

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 378 / 16. KW 2013

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 378. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 58 Einzelmeldungen):

1. Solides Plus: PR-Agenturen melden für 2012 einen Honorarzuwachs von 4,9 Prozent
2. Content Marketing eröffnet der PR neue Horizonte
3. Günther Bentele: Zum 65. eine eigene Internet-Bibliothek
4. Geschüttelt, nicht gerührt – Communicator-Preis für Physiker Metin Tolan
5. Nati leitet Unternehmenskommunikation bei Reemtsma
6. Personalien compact - Sonstige (10) (16. KW-2013)
7. Personalien compact - Agenturen (6) (16. KW-2013)
8. Personalien compact - Unternehmen (6) (16. KW-2013)
9. Asus neuer Kunde von Weber Shandwick
10. Grayling gewinnt Kommunikationsetat von Kyocera
11. Etats compact (12) (16. KW-2013)
12. Neue Agentur spezialisiert auf deutsch-französische Kommunikation
13. CSR-Ce: Neue Agentur für CSR- und Kommunikationsberatung in München
14. Sparkassen werben beim Bürger um Vertrauen
15. Bundesfamilienministerium will Demokratieverständnis schärfen
16. Kahlschlag in der Kommunikation des SRF
17. Fünf öffentliche Ausschreibungen
18. Branche compact (7) (16. KW-2013)
19. Auflagen der PR-Fachmedien im I. Quartal 2013
20. Demmel folgt Wasmuth als Chefredakteur bei N-TV
21. Medien compact (2) (16. KW-2013)
22. BVDW: Neue Richtlinie für Social Media Monitoring
23. Social Media compact (7) (16. KW-2013)
24. Hoeneß und die Steuern: Die Reputation ist im Eimer
25. EU-Kommission legt Gesetzesentwurf für verpflichtende Nachhaltigkeitsberichterstattung vor
26. Gericht: Innereien (II) – ekelhaft lecker: Saure Nierle
27. Unternehmenskommunikation: Die Botschaft entscheidet
28. Hochschule Fresenius bietet Masterstudiengang Corporate Communication an
29. Bildung compact (2) (16. KW-2013)
30. (N)Onliner Atlas 2013: Zahl der Internetnutzer steigt erneut nur geringfügig
31. Studie: Zeitgeist von Marken
32. Studie: Stakeholder-Interessen werden wieder wichtiger
33. KIM-Studie 2012: Facebook bei Kindern sehr beliebt, obwohl sie es nicht nutzen dürfen
34. GMK-Markenstudie: Samsung verdrängt Apple aus den Top 3
35. Studien compact (1) (16. KW-2013)
36. Media Summit 2013: 360-Grad-Blick auf Social Media Kommunikation
37. Jahrestagung der Fachpresse: Digitaler Wandel und Veränderungsprozesse
38. Termine compact (5) (16. KW-2013)
39. Jobbörse
40. Impressum

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

Seite 1

Solides Plus: PR-Agenturen melden für 2012 einen Honorarzuwachs von 4,9 Prozent

Der Honorarzuwachs von 157 ausgewerteten PR-Agenturdaten hat sich für 2012 konsolidiert. Auf vergleichbarer Basis konnte gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 4,9 Prozent ermittelt werden - 2011 waren es nach zuvor kargen Jahren 9,5 Prozent. Die Mitarbeiterzahl wuchs um 5,2 Prozent

auf nunmehr 5.238 Beschäftigte. Das summierte Gesamthonorar beträgt für 2012 mit 538,46 Millionen Euro erstmals mehr als eine halbe Milliarde Euro. Das sind in der Gesamtbetrachtung die wichtigsten Ergebnisse von Pfeffers PR-Ranking 2012. **Alle Ergebnisse des PR-Rankings finden sich unter diesem Link.**

Auch ein genauer Blick in die Einzelauswertungen lohnt sich: Media Consulta, Berlin/Köln, hat mit 46,65 Millionen Euro den im letzten Jahr eroberten Spitzenplatz im Gesamtranking verteidigt. Ketchum Pleon folgt mit 41,14 Millionen Euro vor fischerAppelt mit 35,15 Millionen Euro - die einzige Kommunikationsagentur der Top 3 mit beachtlichem Zuwachs. Einen großen Sprung nach oben macht achtung!, Hamburg/München. Mit einem Plus von 39,5 Prozent und 10,85 Millionen Honorar landet die Agentur auf Platz 10 (2011 war es noch Rang 17).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Content Marketing eröffnet der PR neue Horizonte

Die Chancen für mittelständische Unternehmen, in der Öffentlichkeit präsent zu sein, waren durch das Internet und die sozialen Medien noch nie so gut wie jetzt – nur nutzen die meisten diese Chance nicht, weil die PR-Verantwortlichen zu sehr ausschließlich auf die Kommunikation mit den klassischen Massenmedien bauen, um ihre Zielgruppen zu erreichen. So lautet eines der Ergebnisse des aktuellen White Papers „Die Zukunft der PR ist Content Marketing – Unternehmen setzen auf ihre eigenen Storys“ der Profilwerkstatt GmbH. Die Darmstädter Kommunikationsagentur geht darin der Frage nach, wie Mittelständler angesichts sinkender Auflagen von Tageszeitungen und Fachmagazinen erfolgreich kommunizieren können, um ihr Bild bei Kunden, Lieferanten und potenziellen Mitarbeitern aktiv zu gestalten. Insbesondere digitale Kanäle – vom Blog bis zum Video – böten Firmen neue Möglichkeiten, wahrgenommen zu werden und sich



als Marke zu positionieren. Schlichte Produktwerbung habe demgegenüber immer weniger Aussicht auf Erfolg. Die Agentur Profilwerkstatt bietet das [White Paper zum kostenlosen Download](#) an.

Personalien

Günther Bentele: Zum 65. eine eigene Internet-Bibliothek

Aus Anlass des 65. Geburtstages von Günther Bentele veranstaltete die Universität Leipzig am 20. April im Mediocampus Villa Ida ein Ethik-Symposium. Zu Ehren des Professors und Dekan der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie an der Universität Leipzig waren rund 130 Gäste aus dem In- und Ausland gekommen. Dabei diskutierten Kommunikationswissenschaftler und Ethik-Forscher konkrete Problemfelder des Berufshandelns, beispielsweise im Zusammenspiel zwischen Pressearbeit und Journalismus, sowie die grundlegende Bedeutung von Wahrhaftigkeit, Transparenz und Vertrauen in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen. Bentele selbst betonte in seinem Vortrag die Bedeutung der Wahrheit als wichtigstem Wert und des Wahrhaftigkeitsgebotes als wichtigster Norm für das

Funktionieren öffentlicher Kommunikation.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Geschüttelt, nicht gerührt – Communicator-Preis für Physiker Metin Tolan

Er hat überraschende Ideen umgesetzt. In Dortmund hat er die Veranstaltungsreihe „Samstags: Zwischen Brötchen und Borussia – Moderne Physik für alle“ aufgesetzt. Seit 2003 wird sie regelmäßig von mehreren Hundert Besucherinnen und Besuchern verfolgt. Außerdem hat er Sachbücher geschrieben. Zwei seiner Titel: „Geschüttelt, nicht gerührt – James Bond und die Physik“ (zusammen mit Joachim Stolze) und „Die Titanic – Mit Physik in den Untergang“. Auch einen Internet-Blog zur Physik des Fußballspiels hat er gestartet. Kurzum: Er hat es wie kaum ein anderer verstanden, seine Forschungsergebnisse und die Inhalte der Physik einem breiten Publikum außerhalb der Wissenschaft nahezubringen. Deshalb wurde er jetzt mit dem „Communicator-Preis“ der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) und des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft ausgezeichnet. Die Rede ist vom Experimentalphysiker Metin Tolan.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Nati leitet Unternehmens- kommunikation bei Reemtsma

Daniele Nati leitet seit dem 1. März die Abteilung Politik und Unternehmenskommunikation bei der Reemtsma Cigarettenfabriken GmbH in Hamburg. Er ist Nachfolger Sebastian Blohm, der das Unternehmen verlassen hatte. In seiner neuen Funktion ist Nati für die Bereiche Public Affairs und Public Relations zuständig. Er berichtet an den General Manager Deutschland / Schweiz, Marcus T. R. Schmidt. Nati kam 2009 von der Strategieberatung für Public Affairs,



Steltemeier und Rawe, zu Reemtsma. Bis zu seiner Beförderung war er Manager im Bereich Public Affairs.

