert hat. 25 Jahre – für uns ein Anlass, die Zeit einmal Revue passieren zu

lassen...

So schreibt Stephan Fink, Vorstand von Fink & Fuchs PR, Wiesbaden/München, am 22. März im Newsroom seiner Agentur. Das ist ein interessantes und verdienstvolles Projekt. Erfahren wir so nicht nur einiges über die Agentur, sondern auch über die Zeit und die PR- und Kommunikations-Branche. Die ersten Beiträge: 1988: Start in der Gustav-Freytag-Straße / 1989: Die Mauer fällt / 1990: "Go West".

Und hier können Sie das alles selbst online nachlesen und miterleben.

Peter und Florian Haller sowie Peter Schmidt in die „Hall of Fame der Deutschen Werbung“ aufgenommen

Die WirtschaftsWoche begrüßt drei neue Mitglieder in der Hall of Fame der Deutschen Werbung: Mit Peter und Florian Haller, Gründer und Geschäftsführer der Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation, sowie Peter Schmidt, Inhaber der gleichnamigen Designagentur, wurden am 18. März in Berlin drei herausragende Persönlichkeiten der Werbebranche geehrt. Mit der Aufnahme in die „Hall of Fame der Deutschen Werbung“ honoriert die "WirtschaftsWoche" jedes Jahr besondere Berufs- oder Lebensleistungen, die die deutsche Werbung nachhaltig geprägt haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BdP beruft Wissenschaftlichen Beirat

Als Verbindungselement zwischen Kommunikationspraxis und -wissenschaft wirkt der neu berufene Wissenschaftliche Beirat des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher (BdP) in Berlin. Sieben Professoren der Kommunikationswissenschaften unterstützen den Verband dabei, relevanten Forschungsergebnissen gezielten Eingang in die Praxis zu ermöglichen. Der Austausch zwischen Wissenschaftlern und



Kommunikationsbeauftragten wird dadurch gefördert und institutionalisiert. Des Weiteren berät der Beirat den Verband in wissenschaftlichen Fragen.

Zum Beirat gehören Ulrike Buchholz (Hochschule Hannover), Wolfgang Donsbach (Technische Universität Leipzig), Romy Fröhlich (Ludwig-Maximilians-Universität München), Simone Huck-Sandhu (Hochschule Pforzheim), Claudia Mast (Universität Hohenheim), Juliana Raupp (Freie Universität Berlin) und Christopher Storck (Quadriga Hochschule Berlin). Die Berufung ist zunächst befristet auf zwei Jahre. Der Wissenschaftliche Beirat steht in engem Austausch mit dem BdP-Präsidium. Die Beiratsmitglieder agieren auch als Jurymitglieder bei den beiden Preisen des Verbandes, der "Pressestelle des Jahres" und dem Nachwuchsförderpreis.

Branche compact (1) (12. KW-2013)

1. **Ketchum Pleon** wird als **Agentur des Jahres 2013** ausgezeichnet und gewinnt den **Sabre-Award** als „EMEA Consultancy of the Year“.

Preisgeber ist der **Holmes Report**, eines der renommiertesten Magazine der PR-Branche. Nach Informationen von Ketchum Pleon wurde vor allem das starke Netzwerk gewürdigt. Als Begründung für die Preisvergabe wurde das beeindruckende Wachstum von Ketchum in neuen Märkten wie Russland, dem Mittleren Osten und Afrika hervorgehoben. Wesentlich zum Erfolg beigetragen hat wohl auch der größte europäische Markt Deutschland, wo die Agentur als Ketchum Pleon mit mehr als 300 Beratern in sieben Städten vertreten ist. Ketchum setzte sich mit der Auszeichnung gegen die Finalisten Burson-Marsteller, Fleishman-Hillard, die MSLGroup und Weber Shandwick durch. Die Sabre-Awards werden am 30. Mai 2013 in Barcelona vergeben.



war auf den Punkt – und oft allzu berechtigt.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Hoher Nutzwert für interne Kommunikatoren

