

## Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 380 / 18. KW 2013

Und hier das Inhaltsverzeichnis des 380. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 47 Einzelmeldungen):

1. *SAP: Marketing und Kommunikation zusammengelegt – US-Amerikanerin Clarke neue Kommunikationschefin*
2. *Schädler wechselt von der SAP zur Lufthansa*
3. *FleishmanHillard mit neuem Markenauftritt*
4. *Grey holt Markenzeichen als Partner für PR an Bord*
5. *Rückzug vor dem Antritt bei der ABDA*
6. *Ergo Kommunikation baut Standort München aus*
7. *Stangenberg neuer Kommunikationschef bei United Internet*
8. *Personalien compact - Agenturen (5) (18. KW-2013)*
9. *Personalien compact - Sonstige (5) (18. KW-2013)*
10. *Personalien compact - Unternehmen (7) (18. KW-2013)*
11. *Etats compact (19) (18. KW-2013)*
12. *komm.passion-Dossier 7: EU Lobbying beginnt zu Hause - Viele Wege nach Brüssel führen über Berlin*
13. *Branche compact (6) (18. KW-2013)*
14. *Verlagsgruppe Handelsblatt kauft das Onlineportal „Meedia“*
15. *60 Jahre Deutsche Welle: Brücken der Verständigung geschlagen*
16. *Marktführer ZDF baut Vorsprung beim Gesamtpublikum aus*
17. *Zeitungshäuser setzen auf Tablets*
18. *Medien compact (3) (18. KW-2013)*
19. *Warum Social Media nicht gleich PR ist - Was traditionelle Öffentlichkeitsarbeiter über das Social Web wissen sollten*
20. *BVDW-Ranking: Die zehn größten Social-Media-Agenturen*
21. *Benefiz Blogger: Blogger Relations für den guten Zweck*
22. *Facebook-Award: Die 20 erfolgreichsten Social-Media-Kampagnen*
23. *CEO-Reputation: Wenn Kommunikation kein Naturtalent ist*
24. *Globale Verantwortung, viel Wirtschaft und die Grenzen der Politik: Der Kirchentag bot fachkundige Diskussionen*
25. *PR-Interview Nr. 91. Carsten Lange: Ein Patentrezept gibt es nicht*
26. *Skandale in der Mediengesellschaft: Deutschland, einig Prangerland (sueddeutsche.de)*
27. *Journalismus zum PR-Zweck*
28. *Neue Strukturen und mehr Flexibilität an der Donau-Universität Krems*
29. *4. Medienbeobachterkongress: 300 Teilnehmer nutzen Networking-Plattform*
30. *Was Mutti über Code Literacy wissen sollte oder wie man zu ethischen Algorithmen kommt*
31. *Termine compact (2) (18. KW-2013)*
32. *Guter Service für Journalisten: Bitte mit Anhang*
33. *PR-Journal: 41.557 Besucher im April 2013, 191 Jobangebote seit Januar*
34. *Jobbörse*
35. *Impressum*

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

### Seite 1

#### SAP: Marketing und Kommunikation zusammengelegt – US-Amerikanerin Clarke neue Kommunikationschefin

Die Kommunikation bei SAP in Walldorf kommt nicht zur Ruhe. Nach zuletzt zwei Wechseln an der Spitze der Kommunikationsabteilung innerhalb eines halben Jahres werden jetzt die Presse- und Marketingabteilung unter der Führung von Marketingchef Jonathan Becher zusammengelegt, wie die „Wirtschaftswoche“ am 6. Mai berichtet. Neue Leiterin der Unternehmenskommunikation wird zudem ab dem 1. Juni die US-Amerikanerin Victoria „Torie“ Clarke, die unter anderem als PR-Frau im

amerikanischen Verteidigungsministerium unter Minister Donald Rumsfeld in der ersten Amtszeit von US-Präsident George W. Bush gearbeitet hat. Sie ist die erste Amerikanerin in der Geschichte von SAP auf dem Posten des Kommunikationschefs. Die 53-Jährige wird Nachfolgerin von Barbara Schädler, deren Wechsel zur Lufthansa erst in der vergangenen Woche bekannt wurde. Noch ein Novum: Laut „Wirtschaftswoche“ wird Clarke die Geschicke der Kommunikationsabteilung von den USA aus leiten. Marketingchef Becher selbst arbeitet von der kalifornischen SAP-Niederlassung in Palo Alto aus. Nun darf man sehr gespannt sein, wie sich sowohl die Zusammenlegung mit der Marketingabteilung als auch die Führung von den USA aus auf die Kommunikationsarbeit von SAP auswirken wird. Führungskonflikte und Abstimmungsprobleme scheinen vorprogrammiert.

### Schädler wechselt von der SAP zur Lufthansa

Barbara Schädler folgt Jürgen Homeyer in der Leitung der Konzernkommunikation der Lufthansa Group in Frankfurt am Main. Nach dem Intermezzo Homeyers, der Ende 2012 vorübergehend für Klaus Walther einsprang, ist dessen Nachfolge damit geklärt. Schädler kommt am 1. Juli vom Softwarehersteller SAP AG in Walldorf, wo sie derzeit noch Leiterin der Konzernkommunikation ist. In den Jahren vorher war sie seit 1994 Sprecherin des Bundesfinanzministeriums, Leiterin der Unternehmenskommunikation der RWE Energie und Gesamtverantwortliche für Marketing und Kommunikation bei Fujitsu Siemens Computers. Ihren Posten bei SAP hatte Schädler erst Anfang Januar von Hubertus Külps übernommen, der zuvor auch nach nur wenigen Monaten auf dem Kommunikations-Chiefsessel von SAP zur Großbank UBS nach Zürich wechselte. Ihr direkter Vorgänger bei der Lufthansa, Homeyer, löste Ende des vergangenen Jahres



Lufthansa-Kommunikationschef Walther ab, der diese Position 13 Jahre innehatte.