Personalien compact - Sonstige (10) (16. KW-2013)

1. **Marco Meroni**, Leiter Media Relations beim Schweizer Fernsehen SRF, verlässt den Sender auch. Im Zuge der Umstrukturierung baut das SRF bis zu 20 Stellen im Bereich Marketing und Kommunikation ab. (*PR-Journal berichtete am 16. April darüber.*) Meroni war nicht einverstanden mit den Vorstellungen des Senders. Meroni dem SRF seit 2003 an. Seine Nachfolge übernimmt vorübergehend **Jonathan Engmann**. Die Stelle soll neu ausgeschrieben werden.
2. **Bastian Roet** (33) wird ab Mai Leiter der neu geschaffenen Vertretung der Vereinigung Cockpit (VC) in Berlin. In der Hauptstadt soll er die politische Kommunikation für den VC aufbauen. Direkte Ansprechpartnerin für ihn ist die Präsidentin der VC, **Ilja Schulz**. Bisher war Roet seit 2010 beim Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer (BDO), zuletzt als Leiter Wirtschaft und Kommunikation.
3. **Ulrike Posch** (52) wird ab dem 1. Juli neue Leiterin Kommunikation der Hilfsorganisation Rummelsberger Diakonie. Sie ist dort verantwortlich für die Bereiche Presse und Medien, Fundraising und Stiftungswesen. Die Stelle wurde neu geschaffen. Posch berichtet an die Vorstandsmitglieder **Günter Breitenbach**, **Harald Frei**, **Andrea Heußner** und **Martin Neukamm**. Sie wechselt von der Führungsakademie für Kirche und Diakonie, wo sie seit 2009 als Programmdirektorin tätig ist.
4. **Carolyn Eckert** (32) ist seit Beginn des ersten Quartals neu im Presseteam des TÜV Süd in München. Als Nachfolgerin von **Heide Atzler**,

die in Elternzeit geht, unterstützt sie die Medienarbeit für das Segment Certification. Eckert ist in ihrer Funktion dem Leiter Unternehmenskommunikation, **Matthias Andreesen Viegas**, zugeordnet. Sie kommt von Telefónica Deutschland wo sie seit 2006 tätig war.

5. **Christian Blum** (30) ist seit Anfang des Jahres Pressesprecher bei der Klimaschutzberatung ClimatePartner in München. Zuvor arbeitete er als Pressereferent bei der Boston Consulting Group. In der neu geschaffenen Position berichtet Blum an Geschäftsführer **Tristan A. Foerster**.
6. **Viola Finger** (32) arbeitet seit April als Pressereferentin im Friedrichstadt-Palast in Berlin. In dieser Funktion berichtet sie an den Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, **André Puchta**. Finger kommt vom Theater an der Ruhr, wo sie ebenfalls Pressereferentin war.
7. **Georg Huemer** (37) ist seit April neuer Pressesprecher beim Verkehrsverbund Ost-Region in Wien. Er ist Nachfolger von **Werner Molik**, der beim Verkehrsverbund die Leitung des Marketings übernommen hat. Huemer berichtet an die Geschäftsführer **Thomas Bohrn** und **Wolfgang Schroll**. Huemer war zuvor seit 2001 Unitleiter in der Wiener PR-Agentur Ecker & Partner.
8. **Anette Fröhlich** ist seit dem 16. April Leiterin des Berliner Büros der Bundesnetzagentur und verantwortet auch die Pressearbeit für die Hauptstadt. In den vergangenen vier Jahren war sie Leiterin der Hauptstadtrepräsentanz der Constantin Medien. Von 2002 bis 2009 arbeitete sie als Büroleiterin des Bundestagsabgeordneten und früheren Generalsekretärs der CDU, **Laurenz Meyer**.
9. **Corina Weber** (44) ist seit dem 15. Februar Leiterin der Abteilung Presse & Kommunikation des Thinktank Institute for Advanced Sustainability Studies (IASS) in Potsdam. Die frühere „Spiegel-TV“-Redakteurin arbeitete in den vergangenen acht Jahren als freiberufliche Journalistin. Im Rahmen der Neuorganisation der Kommunikationsarbeit ist auch **Sabine Sämisch** (29) neu zum IASS gestoßen. Sie betreut den Bereich Online-Kommunikation. Zuletzt war sie Projektmanagerin bei Science to Industry.

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 Buße, 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

10. **Doris Bergmann** (32) ist seit dem 1. April als Nachfolgerin von **Meike Naber** als Pressereferentin der Friedrich-Naumann-Stiftung (FNS) in Berlin. Zuvor war sie seit 2009 als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Burg Storkow tätig.

Personalien compact - Agenturen (6) (16. KW-2013)

1. **Anica Thalmeier** (43) ist neue Account Managerin des B2B-Teams bei der Kommunikationsagentur Edelman in München. Sie beendet damit ihre Tätigkeit als freie PR-Beraterin. Thalmeier bringt Expertise aus den Bereichen Enterprise Software, Security, Erneuerbare Energien und IT Services mit. Bereits 2008 arbeitete sie bei Edelman München für internationale Kunden aus der IT. Auch **Jessica Schmidt** (35) ist neue Account Managerin bei Edelman, sie ist in der Consumer Practice in Hamburg tätig. Sie kommt von der Agentur Achtung! und verfügt über Erfahrungen in den Bereichen Fashion, Lifestyle, Event und Consumer Electronics.

2. **Kristine Bareuther** (30), Leiterin des Rhein-Main-Büros der Kommunikationsagentur Ball: COM in Heusenstamm, wurde am 18. April von der IHK als beste Ausbilderin im Bezirk Offenbach ausgezeichnet. Im Wintersemester hatte sie ein Spitzenergebnis in der Kategorie „Berufs- und arbeitspädagogische Eignung für die Berufsausbildung“ erzielt. Bareuther hat die Ausbildung zur Ausbilderin parallel zur ihrer Arbeit als Führungskraft in der Agentur absolviert. Jetzt kümmert sie sich verstärkt um **Lioba Schmidt** (28), die am 15. April als Volontärin bei Ball: COM angefangen hat.
3. **Angelika Bieringer** (26) unterstützt seit Anfang Februar das Team der Münchener Kommunikationsagentur Weissenbach PR als Account Manager. Ihr Kompetenzbereich ist das Online-Marketing, zum dem bei Weissenbach PR Themen wie Social Media, Digital Marketing und medienstrategische Lösungsansätze gehören. Bieringer bringt journalistische Erfahrungen aus der Redaktion des Kunstmagazins „Artinvestor“ sowie aus dem Rundfunk mit.
4. **Steffen Dietz** (Creative Director), **Carsten Menne** (Director Business Development), **Björn Osterwald** (Director Account & Operations) und **Michaela Schmitz** (Account Director) sind in die Geschäftsleitung der Düsseldorfer Eventmarketing-Agentur Hagen Invent berufen worden. Unternehmensgründer und geschäftsführender Gesellschafter **Werner Hagen** hat die neue Führungsmannschaft mit Wirkung zum 1. April benannt. **Adone Kheirallah**, der seit einigen Jahren geschäftsführender Gesellschafter bei Hagen Invent war, hatte die Agentur Ende März verlassen.
5. **Daniel Hoffmann** (29) ist bei der Cocomore AG, Frankfurt am Main, neuer Director Social Media & Mobile. In der Agentur für Kommunikation und IT verantwortet Hoffmann die Strategie und Konzeption für verschiedene Social Media- und Mobile-Auftritte einiger Auftraggeber. Er berichtet an Geschäftsleitungsmitglied **Vikrant Agrawal**. Hoffmann hat bei Ogilvy & Mather eine Ausbildung zum Werbekaufmann absolviert, anschließend studierte er Marketing-Kommunikation an der Hochschule Pforzheim. Hoffmann ist Gründer und Autor des [Social Media Marketing Blogs](#).