Der inkom. Grand Prix der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) gilt als ein wichtiger Gradmesser und Award für Medienformate der Internen Kommunikation. Den Nutzwert für interne Kommunikatoren ist hoch, wie Experten bestätigen. „Weil hier nicht nur Platzierungen vergeben, sondern diese sehr ausführlich begründet werden.“ Rainer Burkhardt, Geschäftsführer von KircherBurkhardt GmbH in Berlin, muss es wissen. Seit Jahren schon schickt er regelmäßig die Mitarbeiterzeitungen und -Zeitschriften vieler seiner Kunden ins Rennen um die Platin-, Gold- und Silber-Awards. „Eine bessere Handlungsempfehlung, noch besser zu werden, gibt es nicht“, weiß der CP-Experte. Unternehmen, Agenturen und Redaktionen haben noch bis zum 15. April Zeit, ihre gedruckten, elektronischen und virtuellen Medien für die Interne Kommunikation einzureichen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LSR: Netzpolitischer Theaterdonner

Hätte, wäre, wenn – viel Lärm um ein Orchideenthema, das in den Parteien nur Wenige interessiert. Die wurden von den Parteifreunden wie seltene Pflanzen vorgeführt. Die Nachrichtenagentur Reuters meldete am Freitagnachmittag, dass „Rot-Grün ... erneut seine Muskeln im Bundesrat spielen lassen und dem Bundestag zwei in der schwarz-gelben Koalition umstrittene Themen aufge-

Medien

Stefan Aust: Die Medien haben den Sprung in das Online-Geschäft nicht geschafft

Einfallslös und mutlos sind die deutschen Verlagshäuser. Und im Internet nicht gut aufgestellt. Am 22. März verabschiedete der Bundesrat in Berlin das umstrittene Leistungsschutzrecht. Fast zeitgleich schoss einer der bekanntesten deutschen Journalisten eine Breitseite gegen die Verleger ab. Was Stefan Aust in einem Gespräch sagte, war wenig schmeichelhaft für die Branche. Am 18. März hatte Serviceplan zum Campus-Highlight ins Haus der Kommunikation in Hamburg eingeladen. Aust stellte sich eine Stunde lang den Fragen von Serviceplan-Geschäftsführer Jörg Schultheis. Gespräche mit dem ehemaligen Chefredakteur des "Spiegel" und jetzigen Geschäftsführer der N24 Media haben einen hohen Unterhaltungswert. Harmonie ist seine Sache nicht. Er formuliert Headlines, Sätze, die im Kopf hängenbleiben. Seine Kritik

zwungen“ hat. Gemeint waren das Betreuungsgeld und der Gesetzentwurf zur Gleichstellung der Homo-Ehe, denn bei einem anderen Thema verpassten SPD und Bündnis 90/Die Grünen, ein schwarz-gelbes Gesetz zu stoppen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Journalisten-Trends (1): Versicherer - Verbraucher im Fokus

Intransparenz bei Policen, Beratung, Vertriebs- und Provisionssystemen, Niedrigzinsen bei Vorsorgeprodukten sowie Rotlichtaffären: Die Versicherer standen 2012 am Pranger. Doch welche Themen sind für Finanz- und Wirtschaftsjournalisten im Rückblick wirklich interessant? Und wie bewerten sie die Kommunikation der Branche? Die zwölfte Auflage der Langzeitstudie Journalisten-Trends von "prmagazin" und com.X gibt Aufschluss. Ein Ergebnis: Verbraucherthemen stehen hoch im Kurs, Skandale interessieren weniger, als die Schlagzeilen suggerieren. Zu Informationen über die Studie im "prmagazin" - **und noch mehr bei com.x, Bochum.**

Medien compact (1) (12. KW-2013)

1. **Florian Fels, CEO Publishing der Ringier AG**, wird ab dem 1. April Nachfolger von **Caroline Thoma** (48) als **Geschäftsführer der Blick-Gruppe**. Unter Beibehaltung seiner bisherigen Aufgaben wird er zusätzlich die Leitung der Blick-Gruppe und damit die Verantwortung für die Print-Titel „Blick“, „SonntagsBlick“, „Blick am Abend“ und die Online-Newsplattform Blick.ch übernehmen. Thoma gehe auf eigenen Wunsch, um sich einer neuen Herausforderung zu stellen, teilte Ringier am 25. März mit.

Social Media

Das Social Media Universum kritisch hinterfragt - Stillstand oder Evolution im Unternehmen

Social Media: Die Unternehmenskommunikation auf dem Prüfstand. Die Art das Web zu nutzen, hat sich verändert. Gerade jüngere Zielgruppen nutzen die sozialen Netzwerke als Synonym für das Web im Allgemeinen. Was jüngst die Vordenker in der Bloggerwelt anprangern und als Gefahr erachten, könnte für Unternehmen, die Social Media weiterhin ignorieren, ein schrilles Warnsignal sein. Wer erfolgreiche Social Media Kommunikation betreiben will, muss dies planvoll durchführen. Hobbyisten der ersten Stunde sind längst Profis geworden. Ja, auch 2013 ist für Kommunikationsleute, die sich mit sozialen Netzwerken und ihrer Verankerung in der Unternehmenskommunikation befassen, eine interessante Zeit - in Unternehmen wie in Agenturen.