### FleishmanHillard mit neuem Markenauftritt

Die internationale Kommunikationsberatung FleishmanHillard, in Deutschland mit Niederlassungen in Frankfurt am Main, Berlin und München, präsentiert sich ab sofort mit neuem Markenauftritt. Die Agentur will ihre Entwicklung hin zu einer integrierten Kommunikationsberatung unterstreichen. Dazu will man sich ganzheitlich aufstellen und den integrierten Kommunikationsansatz in den Medienkanälen (Paid, Earned, Shared und Owned - PESO) forcieren. Damit will die Agentur auf die kommunikativen Herausforderungen im Spannungsfeld zwischen Marke und Stakeholder noch besser reagieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Grey holt Markenzeichen als Partner für PR an Bord

Grey Deutschland und die inhabergeführte Agentur markenzeichen gehen eine Partnerschaft ein. Markenzeichen soll mit seiner PR-Expertise dazu beitragen, dass Grey auch im Bereich „Non Paid Media“ wachsen kann. Im Februar hat markenzeichen zunächst die Eigen-PR für die Agenturgruppe

in Deutschland übernommen. Im zweiten Schritt wollen nun beide Agenturen auch gemeinsame Angebote für existierende und neue Kunden entwickeln.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### Rückzug vor dem Antritt bei der ABDA

Sven Winkler (47) wird nun doch nicht der neue Leiter der Stabsstelle Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände, ABDA, in Berlin. Entgegen allen offiziellen Meldungen der vergangenen Tage (siehe auch die Meldung im „PR-Journal“ in der Rubrik *compact*) kommt die Zusammenarbeit nicht zustande. Wie die ABDA in einer Pressemitteilung vom 3. Mai erklärt, sei die Entscheidung nach einem Gespräch zwischen dem ABDA-Hauptgeschäftsführer Sebastian Schmitz und Sven Winkler gefallen. Hintergrund ist, dass nach Bekanntgabe der Verpflichtung Winklers auf den Webseiten der „Deutschen Apotheker Zeitung“ (DAZ) und dem Online-Portal „Apotheke adhoc“ Vorwürfe gegen seine Person erhoben wurden. Einzelne Leser hatten vermeintliche Verfehlungen Winklers aus einer früheren Anstellung öffentlich kritisiert. Winkler hat dies bestritten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Ergo Kommunikation baut Standort München aus

Verstärkung für den Münchener Standort der ergo Unternehmenskommunikation GmbH & Co. KG: Jan Manz (34) ist neuer Leiter des Münchener Teams für Unternehmenskommunikation. Geschäftsführer bleibt Dirk Heerdegen. Manz kommt von wbpr Kommunikation, wo er zuletzt



als Mitglied der Geschäftsleitung ein achtköpfiges Team geleitet und Social-Media-Projekte für Kunden und die Agentur verantwortet hat. Darüber hinaus war er für Professional-Services-Unternehmen, die Lebensmittelwirtschaft und die Webbranche tätig. Ergo Kommunikation, unter den deutschen Top-Ten-Agenturen, hat im vergangenen Jahr in München kräftig zugelegt.

### Stangenberg neuer Kommunikationschef bei United Internet

Maika-Alexander Stangenberg (42) hat zum 1. Mai als Head of Corporate Communications & Public Affairs die Gesamtleitung der Unternehmenskommunikation bei der United Internet AG in Montabaur übernommen. Er verantwortet damit unter anderem die Kommunikation der Marken 1&1, GMX und WEB.DE des im TecDax notierten Unternehmens. Stangenberg wechselt vom Energiedienstleister ista, wo er als Vice President Corporate Communications die Unternehmenskommunikation und Public Affairs leitete. Zuvor war er in verschiedenen Stationen bei der Deutschen Telekom tätig, unter anderem als Leiter der Pressestelle von T-Mobile. Zuletzt war er für die Technologie-Kommunikation der Telekom zuständig. In seiner neuen Funktion berichtet Stangenberg als Bereichsleiter an CEO Ralph Dommermuth und folgt auf Wolf Osthaus, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch für eine neue berufliche Herausforderung verlässt.

## Personalien compact - Agenturen (5) (18. KW-2013)

1. **Lutz Golsch** (45) wird als Nachfolger von **Michael Reinert** (57) Deutschlandchef bei FTI Consulting, Frankfurt am Main, ehemals Financial Dynamics. Golsch begleitet Reinert in der Agenturführung bereits seit zehn Jahren. Er hat einen breiten Erfahrungshintergrund in Fragen der Finanz-, Unternehmens- und Krisenkommunikation. Reinert will sich künftig stärker als bisher im Neugeschäft und im Business Development einsetzen. Zuwachs erhält die Geschäftsführung zudem in Person von **Carolin Amann** (37), die für Kapitalmarktkommunikation zuständig ist.
2. **Mike Schnoor** (34), bisher Sprecher des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW), wird ab 1. Juni neuer Head of Corporate Communication bei der Bremer Agentur HMMH Multimediahaus. Er leitet dort ein vierköpfiges Team und ist verantwortlich für Marketing, PR, Event- und Recruitment Management. Sein direkter Ansprechpartner ist **Michael Rocker**, der als Mitglieder Geschäftsführung den Bereich Sales und Corporate Communication führt. Bei HMMH arbeiten rund 400 Beschäftigte. Nach dem jüngsten BVDW-Ranking handelt es sich um die zweitgrößte E-Commerce-Agentur. (Quelle: „W&V“).
3. **Andrea Römer** und **Mirja Lembcke** sind neue Mitarbeiterinnen der Berliner Kommunikationsagentur PRM – revolutions per minute. Gleichzeitig kehrt **Kerstin Weiß** aus der Elternzeit zurück. Römer ist Marketing- und Kommunikationswirtin und blickt auf eine mehrjährige Erfahrung in der PR-Betreuung internationaler Marken zurück. Lembcke wird als neues Mitglied die Food and Beverage-Unit unterstützen. Sie verfügt sowohl über vielseitige PR-Erfahrung als auch über Expertise im Event-Management. Weiß wird wieder in der Babycare-Unit tätig sein.
4. **Andreas Keller** ist seit dem 1. Mai neuer Mitarbeiter der Agentur Mind Kommunikation GmbH in Winterthur. Er unterstützt die Agentur in den Bereichen Kreation und Projektleitung und wird zusammen mit den Inhabern **Marcel Debrunner** und **Fabian Müller** die strategische Weiterentwicklung



- mitgestalten. Keller hat Multimedia Production an der HTW Chur studiert. Nach seinem Abschluss war er für die tpc AG und die Cinergy AG tätig.
5. **Marc Hauser** hat in Bern die Agentur Erfolgwelle gegründet, die ihren Schwerpunkt im Textbereich hat. Zentrale Geschäftsidee ist, dass sich Auftraggeber und Texter auf einer Online-Plattform finden. So sollen Kunden auf der Webseite die passenden Texte für ihre spezifischen Fachthemen suchen. Die Texte können die Aufträge annehmen oder netzintern delegieren und somit auf die Kapazität und das Wissen des Netzwerks zurückgreifen. Hauser will seine Idee als Franchisemodell etablieren.