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 >>

6. **Peter Manderfeld** (32) verstärkt seit dem 1. April das Team der Düsseldorfer Niederlassung von Lewis PR. Als Account Director ist er für die strategische Beratung von B2C-Kunden aus der IT- und Telekommunikationsbranche verantwortlich. Zudem unterstützt er die Düsseldorfer Niederlassung beim Neukundengeschäft. Zuletzt war er bei Weber Shandwick als Senior Account Manager tätig, davor als Hörfunk- und Fernsehjournalist.

Personalien compact - Unternehmen (6) (16. KW-2013)

1. **Jürgen Schulze-Ferebee** (49) übernimmt zum 1. Mai die Leitung des Bereichs Public Relations / Investor Relations bei der Alno AG in Pfullendorf, einem der führenden deutschen Küchenhersteller. Schulze-Ferebee bringt langjährige Fach- und Führungserfahrung in interner und externer Kommunikation mit. Der gelernte Journalist war unter anderem als Direktor der Kommunikation der Carl Zeiss Vision International in Aalen sowie als Kommunikationschef der Kuka Roboter GmbH in Augsburg tätig. Schulze-Ferebee wird direkt an ALNO-Vorstand und COO **Elmar Duffner** berichten.
2. **Maximilian Schöberl** (49), Leiter Konzernkommunikation und Politik der BMW Group in München, ist „PR-Manager des Jahres 2012“. Mit der Auszeichnung würdigt das „prmagazin“ jährlich herausragende Leistungen eines deutschen Kommunikationsprofis. Die Begründung der Jury: Schöberl habe BMW unter dem Leitbild Nachhaltigkeit erfolgreich neu

positioniert. An der Seite von Vorstandschef **Norbert Reithofer** sei es ihm gelungen, den Ansatz „Efficient Dynamics“ als kommunikatives Alleinstellungsmerkmal für die Konzernmarken (BMW, MINI, Rolls-Royce) in der öffentlichen Wahrnehmung fest zu verankern.

3. **Stephan Schwolow** (51) ist neuer Head of Corporate Communications beim Telekommunikationseinzelhändler Brodos AG in Baiersdorf. Er ist Nachfolger von **Urs Laste**, der sich eine einjährige Auszeit nimmt. Schwolow kommt vom amerikanischen Chiphersteller Advanced Micro Devices (AMD), wo er zuletzt als Pressesprecher und PR Manager für EMEA war. In seiner neuen Funktion berichtet er an den Vorstandsvorsitzenden **Dominik Brokelmann**.
4. **Axel Schmidt**, zuvor Leiter der Unternehmenskommunikation beim Online-Spielehersteller Gameforge, ist seit Februar Head of Public Relations beim Konkurrenzunternehmen GameDuell in Berlin. In dieser Position verantwortet er die Unternehmenskommunikation, das Employer Branding und die Produkt-PR. Schmidt berichtet an Chief Executive Officer **Kai Bolik**.
5. **Britta Maria Schell** (47) ist seit dem 15. April neue Leiterin Unternehmenskommunikation und Zentrales Marketing sowie Pressesprecherin der Jenoptik AG in Jena. In dieser Funktion ist sie für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die interne Kommunikation sowie das zentrale Marketing des weltweit tätigen Optoelektronik-Konzerns verantwortlich. Sie berichtet an den Vorstandsvorsitzenden **Michael Mertin**. Zuvor war Schell bei verschiedenen Unternehmen im E.ON Konzern, der IVG Immobilien AG und den Bremer Stadtwerken. Zuletzt war sie mit einer Kommunikationsberatung selbstständig tätig.
6. **Christian Hillemeier** (34) ist beim Berliner Startup-Unternehmen Payleven neuer Leiter der Kommunikation. Bei dem Dienstleister für mobiles Bezahlen via Smartphone und Tablet ist Hillemeier verantwortlich für die PR in allen Ländern, in denen Payleven vertreten ist. Zuvor war er bei Nugg.ad, einem Anbieter für digitales Zielgruppenmarketing. Hillemeier berichtet an **Konstantin Wolff**, der Gründer und Geschäftsführer von Payleven ist.



Etats

Asus neuer Kunde von Weber Shandwick

Weber Shandwick hat sich nach einem mehrstufigen Auswahlverfahren den Kommunikationsetat des Technologiekonzerns Asus gesichert. Seit dem 1. April verantwortet das internationale Agenturnetzwerk mit deutschen Standorten in Berlin, Frankfurt, Köln und München die komplette PR und Social Media. Asus honoriert damit die langjährige Expertise der Agentur im Bereich Consumer Marketing und Technologiekommunikation. Im Zuge der angestrebten Neuausrichtung von Asus als Premiummarke ist Weber Shandwick neu an Bord gekommen und hat neben der klassischen Medienarbeit und Produkt-PR die Aufgabe, die Kommunikation in digitalen Kanälen weiter auszubauen. Letztere umfasst sowohl Blogger Relations als auch den Auftritt der Marke in sozialen Netzwerken. Das Know-how des Consumer Marketing und Technology Teams bei Weber Shandwick beruht unter anderem auf der Zusammenarbeit mit Kunden wie Samsung, Microsoft, Hewlett Packard und Deutsche Telekom. Asus rangiert weltweit auf Platz drei unter den Herstellern der meistverkauften Consumer Notebooks und gilt als eines der führenden Unternehmen in der Branche.

Grayling gewinnt Kommunikationsetat von Kyocera

Die Grayling Deutschland GmbH hat einen neuen prominenten Namen auf der Kundenliste. Das Düsseldorfer Büro des internationalen Agenturnetzwerks gewann im Pitch gegen drei Mitbewerber den Kommunikationsetat von Kyocera. Der Auftrag für einen der weltweit führenden Anbieter feinkeramischer Komponenten für die Technologieindustrie umfasst Beratung und Unterstützung für die Produkt- und Markenkommunikation von Kyocera sowie für sämtliche Themen der Unternehmenskommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (12) (16. KW-2013)

1. Nordwestdeutsche Klassenlotterie (NKL), Hamburg
was: Konzeption und Umsetzung Produkt-PR
an: **Orca van Loon**, Hamburg
2. Bahlsen GmbH & Co. KG, Hannover
was: Employer-Branding
an: **wbpr_Kommunikation**, München
3. Tourismusförderung Ecuador
was: PR und Roadshows in Deutschland
an: **KPRN Network GmbH**, Frankfurt am Main
4. a) Mode-Label Rosemunde, Vedbæk (Dänemark)
was: Fashion-PR, Event Support, strategische PR-Beratung
b) Esprit Global Image GmbH, Ratingen
was: BtC- und BtB-PR in DACH sowie in Frankreich für Socks & Tights Kollektion
an: **Häberlein & Mauerer**, München
5. Herrenmodehaus Hirmer GmbH & Co. KG, München
was: Presse- und Medienarbeit, Events
an: **Rocchi PR**, München
6. SBB Cargo AG, Basel
was: Logistik-Magazin "Cargo"
an: **Corporate Publishing-Agentur Crafft Kommunikation AG**, Zürich
7. a) Content-Discovery Unternehmen Outbrain (New York), München
was: Positionierung in Deutschland