Den Artikel von Ira Reckenthäler am 20. März im Blog der wildcard-Gruppe hier online weiterlesen.

Food-Blogger Björn: Bemüht euch um uns

Blogger Björn Valentin und bloggt seit fast zwei Jahren auf seinem Food-Blog *Herzfutter*. Social Media-Ressortleiterin Nadja Amireh (*Wake up Communications*) hat er geschildert, wie er zum Blogger wurde, was ihm an der Zusammenarbeit mit Unternehmen gefällt und wie er sich gute Blogger Relations vorstellt.

Ich habe mein Blog Ende Mai 2011 gegründet, da Freunde mich immer wieder um die Rezepte meiner Leckereien baten – die einfachste Lösung war, die Rezepte auf ein Blog zu packen und den Link herumschicken. Doch nach und nach habe ich mir mehr Mühe mit den Fotos und den Texten gegeben. Mit der Zeit hat mir das Bloggen immer

mehr Spaß gemacht. Und die Fotos zu schießen macht mir als Kommunikationsdesigner besonders viel Freude.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR Unternehmensverantwortung

CSR-Kommunikation der Lebensmittelwirtschaft auf gutem Weg

Lebensmittel-Unternehmen erkennen zunehmend die strategische Bedeutung ihrer Corporate-Social-Responsibility-Aktivitäten und kommunizieren ökologische Themen. Das sind erste zentrale Ergebnisse eines Projektes des ZNU – Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke und Engel & Zimmermann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Grayling PULSE-Studie: Soziale Verantwortung kommt von innen

Verbraucher und Stakeholder haben weniger Einfluss auf CSR-Strategie als angenommen London/Frankfurt, 18. März 2013 – Nicht der Druck von Verbrauchern und Stakeholdern, sondern das eigene Verantwortungsbewusstsein gegenüber Umwelt und Gesellschaft motiviert Unternehmen zu CSR-Aktivitäten. Das geht aus einer aktuellen Grayling PULSE Studie hervor. Deutlich wird zudem, dass CSR Chefsache ist. Allerdings haben nur wenige Unternehmen eine CSR-Strategie, auch die entsprechende Kommunikation verläuft oft eher unkoordiniert. Die quartalsweise durchgeführte Grayling PULSE-Studie liefert anhand einer weltweiten Online-Befragung Daten und Erkenntnisse für die gezielte Planung und Evaluierung von Kommunikationsaktivitäten. An der aktuellen

Umfrage haben weltweit etwa 1.300 Kommunikationsexperten teilgenommen, davon rund 200 aus der D/A/CH-Region.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR compact (2) (12. KW 2013)

1. **CSR-Toolkit für Berater mittelständischer Unternehmen:** Die Beratungsunternehmen Adelphi und IFOK haben einen im Auftrag der EU-Kommission entwickelten Leitfaden für KMU-Berater zum Thema CSR vorgelegt. Leitfaden zum Download und Infos [hier](#).
2. **Wettbewerb um den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2013 hat begonnen:** Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis prämiiert zum sechsten Mal besonders nachhaltig agierende Unternehmen sowie zum zweiten Mal Städte und Gemeinden. Ab sofort können bis zum 15. Mai 2013 Bewerbungen eingereicht werden. [Mehr Infos](#).

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 90. Melanie Tamblé: PR war und ist öffentlich!

„Das PR-Interview“ wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation, Köln](#)



Interview mit Melanie Tamblé (Foto), Grevenbroich, zum Thema Online-PR.

PR Journal: Wie schätzen Sie die zukünftige Bedeutung der Online-PR im Vergleich zur konventionellen

Pressearbeit ein?

