

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 385 / 23. KW 2013

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 385. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 55 Einzelmeldungen):

1. [SPD-Kanzlerkandidat Steinbrück tauscht Sprecher aus: Kleine folgt auf Donnermeyer](#)
2. [Düsseldorfer Merger: Ketchum erwirbt Brandzeichen](#)
3. [GPRA-Studie: Lebensmittelkrisen erschüttern das Verbrauchervertrauen](#)
4. [Walther folgt auf Driever bei Infineon](#)
5. [Umbau der Kommunikationsabteilung beim SRF abgeschlossen](#)
6. [Personalien compact - Sonstige \(9\) \(23. KW-2013\)](#)
7. [Personalien compact - Agenturen \(6\) \(23. KW-2013\)](#)
8. [Personalien compact - Unternehmen \(7\) \(23. KW-2013\)](#)
9. [Etats compact \(13\) \(23. KW-2013\)](#)
10. [PR Löwe in Cannes: 61 Wettbewerbsbeiträge aus Deutschland](#)
11. [Branche compact \(5\) \(23. KW-2013\)](#)
12. [Neue Rügen des Presserates – „taz“ zeigt sich einsichtig](#)
13. [Fachmedien 2013 gekürt](#)
14. [Magisterarbeit zu Stuttgart 21: Nur die taz war nicht neutral](#)
15. [Zwei deutsche Unternehmen unter den Top 21 der weltweit größten Medienkonzerne](#)
16. [Medien compact \(1\) \(23. KW-2013\)](#)
17. [Social Media compact \(3\) \(23. KW-2013\)](#)
18. [Führungskräfte als Markentreiber – neues Buch zum Thema „Leadership Reputation“](#)
19. [Sustainability Image Score 2013: Nachhaltigkeit ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen](#)
20. [Gesetzlich verpflichtende und CSR-Berichterstattung auf dem Vormarsch](#)
21. [PR-Interview Nr. 92. Deborah Klein: Ein Gefühl für die Branche entwickeln](#)
22. [Gericht: Unser großes Sommermenu \(II\)](#)
23. [So geht New Business heute \(Teil 2\)](#)
24. [PR-Konzeption im Wandel: Das Eisberg-Modell der Kommunikation](#)
25. [Masterstudiengänge Crossmedia Management und New Media Journalism in Leipzig](#)
26. [Neues Lehrgangsmo­dell richtet sich an Berufseinsteiger und aus­bildende Unternehmen](#)
27. [Bildung compact \(2\) \(23. KW-2013\)](#)
28. [Bertelsmann-Studie: Zufriedenheit mit Demokratie steigt, Wahlbeteiligung sinkt](#)
29. [Studie: Einsatz von Prominenten in der Werbung ist erfolgreich](#)
30. [Studien compact \(1\) \(23. KW-2013\)](#)
31. [Wie funktioniert Wahlkampf in Bayern? DPRG-Landesverband lud zur Podiumsdiskussion nach München](#)
32. [Forum Markenjournalismus mit Richard Gutjahr](#)
33. [IK Heidelberg startet am 28. Juni neue Dialog-Reihe](#)
34. [Workshops für PR-Einsteiger und Social Media Profis](#)
35. [Termine compact \(4\) \(23. KW-2013\)](#)
36. [Tipps compact \(3\) \(23. KW-2013\)](#)
37. [Literatur compact \(1\) \(23. KW-2013\)](#)
38. [Stamm Medien-Newsletter Juni 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

SPD-Kanzlerkandidat Steinbrück tauscht Sprecher aus: Kleine folgt auf Donnermeyer

Kanzlerkandidat Peer Steinbrück (SPD) hat sich von seinem Sprecher Michael Donnermeyer getrennt, das berichtet „Spiegel Online“ am 10. Juni. Sein Nachfolger soll Rolf Kleine werden, von 2000 bis 2011 Leiter des Hauptstadtbüros der „Bild Zeitung“. Donnermeyer, der von seiner Entlassung bereits am Wochenende erfahren haben soll, wird nicht mehr dabei sein, wenn Steinbrück die letzten Mitglieder seines Kompetenzteams vorstellt. Steinbrück zieht nach Darstellung von „Spiegel Online“

damit die Konsequenzen aus den „unglücklich verlaufenen letzten Monaten“. Donnermeyer galt seit längerem als angeschlagen. Ihm wurden parteiintern etliche kommunikative Fehler angelastet, die das Bild von Steinbrück in der Öffentlichkeit beschädigten. [Weiterlesen auf „Spiegel Online“.](#)