- b) Epson Deutschland GmbH, Meerbusch
was: Produkt-PR
- c) Cambridge Audio
was: Produkt-PR in Deutschland
an: **Schwartz Public Relations**, München
8. Verband Holzbau Schweiz, Zürich
was: Strategische Beratung, Medienarbeit, Mitgliedermagazin
an: **Kommunikations- und PR-Agentur Open Up**, Zürich
9. Pflegeprodukte-Lieferant CommitMed GmbH, Berlin
was: Offline- und Online-PR, Social Media, Mediaberatung für die "Pflegebox"
an: **Schwarz & Bold Agenturgruppe**, Frankfurt am Main und Karlsruhe
10. Hamburg Port Authority (HPA)
was: Vermarktung und Kommunikation der World Ports Conference 2015 (IAPH)
an: **Kontrapunkt Agentur für Kommunikation GmbH**, Hamburg
11. Vitalhotel Die Mittelburg, Oy-Mittelberg
was: Pressearbeit
an: **Angelika Hermann-Meier PR**, Diessen am Ammersee
12. Holcim (Schweiz) AG, Zürich
was: Management-Magazin "Holcim Focus"
an: **Valencia Kommunikation AG**, Basel

Branche

Neue Agentur spezialisiert auf deutsch-französische Kommunikation

B2P Communications Consulting heißt eine neu gegründete, auf deutsch-französische Kommunikation spezialisierte Unternehmensberatung mit Büros in München und Paris. Seit März bietet die neue Agentur Unterstützung in allen Belangen der Kommunikation: Entwicklung und Implementierung globaler Kommunikationsstrategien, Reputations-, Krisen- und Mitarbeiterkommunikation, Öffentlichkeits- und Pressearbeit. Das Engagement von B2P-Gründerin Bénédicte de Peretti stützt sich dabei auf die Überzeugung, dass beide Länder und insbesondere die Akteure beider Ökonomien nur dann gewinnen könnten, wenn sie sich gegenseitig verstünden, akzeptierten und aufgeschlossen zusammenarbeiteten. De Peretti kennt Deutschland bereits sehr gut. Die Journalistin war über 20 Jahre als französische Journalistin für die Wirtschaftszeitung „La Tribune“ und die Fachzeitung „Journal du Textile“ in Deutschland tätig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR-Ce: Neue Agentur für CSR- und Kommunikationsberatung in München

Alka Celić, CSR- und PR-Beraterin aus München, hat ihre eigene Agentur gegründet. Unter dem Namen „CSR-Ce“ fokussiert sie sich auf strategische CSR-Beratung und Nachhaltigkeitskommunikation für kleine und mittelständische Unternehmen, Organisationen oder Kommunen. Zuvor leitete sie sieben Jahre lang die Unternehmenskommunikation der gemeinnützigen ADAC-Luftrettung. Nach insgesamt zwölf Jahren Beratungs- und Projektarbeit in PR-Agenturen und Unternehmen wollte die 38-Jährige nicht einfach den Arbeitgeber wechseln, um sich neuen Herausforderungen stellen zu können.

Wieder Murmeltier-tag?

Prozessoptimierung bei Lautenbach Sass.

www.lautenbachsass.de T 0 69) 2 57 82 65 - 0

Eine Weiterentwicklung verspricht sie sich nun vom Schritt in die Selbständigkeit. Vor ihrer Zeit bei der ADAC-Luftrettung erlernte sie ihr Handwerk bei Ogilvy Healthworld und dem Deutschen Institut für Public Relations (DIPR). Zusätzlich zertifizierte sie sich an der Universität Rostock in CSR-Strategie und CSR-Management. Weitere Informationen zur neuen Agentur finden sich auf der [Homepage von Alka Celić](#).

Sparkassen werben beim Bürger um Vertrauen

Die Sparkassen starten eine Dialogoffensive. Sie wollen mit den Bürgern ins Gespräch kommen, um verloren gegangenes Vertrauen zurückzugewinnen. Dabei kamen die öffentlich-rechtlichen Sparkassen noch vergleichsweise glimpflich durch die Bankenkrise. Immerhin 52 Prozent der Bundesbürger vertrauen laut einer Forsa-Umfrage von 2012 den Sparkassen. Die Privatbanken kommen nicht einmal auf die Hälfte dieses Wertes – ihre Vertrauensbasis in der Bevölkerung liegt laut Forsa nur bei 22

Prozent. Die „W&V“ stellt in einem Beitrag auf ihrer Webseite den Pilotversuch des Deutschen Sparkassen und Giroverbands, Berlin, vor, der bis zum Jahresende fortgeführt werden soll.

Bundesfamilienministerium will Demokratieverständnis schärfen

Die Berliner Agentur We Do hat im Rahmen der Demokratieprogramme des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) zwei Videos konzipiert und produziert: „Toleranz fördern – Kompetenz stärken“ und „Initiative Demokratie Stärken“. Die Filme sollen ein Zeichen für Demokratie, Respekt und Toleranz setzen. Das BMFSFJ möchte mit den Programmvideos zur kritischen Auseinandersetzung mit politischem Extremismus anregen und das Demokratieverständnis schärfen. Die Filme können auf den Internetseiten www.demokratie-staerken.de und www.toleranz-foerdern-kompetenz-staerken.de sowie auf dem YouTube-Kanal des BMFSFJ und auf Veranstaltungen angesehen werden.

Kahlschlag in der Kommunikation des SRF

Das Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) baut nach *Informationen des „Klein-Report“* zum 1. Juni dieses Jahres „10 bis 20 Vollzeitstellen“ im Bereich Kommunikation und Marketing ab. Die Umstrukturierung werde vorgenommen, um „weitere Synergien zu nutzen und Mittel zugunsten von Programmvorhaben freizusetzen“, zitiert der „Klein-Report“ die Meldung des SRF. Die Kommunikationsaufgaben werden gesamthaft der Direktion zugeordnet, das heißt zum Stabsbereich Unternehmenskommunikation unter der Leitung von Andrea Hemmi. Corinne Pellerin, die bisherige Leiterin der Abteilung Kommunikation und Marketing, hat das Unternehmen ver-



lassen. Ihre Aufgaben übernimmt interimistisch Gerhard Bayard, stellvertretender Leiter HR.

Fünf öffentliche Ausschreibungen

"CP-Monitor" berichtet im Newsletter vom 16. April über fünf öffentliche Ausschreibungen: Die Physikalisch-Technische Bundesanstalt, Braunschweig, sucht einen Online-Dienstleister, der den Relaunch der Website übernimmt. Die Wasser- und Schifffahrtsverwaltung des Bundes (WSV) in Bonn schreibt einen Imagefilm aus. Das Ministerium der Finanzen des Landes Brandenburg, Potsdam, plant ein Corporate Publishing-Projekt und sucht einen Dienstleister für Gestaltung, Layout, Textredaktion und Lektorat. Der AOK-Bundesverband, Berlin, hält derzeit Ausschau nach einem Betreuer, der künftig die Gestaltung der Kommunikationsmittel zur Ansprache der Arbeitgeber übernimmt. Und auch der Berliner Dachverband deutschsprachiger Frauen/Lesbenarchive, -bibliotheken und dokumentationsstellen (ida) schreibt Online-Dienstleistungen aus. Einzelheiten und Verlinkungen

direkt zu Ausschreibungsbedingungen bei [CP-Monitor](#).