Melanie Tamblé: Die Bedeutung der Online-Medien nimmt stetig zu und damit auch die Bedeutung der Online-PR. Online-PR ist schon jetzt ein wichtiger Teil erfolgreicher Unternehmenskommunikation. Über Suchmaschinen und Social Media ermöglicht sie eine direkte Kommunikation mit den Zielgruppen. Unternehmen können ihre

Themen selbständig und weitreichend veröffentlichten und so mit Kunden und Interessenten direkt kommunizieren – ohne den Umweg über die klassischen Medien. Ohne Online-PR kann moderne Kommunikation nicht mehr funktionieren – das erkennen auch immer mehr Unternehmen, wie unsere Studie "Zukunft der Unternehmenskommunikation" zeigt

(<http://www.pr-gateway.de/white-papers/online-pr-studie-unternehmenskommunikation>).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Unser Ostermenu – das Dessert



(nsb) Manche Erfolgsrezepte sind einem Zufall zu verdanken. So soll Stephanie Tatin eines Tages im Jahr 1920 völlig zerstreut eine Form mit Apfelstücken in den Ofen geschoben haben – aber den Teig für den geplanten Kuchen hatte

sie vergessen. Als sie das Missgeschick bemerkte, legte sie eine Teigplatte auf die schon gegarten Äpfel, buk den Kuchen ein zweites Mal und stürzte ihn. Die Gäste im Lokal der Schwestern Caroline und Stephanie Tatin in Beuvron-Lamotte bei Orleans waren begeistert von dem Ergebnis.

Soweit die Legende. Tatsächlich waren schon viel früher Rezepte für gestürzte Obsttorten mit Äpfeln, Birnen oder Pfirsichen in der Normandie und an der Loire bekannt. Elisabeth-Charlotte („Lieselotte“) von der Pfalz, die Schwägerin des Sonnenkönigs Ludwig XIV, berichtet in einem ihrer Briefe entzückt von einer solchen Leckerei. Einige Jahre nach dem „Missgeschick“ veröffentlichte der Gastronomie-Kritiker Maurice Curnonsky das Rezept für „La Tarte des Demoiselles Tatin“ in seiner Zeitschrift. 1926

setzte das Pariser Nobelrestaurant „Maxim’s“ das üppige Dessert auf die Karte – damit war der Weiterfolg nicht mehr zu stoppen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Autoren-Beiträge

Suchmaschinenoptimierung: Auf welche Suchbegriffe optimiere ich meine Webseite?

Ein Autorenbeitrag von Andreas Lutz, Agentur "Die PRofilBerater", Darmstadt

Auf welche Begriffe soll ich meine Webseite optimieren, damit sie bei Suchabfragen gut gefunden wird? Das fragen sich viele Selbstständige. Deshalb hier einige Tipps, worauf Sie beim Definieren der Suchbegriffe achten sollten.

Wenn Personen heute einen Spezialisten suchen, dann setzen sie sich in der Regel an den PC und geben bei Google & Co die entsprechenden Suchbegriffe ein. So verschaffen sie sich einen Überblick: Wer könnte ein Unterstützer sein? Deshalb ist es für den wirtschaftlichen Erfolg von Selbstständigen sehr wichtig, dass ihre Webseite von potenziellen Kunden im World-Wide-Web rasch gefunden wird – zum Beispiel, weil diese bei Suchabfragen in den Trefferlisten weit vorne angezeigt wird.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Lesehinweise

Österreich: Die heimische PR-Branche trotz der Krise. Wie das?

Trotz diverser Korruptionsaffären geht es der heimischen PR-Branche prächtig. Eine Analyse.

Die einst größte Public Relations-Agentur ist atomisiert, die Nummer zwei liquidiert. Lobbying- und Korruptionsaffären haben das Image der heimischen PR-Branche in den Keller katapultiert. Dennoch geht es ihr prächtig... "United Breaks My Guitar" - kaum eine andere Geschichte beschreibt den radikalen Umbruch innerhalb des Public-Relations-Geschäfts anschaulicher als dieser kleine Song: Ende 2008 flog der weithin unbekannt US-Musiker Dave Carrol mit United Airlines. Deren Leute zerbrachen seine Klampfe beim Ausladen. Der Country-Sänger beehrte Schadenersatz. Antwort: Sorry, tut leid. Also machte Carrol seinem Ärger Luft, schrieb ein ziemlich lustiges Lied und stellte es auf YouTube. Der Börsenkurs der Airline stürzte nach vier Millionen Hits ab. "Times Online" errechnete eine Kapitalvernichtung von 180 Millionen Dollar. Dafür hätte sich Carrol 51.000 Gitarren kaufen können.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Neue PR-Ausbildungsangebote in der Schweiz

Die KV Bildungsgruppe Schweiz AG in Zürich hat nun aktuelle Informationen zu den SPRI-Seminaren und -Lehrgängen veröffentlicht, die durch die KV Bildungsgruppe Schweiz AG übernommen wurden. Mit Engagement und Erfolgswillen werden die Original-SPRI-Angebote weitergeführt - zur Zeit an den Standorten Bern, Lausanne, Luzern, Samedan und Zürich. **Lehrgänge:** PR-Praktiker/-innen SPRI, PR-Fachleute SPRI mit eidg. Fachausweis, PR-Berater/-innen SPRI mit eidg. Diplom und PR-Seminare SPRI. Und hier geht es zu den PR-Angeboten der [HWZ](#) und zur [Stiftung SPRI](#).