## Personalien compact - Sonstige (5) (18. KW-2013)

1. **Stephan Appenzeller** (53) wird am 1. September neuer Leiter der Unternehmenskommunikation der Basler Verkehrs-Betriebe (BVB). Die Stelle wird neu geschaffen. In leitenden Positionen hatte er bei der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich (ETH), der SBB Cargo und zuletzt bei der Schweizer Privatbahn BLS gearbeitet. Schon früher war Appenzeller für die BVB tätig gewesen. So wirkte er in der Projektleitung für das 100. Jubiläum mit und verfasste das 1995 erschienene Jubiläumsbuch. Von 1997 bis 2005 gehörte er zudem dem BVB-Verwaltungsrat an.
2. **Anita Gut** ist neue Partnerin bei der Unternehmens- und Personalberatungsfirma Medientalente in Lenzburg (Schweiz). Sie soll die Personalberatung in der PR-Branche ausbauen und wird Spezialisten für alle Tätig-

keiten des PR-Fachbereichs vermitteln und rekrutieren. Gut war Mitglied der Geschäftsleitung von CR Kommunikation, bevor sie sich im Januar mit Anita Gut Consulting selbstständig machte.

3. **Julia Schöppner** (33) verstärkt ab sofort als Projektmanagerin das Marketingteam des Mediendienstes „teleschau“ in München. Schöppner war zuletzt als PR-Redakteurin bei der Bavaria Fernsehproduktion GmbH in Geiselgasteig beschäftigt und dort für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Telegenova „Sturm der Liebe“ verantwortlich. In ihrer neuen Funktion übernimmt sie bei der „teleschau“ Aufgaben wie Social-Media und E-Commerce Beratung.
4. **Elke Neujahr** ist seit dem 25. April neben **Claudia Rutt** neue Geschäftsführerin bei der Deutschen Knochenmarkspenderdatei (DKMS) in Köln. Die DKMS wird somit von einem weiblichen Duo geführt. Neujahr, zwischen 1993 und 2004 Mitglied der Führungscrowd von Ketchum Pleon, unterstützt die langjährige Geschäftsführerin Rutt speziell in den Bereichen Presse, Marketing und Event. Rutt ist zuständig für die medizinische Sparte. Seit 2003 war Neujahr Partnerin bei der comm:up Kommunikation & Management GmbH, einem Beratungsunternehmen für Führungskräfte.
5. **Andrés Luther** wird Anfang 2014 neuer Partner von Hirzel Neef Schmid Konsulenten, einer der führenden Kommunikations- und Wirtschaftsberatungen mit Sitz in Zürich, Bern und Genf. Luther wechselt von der Bank Credit Suisse, wo er während der letzten zehn Jahre in verschiedenen Funktionen im Kommunikationsbereich tätig war. Vor dieser Zeit war er Leiter Investor Relations und Corporate Communications bei einem Software-Unternehmen.

## Personalien compact - Unternehmen (7) (18. KW-2013)

1. **Thomas Oberle** (57) ist seit dem 6. Mai neuer Leiter PR und Unternehmenskommunikation bei der Bulthaup GmbH & Co. KG in Aich. Gleichzeitig übernimmt er die Aufgaben des Pressesprechers. Oberle berichtet an **Marc O. Eckert**, geschäftsführender Gesellschafter von Bulthaup. Zuletzt war

# A&B One

Oberle bei der Alno AG, davor verantwortete er die Unternehmenskommunikation bei Poggenpohl.

2. **Nicole Mommsen** (38) ist seit dem 1. Mai neue Leiterin Media Relations beim Pharmaunternehmen Merck in Darmstadt. Sie ist Nachfolgerin von **Steffen Müller**, der das Unternehmen Mitte des Jahres verlässt. Mommsen arbeitete zuletzt als Director bei der Brunswick Group in Frankfurt am Main mit den Schwerpunkten Unternehmenspositionierung, Reputation und Finanzkommunikation. Zuvor war sie als Pressesprecherin bei der Deutschen Post DHL in Bonn tätig.
3. **Stefan Leunig** (38), bislang Pressesprecher bei der BASF-Tochtergesellschaft Wintershall in Kassel, hat zum 1. Mai die Leitung der Pressestelle (Media Relations) übernommen. Die Interne Kommunikation verantwortet **Annegret Schlabe** (49). Beide berichten an **Michael Sasse**, Leiter Unternehmenskommunikation der Wintershall.
4. **Kai Warstat** (32) verstärkt als Consultant die Kundenberatung des Online CRM-Anbieters Artegic AG in Bonn. Er wird sich im Team von **Roland Wunderlich** mit Projektmanagement und der Entwicklung von Online Dialogmarketing Kampagnen befassen. Warstat ist Diplom-Medienwirt, zuvor hat er Projekterfahrungen beim Deubner Verlag, bei der eCircle AG und bei Data Becker gesammelt.
5. **Matthias Bühler** (28) leitet seit dem 1. Mai die neu geschaffene Abteilung Marketing und Datenmanagement bei der Quickmail AG in St. Gallen. In dieser Funktion ist Bühler auch für die Kommunikation zuständig. Bühler war bisher Marketing- und Systemmanager bei Quickmail. Er wird ein fünfköpfiges Team leiten und an Geschäftsführer **Christof Lenhard** berichten.
6. **Christoph Burbes**, erst seit November PR-Chef des Berliner Startups Twago, wird das Unternehmen verlassen. Seine Kündigung hängt offenbar mit dem Ausstieg von CEO **Gunnar Berning** zusammen, der Burbes bei Twago unter Vertrag genommen hatte. Berning wird freier Berater. In der Geschäftsführung

verbleiben **Maria Lindinger** und **Thomas Jajeh**, die Mitgründer von Twago sind. Burbes war zuvor PR-Chef bei madvertise, einem Vermarkter für Werbeflächen auf Smartphones.

7. **Sophie Guggenberger** (35) ist neue Leiterin Kommunikation und PR bei Epic Companies, einem neu gegründeten Tochterunternehmen von ProSiebenSat.1. Das Berliner Unternehmen unterstützt Start ups finanziell und berät sie in medialen Fragen. Guggenberger wird in ihrer neuen Aufgabe die Kommunikation von Epic steuern, darüber hinaus aber auch Kunden unterstützen. Sie kommt von Groupon, wo sie in den vergangenen drei Jahren die europaweite Kommunikation gesteuert hat.