Branche compact (7) (16. KW-2013)

1. Zum 15. Mal verlieh der **Kommunikationsverband**, München, führenden Unternehmen und Dienstleistern der Branche den **BoB Best of „Business-to-Business“ Communication Award** in Kronberg im Hause von Accenture. Die Jury vergab für 2012 insgesamt 30 Auszeichnungen. Die fünf goldenen BoBs gingen an: 1. Tempus Corporate GmbH, Corporate Publishing. 2. Publicis München, Kategorie Crossmediale & integrierte Kommunikationskampagnen. 3. Agentur am Flughafen AG. 4. Schindler Parent GmbH, beide in der Kategorie Dialogmarketing und Verkaufsförderung. 5. Facts and Fiction GmbH, Kategorie Live Communication & Messen.
2. **Ulrich Roth**, gemeinsam mit **Rolf Lorenz** und **Günther Lohre** Gründer der Stuttgarter **Agentur Roth & Lorenz** (früher Roth & Lohre), hat die Anteile seines Partners Lorenz übernommen. Lohre war bereits 1997 ausgeschieden. Als Gesellschafter nachrücken sollen dafür in Kürze **Andrea Vossen** und **Petra Schnitzler**, die seit einiger Zeit neben Roth die Agentur führen. Damit soll aus der inhabergeführten Agentur ein managementgeführtes Unternehmen werden. Lorenz will aus gesundheitlichen Gründen kürzer treten.
3. Ab sofort präsentiert sich die Kölner **PR-Agentur Krampitz** unter dem neuen Namen „**Krampitz Communications - PR for Renewables and Technologies**“. Damit will die international ausgerichtete Agentur ihr Know-how für erneuerbare Energien und neue Technologien in allen Bereichen der Kommunikationsarbeit unterstreichen. Denn die Entwicklung in den vergangenen Jahren habe dazu geführt, so Geschäftsführerin Iris Krampitz, dass über erneuerbare Energien hinaus, auch weitere Technologiethemen in den Fokus der Agentur gerückt seien.
4. Die Kölner Teambuilding-Experten **Bonrath Kommunikation** haben eine neue Adresse: Seit Anfang April arbeitet die Agentur in der Vogteistraße 18, nahe dem Hansaring. Die neuen Firmenräume liegen zentral in der



- Kölner City. Die vollständigen Kontaktdaten von Bonrath Kommunikation finden Sie unter diesem [Link](#).
5. Die **Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK)**, Berlin, und der **Bundesverband Community Management e.V. für digitale Kommunikation & Social Media (BVCM)**, Nordkirchen, kooperieren jetzt offiziell bei der **Entwicklung und Ausgestaltung eines neuen Berufs- und Prüfungsbildes für Social Media Manager**. Die PZOK und der BVCM reagieren mit ihrer Kooperation auf die steigende Professionalisierung der Branche und den immer größer werdenden Bedarf an Fachkräften. Die Entwicklung und Ausgestaltung eines neuen Berufs- und Prüfungsbildes für Social Media Manager wird damit weiter vertieft. Einzelheiten zu diesem Thema direkt auf [Webseite der PZOK](#).
 6. Die **Wildcard Gruppe**, PR- und Kommunikationsagentur mit Hauptsitz in Krefeld, und die **Quantumfrog GmbH**, Spiele- und Software-Entwickler sowie Webprogrammierer aus Oldenburg, arbeiten ab sofort als strategische Partner zusammen. Ziel ist es, das Angebotsportfolio zu bündeln, um den Anforderungen an die Kommunikation von Unternehmen aus einer Hand begegnen zu können. Zu den Standorten Krefeld, Köln und München kommt nun auch noch Oldenburg hinzu. Das Portfolio der Wildcard Gruppe, bisher strategische Beratung, Produktion von Bewegtbildern und Designs sowie PR- und Marketingarbeit, wird somit um Softwareproduktion und -gestaltung erweitert. Kunden haben ab sofort die Möglichkeit, sich Kampagneninhalte klassisch und digital umsetzen und Websites und Blogs programmieren zu lassen.
 7. **Hering Schuppener Consulting**, Düsseldorf, bleibt an der Spitze des M&A-Rankings von Informationsdienstleister Mergermarket. Im ersten Quartal 2013 belegte die Strategieberatung für Kommunikation erneut Platz eins im deutschen Markt, sowohl nach Anzahl als auch nach Wert der Transaktionen. Das

Agenturnetzwerk mit Büros in Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Berlin und Brüssel betreute seit Jahresbeginn vier Fusionen und Übernahmen mit Beteiligung deutscher Unternehmen. Der Gesamtwert der Transaktionen lag bei 1,57 Milliarden Euro. Seit 2004 begleitete Hering Schuppener Consulting insgesamt 271 Transaktionen mit einem Gesamtvolumen von 287,8 Milliarden Euro.

Medien

Auflagen der PR-Fachmedien im I. Quartal 2013

Die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) Berlin, hat jetzt die Verbreitungsdaten der gedruckten PR-Fachmedien für das I. Quartal 2013 veröffentlicht. Während beim in Hamburg erscheinenden „PR-Report“ bei der Druckauflage (4.000) und den verkauften Exemplaren (1.022) keine Veränderungen zu verzeichnen sind, gibt es beim „prmagazin“ aus Remagen-Rolandseck Schwankungen im Vergleich zum IV. Quartal 2013. Während die Druckauflage um 9,34 Prozent auf 5.000 Stück gesteigert wurde, gingen die Verkaufszahlen um 6,81 Prozent auf 1.821 Exemplare zurück. Die einzelnen Veränderungen sind der nachfolgenden Übersicht zu entnehmen: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Demmel folgt Wasmuth als Chefredakteur bei N-TV

Hans Demmel, Geschäftsführer beim Kölner Nachrichtensender N-TV, wird nun auch zusätzlich Chefredakteur. Er löst Volker Wasmuth ab, der N-TV nach zehn Jahren verlässt. Wasmuth war seit 2006 Chefredakteur, zuvor war er Nachrichten-Chef und stellvertretender Chefredakteur des Senders. Bevor er zu N-TV kam, war er viele

Jahre für RTL tätig und entwickelte in dieser Zeit mit Heiner Bremer das „Nachtjournal“. Demmel ist wie sein Vorgänger ein gelernter Journalist. Er war Reporter und Redakteur beim Bayerischen Fernsehen, Chef vom Dienst und stellvertretender Redaktionsleiter bei den „Sat.1 News“ und seit 1992 USA-Korrespondent von Sat.1. Seit 1994 ist Demmel in der Mediengruppe RTL Deutschland tätig: Er war zunächst Reporter beim Magazin „Extra“ und von 1999 an dessen Redaktionsleiter. Anfang 2002 wurde er Chefredakteur von Vox. Im April 2005 kehrte er als Bereichsleiter Magazine zu RTL zurück. Seit September 2007 ist Hans Demmel Geschäftsführer von N-TV.

Medien compact (2) (16. KW-2013)

1. Die „**Süddeutsche Zeitung**“ (SZ) hat mehrere Führungspositionen neu besetzt, drei der vier Stellen gehen an Frauen. So hat **Claudia Fromme** die Leitung des Medien-Ressorts übernommen, zum 1. Mai wird **Tanja Rest** Leiterin des neuen Ressorts „Gesellschaft und Wochenende“, **Nina Bovensiepen** wird künftig das größte SZ-Ressort, „München, Region und Bayern“, führen. Sie übernimmt diesen Posten von **Ulrich Schäfer**, der das Ressort Wirtschaft leiten wird. Durch die Berufung von drei Frauen erhöht die Süddeutsche Zeitung deutlich den Anteil an weiblichen Führungspositionen in der Redaktion.
2. **Pea Schubert**, bisher Leiterin Markenkommunikation der Burda News Group, wechselt zum 1. Mai in die „Focus“-Chefredaktion nach München, wo sie die neu geschaffene Position der geschäftsführenden Redakteurin bekleiden und direkt an Chefredakteur **Jörg Quoos** berichten wird. Bereits seit dem 1. Januar ist **Thorsten Fleischhauer** (43) Foto-Chef von „Focus“ in München. Seit März leitet er die Bildredaktion des Nachrichtenmagazins nun alleinverantwortlich – sein Vorgänger **Rüdiger Schrader** hat das Unternehmen verlassen. Fleischhauer berichtet ebenfalls direkt an Quoos. Fleischhauer kam von „Bild“, wo er zuletzt Foto-Chef der bundesweiten Ausgabe war.

Social Media

BVDW: Neue Richtlinie für Social Media Monitoring

Die Fachgruppe Social Media im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. schafft mit einer neuen Richtlinie branchenübergreifende Grundlagen für Social Media Monitoring. Indem die Medientypeneinteilung die Erfassung und Kategorisierung von Medieninhalten vereinheitlicht, sollen Qualität und Aussagekraft der analysierten Monitoring-Daten erhöht werden. Zugleich sieht die Richtlinie eine Reduktion der manuellen Aufwände bei der Datenanalyse vor. Durch diese Vereinfachung sollen insbesondere Nutzer von Monitoring-Systemen profitieren. Der Verband sorgt mit dieser Richtlinie nach eigener Aussage für die dringend erforderliche Transparenz für Anbieter und Anwender von Social Media Monitoring.