Bildung compact (3) (12. KW-2013)

1. Konzeptionieren, beraten, kalkulieren und redigieren: Am 18. April startet bei der **Initiative Kommunikation Heidelberg** mit Kurs 62 wieder das **18-monatige berufsbegleitende Fernstudium PR plus**. Wenige Plätze sind noch frei. Das Angebot richtet sich an berufstätige aller Fachrichtungen, (Quer-)Einsteiger in die PR sowie Studierende, die sich bei flexibler Zeiteinteilung für die PR qualifizieren möchten oder den beruflichen Wiedereinstieg planen. [Weitere Informationen im Internet](#).
2. „Professionelle Öffentlichkeitsarbeit mit kleinem Budget“ – unter dieser Überschrift präsentiert Katja Niemeyer von der Konstruktiv PR-Beratungsgesellschaft mbH, Bonn, wie Unternehmen auch mit wenig Geld ihr Image professionell steuern und so den Unternehmenswert steigern können. Das Seminar findet statt am 18. und 19. April, jeweils von 9 bis 15 Uhr bei der Weiterbildungsgesellschaft der IHK Bonn/Rhein-Sieg mbH in Bonn. Anmeldungen werden per Telefon, 0228 / 97574-27, per Fax, 0228 / 97574-16, oder per E-Mail, Klinkhammer@wbz.bonn.ihk.de, erbeten. Weitere Informationen zum Seminar sind auf der [IHK-Weiterbildungs-Webseite](#) zu finden.
3. Wenige Wochen vor Beginn des Sommersemesters 2013 bietet die **Design Akademie Berlin, Hochschule für Kommunikation und Design** noch einige wenige **freie Studienplätze** für die Bachelor-Studiengänge Marketingkommunikation und Kommunikationsdesign an. Weitere Informationen zur Online-Bewerbung für das Sommersemester 2013 finden sich unter <http://www.designakademie-berlin.de/bewerbung.html>

Studien

Kommunikation zur Energiewende gilt als qualitativ schlecht

Die Kommunikation zur Energiewende empfinden die Deutschen als eher kompliziert, demotivierend, abstrakt, unverständlich und ineffizient – das

glauben zumindest die Kommunikationsexperten aus der Energiebranche. Besorgniserregend: Nahezu jeder zweite Verantwortliche ist der Meinung, dass die Kommunikation von vielen Bürgern als eher nachteilig für das Gesamtprojekt Energiewende wahrgenommen wird. Das Institut für Sozialwissenschaften der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf befragte Ende Januar – in Kooperation mit der Fachgruppe Energie des Bundesverbands Deutscher Pressesprecher und der Kölner Agentur K1 – rund 500 Kommunikationsexperten über die strategische Kommunikation zur Energiewende. An der anonymisierten Online-Befragung unter Leitung von Ulrich Rosar nahmen rund 150 PR-Profis aus Unternehmen, Institutionen, Stadtwerken, NGOs und Verbänden teil.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Umfrage Hochschule Pforzheim: Zukunft der Kommunikation

Was macht erfolgreiche Kommunikation heute und in Zukunft aus? Welches Handwerkszeug brauchen Kommunikationsmanager künftig? Welche Instrumente und Kanäle werden in den nächsten Jahren relevant? Mit der Branchenumfrage „Shaping Tomorrow – Zukunft der Kommunikation“ möchte ein Team von Master-Studierenden der Hochschule Pforzheim um die Professorinnen Brigitte Gaiser und Simone Huck-Sandhu aktuelle Herausforderungen und Trends in den Bereichen Unternehmens- und Marketingkommunikation aufspüren. Die Initiatoren laden ein, das Bild der Kommunikation der Zukunft mitzugestalten. Die Teilnahme dauert rund 15 Minuten. Den Online-Fragebogen gibt es im Web unter www.shaping-tomorrow.de. Die Umfrage läuft bis zum 26. April 2013.