## Etats

### Etats compact (19) (18. KW-2013)

1. Nestlé HealthCare Nutrition, München  
was: Social-Media Auftritt für Abnehm-Programm Optifast®  
an: **Circle Comm GmbH, Agentur für Gesundheitskommunikation**, Darmstadt
2. Aalernhüs Hotel & Spa, St. Peter-Ording  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
an: **KPRN network GmbH**, Frankfurt a. M.
3. B.E.A.T. Business Events and Tours GmbH, Frankfurt am Main  
was: Kommunikation für sechs Benefizkonzerte von Justus Franz  
an: **Stürzebecher PR Management**, Ismaning bei München
4. Reiseveranstalter Gernreisen GmbH, München  
was: Presse- und Medienarbeit  
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
5. BMW AG, München  
was: Crossmediale Kommunikation zur Teilnahme von BMW an DTM (Deutsche Tourenwagen-Masters)  
an: **Serviceplan Campaign**, München
6. Envela Marketing- und Verlagsgesellschaft mbH, Hamburg  
was: Pressearbeit für neue Methode zur Hei-



- lung von Essstörungen „Sehnsucht und Hunger“  
an: **ad publica Public Relations GmbH**, Hamburg
7. Campari Deutschland GmbH, Oberhaching  
was: Lifestyle- und Consumer-PR für Licor 43  
an: **Agentur RPM – revolutions per minute**, Berlin
  8. Technogym – The Wellness & Biomedical Company, Egelsbach (Nähe Darmstadt)  
was: BtB- und BtC-Kommunikation, Pressearbeit, Messeauftritte  
an: **häberlein & mauerer ag**, München
  9. Société d'Emboutissage de Bourgogne (SEB), Écully bei Lyon (Frankreich)  
was: Marken-PR für Moulinex, Tefal, Krups und Rowenta  
an: **Agentur Paroli AG**, Zürich
  10. Schwab Rollrasen GmbH, Waidhofen  
was: Pressearbeit  
an: **PR von Harsdorf GmbH**, München
  11. Edding International GmbH, Ahrensburg  
was: Markenkommunikation  
an: **hmmh multimediahaus AG**, Bremen
  12. Sharp Electronics (Europe) GmbH, Hamburg  
was: PR in Deutschland und Österreich  
an: **Kommunikationsagentur HBI Helga Bailey GmbH**, München
  13. Investmentgesellschaft Corenta Real Estate PLC (CORR), London  
was: Investor Relations  
an: **Re'public Agentur für Finanzkommunikation GmbH**, Berlin
  14. Pharmaunternehmen Norgine GmbH, Marburg  
was: PR für Antibiotikum Xifaxan® 550 und Antimetikum Setofilm®  
an: **antwerpes AG**, Köln
  15. Versicherungsunternehmen Standard Life, Frankfurt am Main

- was: Tablet Magazin „Added Value“  
an: **ergo Kommunikation**, Köln
16. „Mixology“ Magazin für Barkultur, Berlin  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
an: **Kommunikationsagentur Beil<sup>2</sup> - Die PR-Strategen GmbH**, Hamburg
17. Baleareninsel Menorca  
was: Pressearbeit in Deutschland  
an: **Angelika Hermann-Meier PR**, Diessen am Ammersee
18. Industrieunternehmen Littelfuse Inc., Chicago (USA)  
was: PR im europäischen Markt  
an: **Fink & Fuchs Public Relations AG**, Wiesbaden
19. Textilverlag Zimmer + Rohde GmbH, Oberursel  
was: Internationale PR  
an: **Kommunikationsagentur Thalau : relations**, Bremen

**Wieder Marmeladentag?**

**Prozessoptimierung bei Lautenbach Sass.**

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

## Branche

### komm.passion-Dossier 7: EU Lobbying beginnt zu Hause - Viele Wege nach Brüssel führen über Berlin



Keine Frage: Für viele Entscheidungen wird die EU trotz aller Krisen immer relevanter. Doch wie funktioniert Brüssel, und welche Handlungsoptionen haben Unternehmen und Verbände ohne Brüsseler Repräsentanz, um ihre Interessen in Europa wirksam zu vertreten? Keine Frage, ein Brüsseler Büro hilft. Aber vieles geht auch ohne, nicht umsonst schrieb das Handelsblatt am 15.02. 2013: „Europas Telefon steht in Berlin“. Viele Wege nach Brüssel führen über Berlin. Der Vertrag von Lissabon definiert das „Mitentscheidungsverfahren“ als ordentliches Gesetzgebungsverfahren der EU. Die Kommission hat das alleinige Vorschlagsrecht, Parlament und Rat müssen zustimmen und haben Vetorecht. Im so genannten Trialog verhandeln die drei Akteure

über die letztendliche Ausgestaltung von Verordnungen und Richtlinien. Werfen sie mit uns einen Blick ins Europäische Machtdreieck von Kommission, Parlament und Rat.

*Den Artikel von Markus Gaier, komm.passion Düsseldorf über das Dossier [hier online weiterlesen](#).*

### Branche compact (6) (18. KW-2013)

1. Die **Zentralschweizer Public Relations Gesellschaft (ZSPR)** hat **Marc Lustenberger** von der media-work GmbH zum neuen Präsidenten gewählt. Die Mitglieder haben ihn auf der Generalversammlung, die am 2. Mai in der Luzerner Swissporarena stattfand, zum Nachfolger von **Brigitte Heinrich**, netzwerk GmbH, bestimmt. Heinrich ist neue Vizepräsidentin sowie Delegierte der ZSPR im Zentralvorstand von PR Suisse. Neu in den ZSPR-Vorstand gewählt wurde **Lukas Portmann-Dahinden** von der Universität Luzern. Die ZSPR ist eine von sieben Regionalgesellschaften des Schweizerischen Public Relations Verband PR Suisse und zählt rund 150 Mitglieder.