Weitere Details und die BVDW-Richtlinie als kostenfreies PDF-Dokument stehen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org.

Social Media compact (7) (16. KW-2013)

1. **Anschläge in Boston: Twitter** zeigt sich (mal wieder) von seiner besten und schlechtesten Seite. Zum Artikel bei [Basic Thinking](#).
2. **Google+ gewinnt im B2B Sektor an Bedeutung**, heißt es im Beitrag von [Futurebiz](#).
3. Zu den **Vor- und Nachteile von Facebook Pages und Corporate Blogs** gibt es einen Artikel im [AKOM360 Blog](#).
4. Neues Panda-Update: **Wieso Google Gastautorenbeiträge in Blogs abstrafft**. Zum Beitrag auf [OnlineMarketing.de](#)
5. Anleitung in [t3n](#): **Wie funktioniert eigentlich Tumblr?**
6. Social Media Guidelines für Mitarbeiter gibt es in Textform, aber auch wie z. B. bei Tchibo oder Krones als Video. Die

7. **Versicherung Generali** zeigt ihre **Social Media Guidelines** ebenfalls als [Video](#).
7. **Warum die "Welt" ein Auto-Blog eröffnet**, erklärt dieser [Beitrag](#).

Reputation Management

Hoeneß und die Steuern: Die Reputation ist im Eimer

Es ist immer wieder erstaunlich, zu welchen Verdrängungsleistungen die menschliche Psyche in der Lage ist. Denn anders ist auch der Fall Uli Hoeneß kaum zu erklären. Einerseits der mitfühlende Bürger, der gesellschaftliche Kritiker, auf der anderen Seite der eiskalte Steuerhinterzieher, also der sozialschädliche Bürger. Das kann so lange nur deshalb funktioniert haben, weil Hoeneß seine Steuerhinterziehung offenbar verdrängte, sie in den Tiefen seines Gedächtnisses verschloss. Oder ist er doch ein Vertreter der klassischen Doppelmoral? Auf jeden Fall rächt es sich jetzt, dass er sich öffentlich über eine Reichensteuer beschwerte und noch 2005 erklärte, alle Steuern zu bezahlen. Jedes Wort holt ihn jetzt wieder ein. Was ging in ihm vor, als er sich so exponierte? Wieso hat ihn nicht die Angst übermannt?

Den Artikel von [Michael Spreng](#), Berlin am 21. April in seinem Blog "sprengsatz" [hier online weiterlesen](#).
Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

CSR Unternehmensverantwortung

EU-Kommission legt Gesetzesentwurf für verpflichtende Nachhaltigkeitsberichterstattung vor

Seit vielen Monaten wird darüber diskutiert und nun liegt er tatsächlich vor, der Gesetzesentwurf der

EU-Kommission zur verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung. Seit die EU-Kommission 2011 mit der aktualisierten Definition von Unternehmensverantwortung klar gemacht hat, dass Freiwilligkeit, aus ihrer Sicht, nicht mehr ein wesentliches konstituierende Element von Corporate Social Responsibility ist liefern die Debatten in Europa und Deutschland heiß über eine mögliche Berichts- oder Offenlegungspflicht für soziale und ökologische Faktoren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Innereien (II) – ekelhaft lecker: Saure Nierle

(nsb) Leber – das geht ja noch. Immerhin ist die Leberwurst in vielen regionalen Varianten eine der beliebtesten Speisen. Kalbsleber Berliner Art, mit Zwiebeln und Apfelingeln gebraten, gehört zu den Klassikern der deutschen Küche. Aber Nieren? Diese Ausscheidungsorgane mit dem manchmal recht eindeutigen Geruch? In der feinen Küche haben die Nieren von Kalb und Lamm den höchsten Wert, die Organe von Ferkeln stehen dem kaum nach. Nieren von ausgewachsenen Schweinen sind weniger beliebt, und die vom Rind landen eher im Tierfutter. Wer den spezifischen Geruch und Geschmack nicht mag, sollte unbedingt auf Frische achten – schon kurze Zeit nach der Schlachtung wird das Aroma strenger. Alle Gänge und Röhren müssen heraus geschnitten werden. Zudem kann man die Nieren erst eine halbe Stunde in kaltes Wasser, anschließend noch einmal so lang in Milch oder Weißwein legen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Unternehmenskommunikation: Die Botschaft entscheidet

Frage ich in der Kommunikationsberatung nach den Grundlagen und der Gestaltung der Unternehmenskommunikation, bekomme ich oft ausschweifende und umfangreiche Antworten. Da ist von den Zielgruppen, den passenden Themen, sinnvollen Kanälen und neuen Formaten die Rede. Doch ein entscheidender Punkt wird oft gar nicht angesprochen: die Botschaft. Frage ich dann nach, ernte ich oft Unverständnis. Die häufigste Antwort: „Aber wir positionieren uns doch ganz klar.“ Sicher, doch die Unternehmensbotschaft geht über die reine Positionierung hinaus.

Natürlich ist es für Unternehmen wichtig, eine klare Positionierung zu haben und definieren zu können, mit welchen Kompetenzen und Themen sie ihre Fans und Kunden erreichen wollen. Doch diese Positionierung ergibt sich relativ eindeutig aus der Kernkompetenz und der Erfahrung des Unternehmens. Die Botschaft basiert zwar auf der Positionierung, schließt jedoch zwei wichtige und oft vernachlässigte Aspekte mit ein: Emotionen und Beziehungen.

Den Artikel von Christian Mueller am 20. April in Jochen Mais Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#)

Bildung

Hochschule Fresenius bietet Masterstudiengang Corporate Communication an

Ab dem kommenden Wintersemester bietet die Hochschule Fresenius am Kölner Standort einen Masterstudiengang Corporate Communication an,

der über vier Semester geht. Darin werden die soziologischen, psychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Grundlagen der Kommunikation von Unternehmen und Organisationen untersucht und praxisorientierte Anwendungen entwickelt. Wichtige Themen sind die Konzeption von crossmedialen Kampagnen, die globalisierte Markenkommunikation und die Erforschung von Kommunikationswirkungen mit klassischen und neuen Medien. Optionale Schwerpunktmodule bieten eine intensive und praktische Beschäftigung mit Social Media, Krisen- oder Live-Kommunikation, Public Relations oder Public Affairs an. Der Masterstudiengang Corporate Communication startet im Wintersemester 2013/14 und durchläuft zurzeit die Akkreditierung. Die Gebühren betragen 650 Euro im Monat. Weitere Informationen zum Masterstudiengang und seinen Voraussetzungen finden sich auf der [Webseite](#). Einzelheiten können *per Mail bei Jan Rommerskirchen* erfragt werden.

Bildung compact (2) (16. KW-2013)

1. Einen neuen Studiengang zum Erwerb des **Master of Science (MSc)** bietet die **Donau-Universität Krems in Österreich** für das kommende Wintersemester an. Der Umgang mit Social Media ist dabei eines der zentralen Themen. Der Universitätslehrgang baut ein theoretisches Fundament auf, orientiert sich an der praktischen Anwendung – bis hin zur Planung und Umsetzung von Online-Kampagnen - und vermittelt strategische Herangehensweisen im Einsatz der Social Media. Der Masterstudiengang ist wahlweise für vier bis fünf Semester angelegt und kostet knapp 15.000 Euro. Weitere Informationen zu den formalen Voraussetzungen, dem Inhalt sowie dem Ablauf und dem Anmeldeprocedere, Anmeldeschluss ist am 31. Juli, finden sich auf der [Webseite, die für den Studiengang eingerichtet](#) wurde.
2. Am 13. und 14. Juni finden in Düsseldorf zum dritten Mal die „**Praxistage Interne Kommunikation 2.0**“ statt. Die School for Communication and Management (SCM)

lädt zu zehn praxisnahen Workshops, Poster-sessions sowie spannenden Keynotes von Christof Hafkemeyer, Deutsche Telekom, und Helmut Sins, Fraport, ein. Workshopthemen sind unter anderen die Einführung von Social Software, der Wandel der Internen Kommunikation durch Social Media, Maßnahmen-Controlling und Schreiben für Onlinemedien. Eine Diskussionsrunde sowie das Get-Together bieten Raum zum fachlichen Austausch in lockerer Atmosphäre.