Termine

PR versus HR: Wer hat die Lizenz zur Personalkommunikation?

Der LPRS e.V. lädt zum 8. LPRS>>Forum am 17. Mai nach Leipzig in den Mediocampus Villa Ida der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig. Die Podiumsgäste widmen sich dieses Jahr der spannenden Frage „PR versus HR: Wer hat die Lizenz zur Personalkommunikation?“. Unter der Leitung des Moderators Wolf Reiner Kriegler, Geschäftsführer der Deutschen Employer Branding Akademie, diskutieren Wolfgang Jäger, Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule RheinMain; Sven Kahn, Sprecher Personal und Soziales bei der Robert Bosch GmbH sowie Martin Meyer, ehemaliger Leiter Personalmarketing bei der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, über den Kampf um die besten Köpfe an der Schnittstelle von Human Resources und Public Relations.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (3) (12. KW-2013)

1. Das nächste **Global Media Forum der Deutschen Welle** findet vom 17. bis 19. Juni in Bonn statt. Thema: "Die Zukunft des Wachstums - Wirtschaft, Werte und die Medien". Wie das Volk die Demokratie wiederbelebt - darüber spricht der US-amerikanische Globalisierungskritiker Avram Noam Chomsky. Infos: www.dw-gmf.de.
2. Vom 5. bis 7. Mai findet in Wien der diesjährige **"European Newspaper Congress"** statt. Thema: "Die digitale Transformation – werden Medienhäuser zu Häusern ohne Medien?" Wie werden Qualitätsmedien künftig finanziert – vom Staat oder von Mäzenen? Was der Umbruch im Mediengeschäft für das bisherige Geschäftsmodell "Journalismus" bedeutet und wie vor allem Zeitungen diesen Wandel verzögern können. Podiumsdiskussion mit Chefredakteuren, Medienmanagern und Politikern. Programm, Infos und Anmeldung unter www.newspaper-congress.eu.

3. Am 26. März findet in Hamburg die nächste Veranstaltung "**Speakers Cornere - Der junge PR-Talk**" der **DPRG**-Landesgruppe Norddeutschland statt. Als Redner eingeladen ist Egbert Meyer-Lovis, Pressesprecher und Leiter Kommunikation des Regionalbüros Nord der DB Mobility Logistics in Hamburg. Anmeldungen bis spätestens 24. März unter www.otseinladung.de/event/d3943b8383.

Tipps

Wann sollen Mitarbeiter von einer Firmenkrise erfahren?

Patentrezepte für den Umgang mit Krisen werden immer wieder gesucht, gefunden wurden sie bis heute nicht. Deshalb muss jeder Fall individuell betrachtet werden. So auch die Frage, wann Mitarbeiter von einer Firmenkrise erfahren sollen. Auf „Zeit online“ beschäftigte sich jetzt Sabine Hockling mit diesem Problem. Woche für Woche beantwortet sie im Rahmen der Serie „Chefsache“ Fragen von Führungskräften. Was also ist zu tun, wenn es dem Unternehmen nicht gut geht und vielleicht auch Entlassungen anstehen? Sabine Hockling schreibt, dass Krisensituationen Führungskräfte benötigen, die nicht mit Informationen geizen. Lesen Sie selbst, was sie sonst noch in „*Chefsache*“ auf *„Zeit online“* empfiehlt.

Neuartige Mediendatenbank

Mit einer neuen Themen- und Expertendatenbank geht das Unternehmen Mount Barley Publishing aus Dietzenbach am 2. April auf den Kommunikationsmarkt. In Topic Pro sollen Kommunikatoren aus Marketing, Media und PR sowie Entscheider aus kleinen und mittleren Unternehmen alle redaktionellen Themen der Medien inklusive Erscheinungstermin, Anzeigenschluss, Kurzprofile und Zielgruppenbeschrei-

bungen finden. Auch auf die aktuellen Mediadaten und die Kontaktdaten der Redaktionen sollen die Nutzer direkt zugreifen können. Zudem, so kündigt Fabian Gerstenberg an, der neue Geschäftsführer von Mount Barley Publishing, seien bereits mehr als 300 Detailinformationen relevanter Journalisten unterschiedlicher Ressorts abrufbar.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Sprechen wir über Geld: Wie finden Freelancer ihren Preis?