2. Die **Kommunikationsberatung Hill+ Knowlton Strategies** bezieht ein neues Büro im Herzen der **Düsseldorfer Innenstadt** und ist ab sofort in der **Grünstraße 5** zu erreichen. Bisher hatten die Düsseldorfer H+K-Berater ihre Büros am Medienhafen. Neben dem Büro in Düsseldorf ist H+K Strategies an den Standorten Frankfurt am Main und Berlin mit Büros vertreten. Die Telefon- und E-Mailverbindungen ins Düsseldorfer H+K-Büro bleiben unverändert. Telefon: 0211 / 5404 452, E-Mail: [Duesseldorf@hkstrategies.com](mailto:Duesseldorf@hkstrategies.com).
3. 43 Gewinner konnten sich beim **21. Comprix Award** über Auszeichnungen in der Sparte **Healthcare-Kommunikation** freuen. Mehr als 500 Gäste aus Marketing, Kommunikation, Gesundheitswirtschaft und der Verlagsbranche waren am 26. April in Berlin dabei, als die besten Kampagnen prämiert wurden. Mit je fünf Awards lagen in diesem Jahr die Agenturen Peix Healthcare Communication und Schmittgall an der Spitze. Darüber hinaus erhielt eine Reihe von Agenturen je zwei Awards: Denken hilft!, Heye DDB Health, JWT, Spirit Link Medical, Sudler & Hennessey und TBWA Hamburg. Mit dem Comprix Award werden jährlich Kommunikationsmaßnahmen im Bereich Healthcare ausgezeichnet.
4. Die Gütersloher **PR-Agentur Ad Hoc Gesellschaft für Public Relations mbH** hat zum 1. Mai den neuen **Geschäftsbereich Digitale Kommunikation** gegründet. Darin wird die gesamte interne und externe Onlinekommunikation gebündelt. Marco Stapelmann (34) übernimmt die strategische Leitung und Weiterentwicklung des Geschäftsbereichs. Der Diplom-Journalist und Kommunikationsmanager (ZAK) ist seit 2011 als PR-Berater für die Agentur tätig.
5. Die **Agentur ars publicandi Gesellschaft für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit mbH** trauert um ihre **Gründerin Karin-Ulrike „Ka-Rike“ Ledwon**, die am 10. April im Alter von 57 Jahren gestorben ist. Im Nachruf der Agentur mit Sitz in Rodalben bei Pirmasens heißt es: „Wir trauern um unsere langjährige Wegbegleiterin, Freundin und Kollegin. Als treibende Kraft gehörte sie zu den Gründern unserer Agentur, deren Geschichte sie als geschäftsführende Gesellschafterin bis zum gesundheitsbedingten Ausscheiden im Jahr 2008 maßgeblich prä-



- te. Unsere aufrichtige Anteilnahme gilt ihren beiden Söhnen Christian und Maximilian Ledwon wie auch ihrem Lebenspartner Ralf-Rüdiger Dose.“
6. **Ausschreibungen der Deutschen Rentenversicherung:** Agenturen und Dienstleister, die sich darum bewerben möchten, Broschüren zum Thema Rehabilitation und berufliche Weiterbildung zu erstellen, finden nähere Informationen und Kontaktdaten von Ansprechpartnern auf der [Webseite von „CP Monitor“](#), dem [Magazin für Corporate Communications](#). Die Vergabeunterlagen für die Rehabilitationsbroschüren können noch bis zum 16. Mai angefordert werden.

## Medien

### Verlagsgruppe Handelsblatt kauft das Onlineportal „Meedia“

Die Düsseldorfer Verlagsgruppe Handelsblatt hat den Medienbranchendienst „Meedia“ von dessen Gründer und Herausgeber Dirk Manthey sowie dem ehemaligen Chefredakteur Georg Altrogge, der mit einem Minderheitsanteil beteiligt ist, zu 100 Prozent übernommen. Sitz des Onlineportals bleibt weiterhin Hamburg. Der Kaufvertrag wurde rückwirkend zum 1. April 2013 geschlossen. „Meedia“ ([www.meedia.de](http://www.meedia.de)) ist eine umfassende Informationsquelle für alle, die sich für die Medienbranche interessieren. Neben aktuellen News aus den



Bereichen Internet, TV, Print, Musik & Radio und Werbung, gibt es täglich neue, aktuelle Medien-Videos und es werden die neuesten Internet-Sites vorgestellt. Hinzu kommen Blogs, Bildergalerien sowie innovative Tools wie den Medien-Analyzer. Im März erzielte „Meedia“ mehr als 1,6 Millionen Visits und 3,4 Millionen Page Impressions.

## 60 Jahre Deutsche Welle: Brücken der Verständigung geschlagen

Die Deutsche Welle (DW), Bonn, feiert im Mai ihren 60. Geburtstag. Seit dem Sendestart am 3. Mai 1953 hat sich der deutsche Auslandsrundfunk vom Kurzwellensender zum Multimediaunternehmen entwickelt. Intendant Erik Bettermann: „Mit journalistischen Angeboten in 30 Sprachen sichert die DW die multimediale Präsenz Deutschlands in der Welt.“ Bettermann sagte, der Wettbewerb um die Weltöffentlichkeit habe sich durch immer mehr Angebote insbesondere im Fernsbereich drastisch verschärft. Vor 20 Jahren habe es lediglich drei englischsprachige TV-Programme international operierender Sender gegeben, heute seien es fast 30. „Deutschland braucht eine starke mediale Außenpräsenz, um seine Positionen zu vermitteln. Die Deutsche Welle ist hierbei unverzichtbar.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Marktführer ZDF baut Vorsprung beim Gesamtpublikum aus

Das ZDF bleibt auch im April Marktführer im deutschen Fernsehen, was das Gesamtpublikum angeht. Dabei schafften es die Mainzer zum fünften Mal hintereinander ihre Nr.-1-Position zu verteidigen. Mit einem Marktanteil von jetzt 12,9 Prozent verlor ZDF zwar 0,2 Prozent im Vergleich zum Monat März, doch Das Erste und RTL konnten nicht aufschließen. Beide haben es im

**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 >>**

April auf 12,1 Prozent gebracht. Die privaten Sender konnten sich im April leicht verbessern: Sat. 1 steigerte sich von 8,3 auf 8,8, ProSieben von 5,3 auf 5,4 Prozent. Wenig verwunderlich ist daher, dass auch die erfolgreichsten Programme des Monats vom ZDF ausgestrahlt wurden: Monatssieger waren die Champions-League-Spiele. Die TV-Marktanteile für April 2013 beim Gesamtpublikum - ab drei Jahren. 1. ZDF (12,9%), 2. Das Erste (12,1) 3. RTL (12,1) 4. Sat.1 (8,8), 5. Vox (5,7). (Quelle: Meedia.de)

## Zeitungshäuser setzen auf Tablets

Apps für Tablets und Smartphones sowie mobil optimierte Portale werden in den deutschen Zeitungshäusern immer wichtiger. Große Beachtung findet das Tablet, für das 65 Prozent der Verlage derzeit eine eigene App anbieten. 51 Prozent der Verlage haben eine Smartphone-App für ihre Leser. Zu diesen Ergebnissen kommt die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, Frankfurt am Main, in einer Verlagsabfrage. Insgesamt 103 Verlage haben an der Auswertung teilgenommen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Medien compact (3) (18. KW-2013)