Studien

(N)Onliner Atlas 2013: Zahl der Internetnutzer steigt erneut nur geringfügig

Die Internetnutzung in Deutschland liegt aktuell bei 76,5 Prozent. Der Zuwachs von Onlinern stagniert damit auch in 2013. In den letzten beiden Jahren ist die Zahl der Internetnutzer lediglich um jeweils 0,9 Prozentpunkte pro Jahr gestiegen. Mit 23,5 Prozent sind aktuell immer noch rund 16,5 Millionen Bundesbürger nicht Teil der digitalen Welt. Nach wie vor ist Deutschland nach Geschlecht, Altersgruppen und Bildung digital gespalten: Noch immer sind mehr Männer als Frauen online, mehr Junge als Alte, mehr Menschen mit hohem Bildungsabschluss als mit niedrigem. Dies sind die aktuellen Ergebnisse der 13. Ausgabe des (N)Onliner Atlas, den TNS Infratest im Auftrag der Initiative D21, Berlin, durchgeführt hat. Mit über 30.000 Interviews ist diese Befragung Deutschlands umfangreichste Studie zur Nutzung, Nichtnutzung und Nutzungsplanung des Internets. Einzelaspekte der Studie werden ausführlich auf der [Webseite der Initiative D21 behandelt](#). *Klicken Sie selbst.*

Studie: Zeitgeist von Marken

In der aktuellen Cultural Traction 2013 Studie stellt Icon Added Value, Nürnberg, die Bewertung von 160 ausgewählten Marken aus 15 Branchen in Bezug auf ihren Zeitgeist dar. Darunter versteht die zur WPP-Gruppe gehörende Beratungsgesellschaft für Markenentwicklung und Marketing, die Fähigkeit von Unternehmen am Puls der Zeit zu bleiben. Gemessen wird der Zeitgeist (VIBE) an Bewertungen in den Kategorien „visionär“ (Visionary), „inspirierend“ (Inspiring), „kühn“ (Bold) und „aufregend“ (Exciting). Für die Cultural Traction 2013 Studie wurden 62.250 Personen in den zehn wichtigsten Märkten – Deutschland, USA, China, Frankreich, Italien, Großbritannien, Australien, Brasilien, Hong Kong und Singapur – befragt. Die Top-Ten-Liste der globalen Zeitgeistunternehmen hat folgende Reihenfolge: 1. Google, 2. Apple, 3. Samsung, 4. IKEA, 5. Microsoft, 6. Sony, 7. BMW, 8. Audi, 9. Coca-Cola und 10. EBay. Das zeige, so bewertet *Icon Added Value*, dass Technologiemarken die stärkste Bindung zu ihren Konsumenten aufbauen könnten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Stakeholder-Interessen werden wieder wichtiger

Eine an den Interessen und Ansprüchen von Stakeholdern ausgerichtete Unternehmensführung und Kommunikationspolitik wird an Bedeutung zunehmen. Oder anders ausgedrückt: An die Stelle einer einseitigen Fokussierung auf die Interessen der Shareholder ist bei der überwiegenden Mehrheit der befragten Unternehmen die Öffnung gegenüber diversen Anspruchsgruppen in Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und Wissenschaft getreten. Dieses Ergebnis einer zwischen Juli und September 2012 durchgeführten Befragung von 98 Unternehmensentscheidern in Deutschland, Österreich und der Schweiz belegt einen Kulturwandel im Manage-

ment, sagen die Autoren der Studie. Sie wurde von der MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Lintemeier Stakeholder Relations und Knobel Corporate Communications durchgeführt. Untersuchungsgegenstand war der Einsatz und der Professionalisierungsgrad des Stakeholder Managements in deutschen, österreichischen und schweizerischen Unternehmen. Die Studie wird am 17. April um 18.30 Uhr am MHMK-Campus in München offiziell vorgestellt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

KIM-Studie 2012: Facebook bei Kindern sehr beliebt, obwohl sie es nicht nutzen dürfen

Bei Kindern im Alter von sechs bis 13 Jahren steht Facebook im Ranking der beliebtesten Websites an erster Stelle. 17 Prozent der Internetnutzer, die eine Lieblingsseite im Internet haben, nennen dieses Soziale Netzwerk. Auf den weiteren Rängen folgen die Videoplattform YouTube (12 %) und das deutsche Angebot SchülerVZ (11 %), das zum 30. April geschlossen wird. Die große Beliebtheit von Facebook bei Kindern steht dabei im Gegensatz zu den Nutzungsbedingungen, die auf der Website der Community formuliert sind: Nach diesen Angaben ist eine Nutzung der Plattform erst ab 13 Jahren erlaubt. Dies sind Ergebnisse der KIM-Studie 2012 (Kinder + Medien, Computer + Internet), die am 16. April veröffentlicht wurde. Erstmals enthält die KIM-Studie in diesem Jahr den Sonderteil „miniKIM“, der das Medienverhalten von Kindern im Vorschul- und Kindergartenalter (zwei bis fünf Jahre) beschreibt. Die Studiendokumentation ist beim [Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest](#) [kostenlos abrufbar](#).

GMK-Markenstudie: Samsung verdrängt Apple aus den Top 3

Die beliebtesten Marken der Deutschen sind VW (18 Prozent), Mercedes-Benz (17 Prozent) und

Samsung (16 Prozent). Im Vergleich zur Befragung im Jahr 2011 konnten sich vor allem VW (+5 Prozentpunkte), Mercedes (+5 Prozentpunkte), Apple (+5 Prozentpunkte) und Samsung (+11 Prozentpunkte) deutlich verbessern. Interessant ist dabei die Entwicklung von Samsung: Während Apple im Jahr 2011 noch mit zwei Prozentpunkten vor Samsung lag, hat Apple nun das Nachsehen. Das südkoreanische Unternehmen rangiert aktuell mit 16 Prozent auf dem 3. Platz der Gesamtwertung, wohingegen Apple es mit zwölf Prozent nur auf Rang sechs schaffte. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage im Auftrag der Kölner GMK Markenberatung. Für diese Umfrage wurden vom Link Institut für Markt- und Sozialforschung insgesamt 1.000 Bundesbürger ab 14 Jahren telefonisch befragt; Mehrfachnennungen waren möglich.

Studien compact (1) (16. KW-2013)

1. Das **Zentrum für Journalismus und Kommunikationsmanagement** (JoKom) der Donau-Universität Krems und das österreichische **Online-Research Institut Marketagent.com** werden künftig regelmäßig Studien in den Themenfeldern Journalismus, Public Relations und Managementkommunikation durchführen. Nach einer erstmaligen erfolgreichen Zusammenarbeit im Rahmen der Onlinestudie „Datenjournalismus im Realitätscheck. Die Relevanz des Datenjournalismus in der täglichen journalistischen Arbeit“ planen Thomas Schwabl, Gründer und Geschäftsführer Marketagent.com, und Michael Roither, Leiter des Zentrums für Journalismus und Kommunikationsmanagement, auch zukünftig gemeinsame Projekte durchzuführen. Nähere Informationen zur Studie finden sich unter diesem [Link](#) und zum Online-Research Institut [hier](#).