Über Geld spricht man nicht. Man hat es – oder nicht. So lautet ein typisches Bonmot über Geld. Es gibt viele davon. Einige positive, noch mehr negative. Geld ist in den Köpfen vieler Menschen etwas Schlechtes. Es macht nicht glücklich, ist oft Anlass für Streitereien und wer zu wenig davon hat, ist sowieso unzufrieden. Dabei ist der offene Umgang mit diesem Thema wichtig. Besonders für Freelancer, die mit der Frage nach dem Geld beziehungsweise dem angemessenen Honorar häufig alleine bleiben. Kurz: Es fehlen hilfreiche Tipps.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Verdienstunterschiede von Frauen und Männern bleiben weiter bestehen

Im Jahr 2012 war der durchschnittliche Bruttostundenverdienst von Frauen mit 15,21 Euro um 22 Prozent niedriger als der von Männern (19,60 Euro). Wie das Statistische Bundesamt in Wiesbaden anlässlich des Equal Pay Day am 21. März mitteilt, hat sich der Verdienstabstand zwischen den Geschlechtern im Vergleich zu den Vorjahren somit bundesweit nicht verändert. Auch die Ergebnisse für Ost- und Westdeutschland weisen kaum Veränderungen auf: So betrug 2012 der unbereinigte Gender Pay Gap im früheren Bundesgebiet 24 Prozent, in den neuen Ländern lag er bei acht Prozent.

[Zur Pressemeldung des Statistischen Bundesamtes mit weiteren Informationen.](#)

Tipps compact (1) (12. KW-2013)

1. In der Reihe **DJV Wissen 2** ist die aktualisierte **Broschüre „Vertragsbedingungen und Honorare 2013 für die Nutzung journalistischer Beiträge“** erschienen. Der Deutsche Journalisten-Verband informiert darin freie Journalistinnen und Journalisten wie auch Abnehmer journalistischer Beiträge über Konditionen und Tarifverträge. Neben Musterverträgen über freie Mitarbeit und „Model Release“-Verträgen zur Klärung von Fotorechten bietet die Broschüre unter anderem Honorarübersichten für Tageszeitungen, Zeitschriften, Rundfunk, Online-Medien, Bildjournalismus sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Die Broschüre kostet 6,50 Euro und kann im [DJV-Shop](#) bestellt werden.

Literatur

Ratgeber "PR-GEIL! Eine Bestandsaufnahme" erschienen

Neues Fachbuch stellt Karrierewege in das Berufsfeld der Public Relations vor. Ab sofort ist das im Selbstverlag publizierte Buch „PR-GEIL! Eine Bestandsaufnahme“ im Onlinehandel erhältlich. Unter dem Pseudonym Janis K. veröffentlicht die Autorin 22 Erfahrungsberichte von Studierenden, Berufseinsteigern und Jobberfahrenen aus der Medien- und PR-Branche.- Erfahrene PR-Schaffende wundern sich nicht mehr, wenn Aktenordner aus der dritten Etage der Agentur fliegen, 1.500 Euro brutto für eine Führungsposition geboten werden oder die neue Managerin 1,75 Meter groß sein soll. Für Berufseinsteiger scheinen derartige Situationen befremdlich. Unkommentiert gibt Janis K. in ihrem Buch „PR-Geil! Eine Bestandsaufnahme“ auf kompakten 83 Seiten teils ernüchternde, teils skurrile Erlebnisse und Erwartungen zum Einstieg in das Berufsfeld der Public Relations wieder.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 7 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (66)

Volontariat/Trainee

Die 23 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [PR-Berater/in bei trio-group Mannheim](#)
- [PR-Seniorberater/in Corporate Communications, Frankfurt](#)
- [PR-Juniorberater/innen Marketing Communications/Corporate Communications, Frankfurt](#)
- [PR-Berater/-in Healthcare, Raum Düsseldorf/Köln](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\) für CrossPR Hamburg](#)
- [Senior PR-Berater Nationale PR, Berlin](#)
- [PR-Redakteur /Texter \(w/m\) für IT- und Technologiethemata, Tübingen](#)
- [Senior PR-Berater \(m/w\), Mannheim](#)
- [PR-Consultant \(m/w\)/Teamleiter\(in\), Mülheim an der Ruhr](#)
- [PR-Berater/in Fashion/Lifestyle, Düsseldorf](#)
- [Account Manager PR \(m/w\) Schwerpunkt Fashion](#)
- [Brand Associates GmbH sucht Projekt-Manager Public Affairs/PR, Berlin](#)
- [Junior PR-Berater/in und PR-Berater/in, Frankfurt](#)
- [Account-Manager PR \(m/w\) für Consumer Goods/Consumer Electronics](#)