1. **Stefan Niggemeier** verlässt den „Spiegel“. Wie der Medienjournalist am 4. Mai bekanntgab, wird er Ende des Monats in Hamburg ausscheiden. Mit dem Wechsel in der Chefredaktion von **Georg Mascolo** und **Mathias Müller von Blumencron** zu **Wolfgang Büchner** habe sein Abschied nichts zu tun. Bekannt geworden ist Niggemeier als Gründer des „Bild“-Watchblogs „Bildblog.de“, für den er 2005 den Grimme-Online-Award erhielt. Weitere Stationen des Journalisten waren die „Süddeutsche Zeitung“ und die „Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“. Was er in Zukunft macht, verriet Niggemeier nicht.
2. **Bernd Ziesemer** (59) wird im Frühjahr 2014 als Geschäftsführer beim Hamburger Verlag Hoffmann und Campe Corporate Publishing ausscheiden, um sich neuen Aufgaben zu widmen. Die Trennung erfolge in gegenseitigem Einvernehmen, heißt es in der Pressemitteilung der Ganske Verlagsgruppe, zu der auch Hoffmann und Campe Corporate Publishing gehört. Ziesemer kam im November 2010 als Nachfolger von **Manfred Bissinger** zur Hoffmann und Campe.
3. **Peter Brors** (46), stellvertretender Chefredakteur beim „Handelsblatt“, wird ab 1. Mai neuer Personalchef der Verlagsgruppe Handelsblatt in Düsseldorf. Er löst **Ilka Remus** ab, die das Unternehmen Mitte Mai verlassen wird – „in bestem gegenseitigem Einvernehmen“, wie in der Pressemitteilung betont wird. Gleichzeitig übernimmt Brors ab 1. September die Leitung der Georg von Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten, womit er künftig die Ausbildung des journalistischen Nachwuchses der beiden Flaggschiff-Titel „Handelsblatt“ und „WirtschaftsWoche“ verantwortet.



## Social Media

### Warum SoMe nicht gleich PR ist - Was traditionelle Öffentlichkeitsarbeiter über das Social Web wissen sollten

PR im klassischen Sinn. Vorab eine allgemeine Definition: PR zielt darauf ab – durch bewusste, geplante sowie dauernde Kommunikation – gegenseitiges Verständnis und Vertrauen mit der Öffentlichkeit aufzubauen und zu pflegen. Praktisch heißt das, dass vor der Zeit des Internets ausschließlich über die Bande gespielt wurde. Sprich, es galt Journalisten zu überzeugen. Diese saßen an den Schleusen des Informationsflusses und entschieden über Veröffentlichung oder Papierkorb. Das Internet öffnet zunehmend diese Schleusen. Weitere Themen: Was sich ändert +++ Das neue Verständnis von PR +++ Vom Cluetrain-Manifest lernen

*Den Artikel von Christoph Schattleitner am 2. Mai im Blog "Cloudthinkn – Kommunikation ist alles! social media pr" hier online weiterlesen.*

### BVDW-Ranking: Die zehn größten Social-Media-Agenturen

Das Internetagentur-Ranking des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) und der Fachmedien W&V, Horizont und Hightext iBusiness listet jährlich die größten deutschen Digitalagenturen - gemessen an deren Honorarumsätzen. Neben dem Gesamt-ranking, das 2013 von der Agentur-Holding UDG United Digital Group angeführt wird, lassen sich

nun auch die einzelnen Sparten auswerten. Im Bereich Social Media haben die Webguerillas die Nase vorn, auf Platz zwei und drei liegen Maskulive und Achtung. *Zum Beitrag in der W&V*

### **Benefiz Blogger: Blogger Relations für den guten Zweck**

Im Netzwerk *Die Benefiz Blogger* sind mehr als 40 Blogger aus Deutschland und Österreich versammelt, die ihre kreative Leistung und ihre Online-Reichweite für einen guten Zweck anbieten. Die gesamte Reichweite umfasst mehr als 110.000 Leser im Monat, über 12.000 Facebook-Freude und rund 5.500 Twitter-Follower. Firmen, Projekte oder auch Freelancer, die mehr Präsenz im Internet erreichen wollen, können sich melden. Für die Kooperation verzichten die Blogger auf ein Honorar, wenn der Kooperationspartner die Deutsche Knochenmarkspende GmbH (DKMS) mit einem verabredeten Geldbetrag begünstigt.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### **Facebook-Award: Die 20 erfolgreichsten Social-Media-Kampagnen**

Im Social Web führt an der Keksmarke Oreo kein Weg vorbei. Die jüngste Kampagne "Oreo-Twist" wurde von Facebook mit dem Facebook Studio Award in Blau prämiert, der höchsten Auszeichnung im Wettbewerb. Draffcb und 360i waren für die Oreo Twist-Kampagne verantwortlich, in der zum 100. Geburtstag jeden Tag eine andere Interpretation des Kekses vorgestellt wurde. Außerdem gab es fünf Gold-Awards, sechs Silber-Awards und sieben Bronze-Auszeichnungen. *Zum Artikel in der W&V*

## **Reputation Management**

### **CEO-Reputation: Wenn Kommunikation kein Naturtalent ist**

(cw) Fachlich-strategische und soziale Kompetenzen, bisherige Erfolge, Vernetzungsgrad - Faktoren, die für eine Karriere in die Vorstandsebene förderlich sind. Ist das Ziel erreicht, warten zahlreiche Herausforderungen. Die Reputationsarbeit beginnt spätestestens jetzt und ist wesentlich von der Kommunikationskompetenz der Führungskraft abhängig. Die unterschiedlichen internen und externen Stakeholder erwarten eine gezielte Ansprache, Transparenz ist oberstes Gebot.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## **CSR Unternehmensverantwortung**

### **Globale Verantwortung, viel Wirtschaft und die Grenzen der Politik: Der Kirchentag bot fachkundige Diskussionen**

Die Forderung nach gerechtem Lohn und gerechten Arbeitsbedingungen war ein zentrales Signal des 34. Deutschen Evangelischen Kirchentags. Das sagte dessen Präsident, Prof. Gerhard Robbers, rückblickend. Tatsächlich bot das Protestantentreffen viele Diskussionen über die Verantwortung von Wirtschaft und Politik auf hohem Niveau und mit prominenten Teilnehmern. Applaus erhielten vor allem linke Thesen. Kommentar weiterlesen auf [cs-news.net](http://cs-news.net)

## Das PR-Interview

### PR-Interview Nr. 91. Carsten Lange: Ein Patentrezept gibt es nicht

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



Interview mit Carsten Lange (Foto), AIKA, zur Frage, wie die Agentur der Zukunft aufgestellt sein muss.