Termine

Media Summit 2013: 360-Grad-Blick auf Social Media Kommunikation

Gespräche, Vorträge, Fallbeispiele, Round-Tables, Workshops und Live-Testing statt üblicher Konferenzatmosphäre. Mit diesem Anspruch haben die Macher des früheren PR 2.0 Forums jetzt das Programm für den Digital Marketing und Media Summit 2013 aufgesetzt. Die Veranstaltung, die am 15. und 16. Mai in Hamburg stattfindet, ist Treffpunkt für alle, die einen 360-Grad-Blick auf Social Media-Kommunikation, -Experience und -Marketing nehmen wollen. „Auf dem Weg zum Transmedia Storytelling“, lautet dabei der Titel einer Keynote-Rede, die Petra Sammer von Ketchum Pleon halten wird. Im gleichen Panel spricht Petra Meyer, Chefredakteurin „Online & Social Media“ bei Audi über die Social Media-Aktivitäten des Ingolstädter Autobauers. Unter dem folgenden Link finden sich [Einzelheiten zum Programm des Media Summit](#) und zur [Anmeldung geht es hier](#).

Jahrestagung der Fachpresse: Digitaler Wandel und Veränderungsprozesse

Wie Fachmedienhäuser den Herausforderungen des digitalen Wandels begegnen und Veränderungsprozesse erfolgreich managen können, ist zentrales Thema des Kongresses der Deutschen Fachpresse am 5. und 6. Juni in Essen. Unter dem Motto „Transformation erfolgreich gestalten“ geben Verlagsmanager, Medienexperten und Wissenschaftler wie Matthijs Lusse (Wolters Kluwer), Markus Reithwiesner (Haufe-Lexware) und Gabor Steingart (Verlagsgruppe Handelsblatt) beim Jahrestreffen der Fachmedienbranche Beispiele dafür, wie Fachverlage Transformationsprozesse erfolgreich umsetzen und dafür notwendige Kernkompetenzen stärken können. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (5) (16. KW-2013)

1. Während das Thema „Content Marketing“ in jüngster Zeit die Aufmerksamkeit der Fachöffentlichkeit auf sich ziehen konnte, steckt die Diskussion um „Content Strategie“ im deutschsprachigen Raum derzeit noch in den Kinderschuhen. Um das zu ändern, veranstalten der „eBusiness-Lotse“, Darmstadt-Dieburg, und die Agentur Script Communications am **7. und 8. Juni** an der **Hochschule Darmstadt** das **Content Strategy Camp 2013**. Einzelheiten über das Thema hat Thomas Pleil, einer der Köpfe hinter dem Projekt, in seinem *Blog "Content Strategie: Wie geht das?"* zusammengefasst. Weitere Informationen zur Veranstaltung und zur Anmeldung finden sich auf der Webseite des *Content Strategy Camps*. Interessenten haben hier auch die Möglichkeit, Themenvorschläge für die Diskussionsrunden einzureichen.
2. Public Affairs lautet das Thema einer Tagung am **20. und 21. Juni** in Berlin, die von der **Quadriga Hochschule Berlin** in Kooperation mit dem Magazin „**Politik & Kommunikation**“ veranstaltet wird. Im Wahlkampfjahr 2013 soll der Fokus auf aktuelle Reform- und Regulierungsvorhaben gerichtet werden, die als Fallstudien dargestellt werden. Als Keynote-Sprecher konnte Marlon Marshall gewonnen werden, einst Wahlkampfmanager von Barack Obama. Weitere Referenten sind unter anderen Volker Heck, Head of Corporate Communications and Public Affairs, RWE, Franziska Erdle, Geschäftsführerin der Wirtschaftsvereinigung Metalle, und Holger Eichele, Pressesprecher des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV). Weitere Informationen und Anmeldeöglichkeit direkt auf der *Webseite der Quadriga Hochschule*.
3. Das **Studieninstitut für Kommunikation** und der **FAMAB Verband Direkte Wirtschaftskommunikation e.V.**, Düsseldorf, bieten drei neue Tagesseminare an. Die Themen: Kundenkommunikation, Verhandlung und Präsentation. Das Angebot richtet sich an Mitarbeiter aus Agenturen und Unternehmen und bietet Praxistipps für den Berufsalltag an. Alle Seminare starten jeweils mit einem Impulsvortrag des

Referenten, der die Inhalte dann mittels interaktiver Gruppenarbeit vertieft. Die Veranstaltungen finden am **4. Juli von 10:00 bis 17:30 Uhr** in Düsseldorf statt. Weitere Informationen auf der *Webseite des Veranstalters*.

4. Die **Landesgruppe Norddeutschland** der Deutschen Public Relations Gesellschaft, **DPRG**, lädt für den **24. April, von 19 bis ca. 21 Uhr** zu einem Rundgang durch Hamburg ein. Unter dem Motto „Vom Chilehaus zum Hühnerposten“ schaut die Gruppe hinter die Fassaden altbekannter Gebäude, um attraktive Eventlocations zu erkunden. Treff- und Startpunkt ist am Eingang B des Chilehaus, Fischertwiete 1. Die DPRG-Landesgruppe Nord bittet um Anmeldung *per Mail* bis zum 19. April.
5. „**Medienbezogene Verantwortung im Kontext neuer Formen von Öffentlichkeit**“ – zu diesem Thema hält Mike Friedrichsen, Professor an der Hochschule der Medien in Stuttgart, am **24. April** einen **Vortrag an der Rheinischen Fachhochschule in Köln (RFH)**. Die Veranstaltung ist der Auftakt für die im Sommersemester stattfindenden Ringvorlesungen des Forschungsclusters Ethik & Nachhaltigkeit der RFH. Friedrichsen beschäftigt sich vor allem mit den großen ethischen Herausforderungen für Medienunternehmen, die durch die Neuen Medien entstanden sind. Die *Veranstaltung ist offen für alle Interessierten*. Sie findet statt im RFH-Hauptgebäude, Schaevenstr. 1 a/b, 50676 Köln, Raum S-117. Beginn ist um 18 Uhr.

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 10 aktuellen Gesuche finden Sie *hier*

ANGEBOTE (57)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 9 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *PR-Manager/in + PR-Praktikant/in in Kommunikationsagentur, Berlin*
- *Hill+Knowlton Strategies sucht PR-Junior-Berater oder PR-Berater Corporate Communications (w/m), Frankfurt*
- *Healthcare-PR Agentur (Eltville) sucht ab sofort PR-Juniorberater(in)*
- *Online Redaktionsleiter (m/w), München*
- *Online Redakteur (m/w), München*
- *PR-Berater Consumer / Brands (m/w), Frankfurt*
- *Junior PR / Account Berater (m/w), Hamburg und München*
- *PR-Redakteur (m/w) Schwerpunkt Consumer PR, Hamburg*
- *Account Executive (w/m) Technology, Frankfurt*
- *Int. PR-Beratung sucht Account Director Corporate/Food (m/w), Berlin*
- *PR Berater/in Lifestyle und Senior Berater/in Healthcare, Köln*
- *Junior-Projektmanager/in Public Relations, Mainz*
- *Assistant / Junior Consultant / Consultant (w/m) Markenkommunikation, Hamburg*
- *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 Marketing/ PR Manager - Assistenz Marketing/ PR (m/w), Frankfurt*

- *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-Berater/in Fashion/Lifestyle, Düsseldorf*

Medien

- *Maerken Kommunikation GmbH sucht Wirtschaftsredakteur (m/w), Köln*

Unternehmen

- *Regional Director Communications East & Central Europe, München*
- *PR-Berater (w/m) bei HOPF STRATEGIE in Berlin*
- *PressereferentIn und Assistenz des Vorstandes, Dortmund*
- *Referent Werbung und PR (m/w), Leipzig*
- *Manager - PR & New Media (m/w), München*
- *Marketing Communications Manager (m/w), St. Wendel*
- *Online-PR und Social Media Profi (m/w), Grevenbroich*

Verbände (Non-Profit)

- *Mitarbeiter /-in Öffentlichkeitsarbeit und Projektmanagement, München*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 22. April 2013 um 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.125 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.;

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.de>

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](#)