- *presigno sucht PR-Redakteur/in für den Bereich Architektur/Bauen und Wohnen, Dortmund*
- *Berater (m/w), München und Hamburg*
- *PR-Redakteur (m/w) Schwerpunkt Finanzen/Versicherungen*
- *Junior-Berater/in, Hamburg*
- *Manager Public Relations regional (w/m), Mannheim*
- *PR-Berater (m/w) mit „gesundem“ Menschenverstand, Hannover*
- *Kampagnenerfahrene/n Projektleiterin/Projektleiter (Vollzeit), Köln*
- *PR-Berater / PR-Juniorberater (m/w), München*
- *PR-Berater und Fachjournalisten mit Architekturaffinität oder Architekten mit Sprachkompetenz, Filderstadt*
- *Junior PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *Strategieberatung sucht PR-Redakteur/in*
- *Grayling Frankfurt sucht PR-Berater*
- *PR-Berater(in) / Kommunikationsmanager(in), Hannover*
- *PR-Berater/in Unternehmenskommunikation, Berlin*
- *Hamburger PR-Agentur sucht Junior PR-Berater und PR-Berater (m/w)*
- *PR Account Manager (w/m) für Tourismus-PR, Hannover*
- *PR- und Corporate Communications Manager (w/m), München*

Unternehmen

- *Junior Marketing/ PR Manager - Assistenz Marketing/ PR (m/w), Frankfurt*
- *Online-PR und Social Media Profi (m/w), Grevenbroich*
- *Mitarbeiter/in Unternehmenskommunikation (in Teilzeit, 20 Std./Woche), Bremen*
- *Junior Manager Communications (m/w) Produkt-PR*
- *Head Of Corporate Communications (m/w), München*
- *Press & PR Officer (m/f), Berlin*

Verbände (Non-Profit)

- *Projektmanager (m/w) Digital, Frankfurt a.M.*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 25. März 2013 um 20:30 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **11.184 Empfänger** versandt.

Impressum



Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Anja Beckmann (ab), Köln (beckmann[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Thomas Dillmann, Bad Honnef (dillmann[at]pr-journal.de); Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; RA Rainer Rothe, Hamburg (rothe[at]wanke-rothe.de) – Rubrik „Rothes Rechts-Rubrik“; Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Schebens Karriererat"; Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Riccardo Wagner, Köln (wagner[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Ressort: "Reputation Management".

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview": Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Kartte und Gunter Ortlieb (info[at]k1-agentur.de).

Rubrik "PR-Websitecheck": N.N.

Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine":

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

Korrespondenten: Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (public.relations[at]achelis.com);

München/Oberbayern: Frederic Sturm, München, (muenchen[at]pr-journal.de);

Düsseldorf/Rhein-Ruhr: Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept (fuerstenberg[at]pr-journal.de); **Berlin/Potsdam:** Birgit Grigoriou, Berlin (grigoriou[at]pr-journal.de);

Hamburg/Norddeutschland: Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation (weinberg[at]pr-journal.de);

Frankfurt/M./Rhein-Main: N.N.; **freie**

Themenwahl: Sascha Stoltenow, Waldems (Bendler-Blog) (stoltenow[at]pr-journal.de).

Rezensionen: Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg (mavridis[at]pr-kanzlei.de); Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach (ulrike.mellenthin[at]pr-journal.de); Manfred Piwinger, Wuppertal (consultant[at]piwinger.de); PR PLUS, Heidelberg (Koordination: Simone Heinrich (simone.heinrich[at]prplus.de)).

Die Gesichter zu den Namen der "Mitmacher" in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir auf unserer neuen [Serviceseite](#) dokumentiert.

Autoren 2012/2013: siehe [Impressum](#) auf der Homepage

Marketing - MediaService -Anzeigen-/Banner-Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (s.u.), E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de.

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60

Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)160 9463.57.77

E-Mail: redaktion[at]pr-journal.de,
gerhard[at]pfeffer.de

URL: <http://www.pr-journal.de>; <http://www.pr-journal.at>; <http://www.pr-journal.ch>; <http://www.pr-journal.com>; <http://www.pr-journal.info>; <http://www.pr-journal.net>; <http://www.agenturcafe.de>; <http://www.neues-prportal.de>.

Laufend neue Informationen und Meldungen aus der Kommunikationsbranche finden Sie wie immer auf unserer Homepage

- und auch bei Twitter: [@prjournal](#) und [@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-Termine](#)