**PR-Journal:** Die von dem Zukunftsforscher Jörg Jelden durchgeführte Studie „Agenturen der Zukunft“ kommt zu dem Ergebnis,

dass aufgrund immer komplexerer Anforderungen und Themen Agenturen zukünftig immer weniger in der Lage sein werden, ihre Aufträge alleine umzusetzen. Was bedeutet das für die bisherige klassische Aufteilung in Werbe-, PR-, Event- oder Internetagenturen?

**Carsten Lange:** Diese Einteilung wird komplett neu zusammengestellt. Insbesondere die allgemeinen Cluster wie Werbe- oder PR-Agentur werden in dieser Form zum Auslaufmodell bzw. zum übergeordneten Namen einer Art "Holding". Die Aufgaben werden komplexer, die Agenturen spezialisierter und die Partnerschaften nehmen zu. Wir haben bei LANGEundPFLANZ beispielsweise Kooperationen fest in unser Produktportfolio aufgenommen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommentare

### Skandale in der Mediengesellschaft: Deutschland, einig Prangerland ([sueddeutsche.de](#))

Jetzt Hoeneß, vorher Zumwinkel, Gutenberg und Wulff: Mit Repräsentanten, die zum Helden nicht länger taugen, geht die deutsche Gesellschaft oft gnadenlos um. Doch warum folgt auf ein meist eher mittelschweres Delikt immer eine exzessive Reaktion der Öffentlichkeit? Es ist nicht besonders schwierig, alte Zitate von Uli Hoeneß zu finden, die man nun wunderbar gegen ihn verwenden kann. Was regte er sich doch mal über den einstigen Patron von 1860 München, Karl-Heinz Wildmoser, und dessen Sohn auf. Die waren - der Vater weniger, der Sohn mehr - in eine Schmiergeldaffäre um den Bau der Fußballarena verwickelt, worauf Hoeneß den Unerbittlichen gab: Er nannte die beiden "Täter", seine Bayern deren "Opfer". Und sie stellten das alles noch als "Kavaliersdelikt" hin, da lachte er sich tot. Es kümmerte Hoeneß wenig, ob er dem Ansehen zweier Menschen den Rest gab. Nein, er legte noch einen drauf, er charakterisierte sich selbst mit einem Adjektiv: "sauber". Was also darf der Mann nun erwarten?

Den Kommentar von [Detlef Esslinger am 5. Mai in "sueddeutsche.de"](#) hier online weiterlesen.

Lesenswert ist auch ein Beitrag von [Ulrich Horn am 3. Mai in "Carta"](#): "Der Bock will Gärtner bleiben".

## Lesehinweise

### Journalismus zum PR-Zweck

Großkonzerne wie Coca-Cola und Crédit Suisse starten eigene Internetmagazine, die mit journalistischen Inhalten aufwarten - Doch mit den aufwändig

gestalteten Informationsdiensten sind auch kommerzielle Interessen verbunden. Auf den ersten Blick wirken sie wie ein ganz normales Nachrichtenportal: Artikel, Videos, Hintergrundberichte, Meinungsstücke, Social-Media-Elemente. Doch hinter den Websites verbirgt sich nicht etwa eine unabhängig arbeitende Redaktion, sondern eine Armada von Journalisten und PR-Spezialisten im Dienste eines Unternehmens. Großkonzerne wie Cisco Systems und Crédit Suisse haben in den vergangenen Monaten eigene Internetzeitungen lanciert. Das Ziel: Die Konsumenten durch eigene Inhalte zu ködern. Markenjournalismus nennt man diese Art der Berichterstattung.

*Den Artikel von Adrian Lobe am 1. Mai in "der-Standard.at" [hier online weiterlesen](#).*

## Bildung

### Neue Strukturen und mehr Flexibilität an der Donau-Universität Krems

Das Zentrum für Journalismus und Kommunikationsmanagement (JoKom) an der Donau-Universität Krems strukturiert sich neu und setzt auf mehr Flexibilität in der Lehre. Im Fachbereich Public Relations gibt es ab Herbst 2013 neben dem etablierten PR-Studienangebot die Lehrgänge „Gesundheitskommunikation, MSc“ sowie „Social Media and Global Communication, MSc“. Für flexiblere Strukturen beim berufsbegleitenden Studium sorgen individuell buchbare Pflicht- und Wahlmodule. Die viersemestrigen Universitätslehrgänge mit Master-Abschluss umfassen künftig zehn fünftägige Module, die jeweils ganztägig von montags bis freitags stattfinden. Einzelheiten zu den Neuerungen finden sich auf der [Webseite der Donau-Universität Krems](#).

## Termine

### 4. Medienbeobachterkongress: 300 Teilnehmer nutzen Networking-Plattform

Als Networking-Plattform für professionelle Medienbeobachtung und -analyse brachte der Deutsche Medienbeobachterkongress in diesem Jahr bereits zum vierten Mal Anbieter und Nachfrager zusammen. Mehr als 300 Besucher kamen nach Düsseldorf. Mit über 30 Dienstleistern war annähernd die Hälfte der deutschsprachigen „Medienbeobachter-Szene“ präsent. Keynote-Sprecher Bernd Ziesemer, ehemaliger Chefredakteur des „Handelsblatt“ brach gleich zu Beginn eine Lanze für die gedruckten Medien - trotz digitalen Wandels und Social-Media-Hype. Er beschwor „The Power of Print“. „Print-Medien werden die Medienkrise gestärkt überleben, wenn sie sich vom austauschbaren Massenprodukt zum qualitativ hochwertigen Luxusartikel wandeln“, so Ziesemer. Die Dauer und Tiefe der Beschäftigung des Lesers mit einem Artikel sei bei Print überragend, und diese Tatsache sei bei allen Vergleichen zwischen Print und Online bisher ignoriert worden.

*[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

### Was Mutti über Code Literacy wissen sollte oder wie man zu ethischen Algorithmen kommt

*Ein Streifzug über die re:publica 2013 in Berlin, geschrieben von Birgit Grigoriou für das PR-Journal*  
Zwei Drittel der laut Veranstalter 5.000 gemeldeten Teilnehmer haben die Eröffnung der diesjährigen re:publica wohl nicht mitbekommen. Sie standen in einer rund 100 Meter langen Warteschlange am Check-In an. Nachdem während des Wartens ausreichend Gelegenheit zur face-to-face-Kommunikation geboten war, ging es dann doch spannender und abwechslungsreicher zu in den

zahlreichen Workshops und Diskussionen. „Das Verhalten von Menschen wird im digitalen Zeitalter neben Märkten, Gesetzen und sozialen Normen zunehmend auch von Software-Codes gesteuert. Wie Mauern im physischen Raum bestimmt der Code im Internet, wer wozu Zugang erhält, wer wovon ausgeschlossen wird und wie wir mit Informationssystemen und Menschen interagieren.“ So die Einleitung zum Workshop „Code Literacy – versteht was uns online lenkt.“ Die Initiatoren von *codeascontrol*, u.a. Nele Heise (Junior Researcher, *Hans-Bredow-Institut* für Medienforschung, Hamburg), motivierten rund 300 TeilnehmerInnen, Antworten auf die Frage „Was Mütter, Politiker, Zwölfjährige und Netzaktivisten zu Code Literacy wissen und können müssen“ zu finden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Termine compact (2) (18. KW-2013)

1. Am **12. Juni** findet in Berlin zum 13. Mal der **Tag der Wirtschaftskommunikation** statt. Der Tag beginnt mit einer Fachtagung. Referenten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Medien informieren über die aktuellen Trends der Wirtschaftskommunikation. Der Abend steht im Zeichen der Verleihung des „**Goldenen Funken**“, des Preises für Wirtschaftskommunikation. Der „Goldene Funke“ wird an Unternehmen und Agenturen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz verliehen, die sich durch innovative Wirtschaftskommunikation auszeichnen. Weitere Informationen auf der [Webseite des Veranstalters, des Vereins zur Förderung der Wirtschaftskommunikation e.V.](#)
2. **DPRG-Landesgruppe Bayern lädt ein in die BMW Welt nach München:** Am 23. Mai um 19.00 Uhr findet dort der nächste Fachvortrag in der Reihe „Communication Corner“ statt. Torsten Julich aus dem Bereich „Konzernkommunikation und Politik“ der BMW Group wird das „BMW i Öffentlichkeitskonzept“ vorstellen. Dabei handelt es sich um eine integrierte Kommunikationskampagne, die aktuell die Einführung der Submarke „BMW i“ begleitet. In der Positionierung soll sie – laut BMW – für innovative

Elektroautos, ganzheitliche Dienstleistungen rund um Elektromobilität und für nachhaltige Produktionsprozesse stehen. Weitere Informationen, auch zur Anmeldung, finden sich auf der [DPRG Landesgruppe Bayern](#).

## Tipps

### Guter Service für Journalisten: Bitte mit Anhang

Wie hätten Sie's denn gerne? Immer wieder gibt es in Pressestellen und Agenturen neue Mutmaßungen darüber, wie Journalisten mit Informationen bedient werden möchten. Die ECCO-Agenturen im deutschsprachigen Raum haben jetzt die Journalisten selbst gefragt. Die Antwort der meisten der 450 Teilnehmer lautete „aber bitte mit Anhang“. Knapp die Hälfte der antwortenden Journalisten hätte den Text gerne sowohl direkt in der Mail als auch angehängt als Word- oder PDF-Datei. Das Ergebnis überraschte, gab es in der Vergangenheit doch Klagen über zu voluminöse E-Mails. Die Angst vor großen Datenmengen scheint allerdings in den Redaktionen dank technischer Aufrüstung verschwunden zu sein. Selbst Bilder mit bis zu 5MB sind heute vielen willkommen und können durchaus als Mail-Anhang verarbeitet werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Internes - aus der Redaktion

### PR-Journal: 41.557 Besucher im April 2013, 191 Jobangebote seit Januar

Die **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin bilanzierte für das **"PR-Journal"** im April 2013 insgesamt 41.557 Besucher. Knapp 50 Prozent der Besucher

starten ihre PR-Journal-Durchsicht auf den Seiten der PRJ-Jobbörse. IVW errechnete insgesamt einen **Tagesdurchschnitt von 1.385 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,6 Seiten an - daraus errechnen sich 106.987 Pagelmpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet.  
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Jobangebote

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

### GESUCHE

Die 11 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

### ANGEBOTE (57)

#### Volontariat/Trainee

Die 19 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

#### Praktikum

Die 6 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

#### Agenturen

- [PR-Assistent/in zum nächstmöglichen Zeitpunkt, Hamburg](#)
- [PR-Berater Marketing Communications/Corporate Communications \(m/w\), Berlin](#)
- [PR-Berater/In für namhafte Münchner Agentur](#)
- [PR Redakteur/in, Berlin](#)
- [Agentur für gesellschaftspolitische Themen sucht PR-Berater/in, Köln](#)
- [Senior PR-Berater \(m/w\), Wiesbaden](#)
- [Senior PR-Berater \(m/w\), Wiesbaden](#)
- [Junior PR-Berater \(Vollzeit\), Berlin](#)
- [PR-Projektleitung, Berlin](#)

- [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 \(Elville\) 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](#)

#### Medien

- [Maenken Kommunikation GmbH sucht Wirtschaftsredakteur \(m/w\), Köln](#)

#### Unternehmen

- [Junior Corporate Communications Specialist \(m/w\), Frankfurt](#)
- [PR-Manager/Pressesprecher \(m/w\) in Vollzeit, Kassel](#)
- [Mitarbeiter Unternehmenskommunikation \(m/w\), Berlin](#)
- [Regional Director Communications East & Central Europe, München](#)
- [PR-Berater \(w/m\) bei HOPF STRATEGIE in Berlin](#)
- [Referent Werbung und PR \(m/w\), Leipzig](#)
- [Manager - PR & New Media \(m/w\), München](#)
- [Marketing Communications Manager \(m/w\), St. Wendel](#)

**Verbände (Non-Profit)**

- [Mitarbeiter /-in Öffentlichkeitsarbeit und Projektmanagement, München](#)

\*\*\*\*\*

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:  
Montag, 06. Mai 2013 um 22:00 Uhr  
Dieser Newsletter wurde an **11.121 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 (rot-he[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](mailto: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](mailto:redaktion[at]pr-journal.de),  
[gerhard\[at\]pfeffer.de](mailto: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](#)