Düsseldorfer Merger: Ketchum erwirbt Brandzeichen

Ketchum, eine der weltweit führenden Kommunikationsagenturen, hat am 7. Juni die Übernahme von Brandzeichen, beide mit ihrem deutschen Hauptsitz in Düsseldorf, bekannt gegeben. Brandzeichen zählt in Deutschland zu den kreativen Agenturen für Markenberatung und –kommunikation und verfügt über ausgeprägte Expertise auf den Gebieten Lifestyle und Social Media. Mit diesem Schritt stärkt und erweitert die Agentur ihre starke deutsche Präsenz – rund um Ketchum Pleon. Die Übernahme von Brandzeichen steht in Einklang mit der Strategie, Partnerschaften einzugehen, um die eigenen Kompetenzen auszubauen und den Kunden ein globales Angebot zu offerieren. Brandzeichen wird den bestehenden Markennamen beibehalten und auch weiterhin von CEO Victoria Wagner geführt. Die im Jahr 2004 in Düsseldorf gegründete Agentur betreibt neben einem Standort in ihrer Heimatstadt weitere Büros in München und Hamburg. Erst kürzlich erreichte Brandzeichen Platz eins unter den Lifestyle-Agenturen in Gerhard Pfeffers PR-Ranking. Brandzeichen berät Kunden aus einer Vielzahl an Branchen – vom Beauty- und Luxussegment über die Automobilwirtschaft bis hin zur Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Zu den Kunden gehören beispielsweise Procter & Gamble (P&G) sowie Kellogg's. Seit drei Jahren zählt Brandzeichen zu den „Top Agency Global Suppliers“ von P&G.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



GPRA-Studie: Lebensmittelkrisen erschüttern das Verbrauchervertrauen

Pferdefleisch, Pizza mit Metallstücken sowie die Kontroverse rund um „versteckte“ Käfig-Eier in Fertiggerichten - die Liste der Lebensmittelskandale in den vergangenen Monaten ist lang. Dass sich dies zunehmend auf das Verbrauchervertrauen auswirkt, spiegelt sich in den Ergebnissen des neuesten GPRA-Vertrauensindex deutlich wider. So verliert die Lebensmittelindustrie in den ersten Monaten des Jahres 2013 über 13 Prozent im Verbrauchervertrauen. Dies ist der höchste Rückgang in einer Branche seit Beginn der Repräsentativstudie im Jahr 2009.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Walther folgt auf Driever bei Infineon

Ralph Driever (52), Corporate Vice President Communications bei Infineon Technologies in Neubiberg, verlässt zum 30. Juni das Unternehmen. Seit 2008 verantwortete Driever die weltweite externe und interne Kommunikation sowie das Marketing des Technologiekonzerns. Driever's Posten übernimmt am 1. Juli Klaus Walther (58), der

ehemalige Leiter der Lufthansa Group Kommunikation in Frankfurt am Main. Walther war seit 1999 bei der Deutschen Lufthansa tätig und verantwortet zuvor die Unternehmenskommunikation von Ruhrgas. (Quelle: pressesprecher und Unternehmensmeldung)

Umbau der Kommunikationsabteilung beim SRF abgeschlossen

Das Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) hat seine Ankündigung vom April in die Tat umgesetzt und die Kommunikation neu strukturiert. (*Das PR-Journal berichtete.*) Im Rahmen des Umbaus wurden die Kommunikationsaufgaben dem Direktionsbereich Kommunikation unter der Leitung von **Andrea Hemmi** zugeteilt. Die bisherige Unterteilung in Unternehmens- und Programmkommunikation entfällt, 15 Stellen wurden abgebaut. Der neue Bereich verfügt über 6,5 Vollzeitstellen. Neue Leiterin Media Relations ist seit dem 1. Juni **Andrea Wenger** (36). Sie folgt auf **Marco Maroni**, der ebenso wie sein Stellvertreter **Martin Reichlin**, den Sender bereits verlassen hat. Bereits seit fünf Jahren arbeitet Wenger für die Kommunikationsabteilung beim SRF. Zuvor war sie Nachrichtenredakteurin und Produzentin bei Radio 24. Mit Wenger hat auch **Stefan Wyss** eine neue Aufgabe übernommen. Er wurde als Nachfolger von **Gabriel Brönnimann** Projektleiter Information. Auch **Caroline Kalberer** ist neu in der Kommunikationsabteilung. Sie ist für den Sport zuständig und folgt auf **Janos Kick**. Bereits im April wurde bekannt, dass **Corinne Pellerin**, die bisherige Leiterin der Abteilung Kommunikation und Marketing, das Unternehmen verlassen musste.

komm.passion



Personalien compact - Sonstige (9) (23. KW-2013)

1. **Simon Jäggi**, bisher Lokalredakteur bei der Schweizer Zeitung „Der Bund“, wird neuer Leiter der Öffentlichkeitsarbeit beim Naturhistorischen Museum der Burgergemeinde in Bern. Jäggi war über zehn Jahre in der Lokalredaktion von „Der Bund“ tätig.
2. **Tobias Tringali** (36) wird neuer Leiter Unternehmenskommunikation der deutschsprachigen TV-Sender der Fox Entertainment Group. Dort berichtet er an **Andreas Lechner**, Vice President Programming & Communications bei Fox. Tringali, der Chef des neuen Münchner Büros der Berliner Agentur Blumberry war, wechselt somit auf die Kundenseite. Blumberry betreute Fox in München als Startkunden. Nachfolger von Tringali als Leiter der Münchner Niederlassung wird übergangsweise Blumberry-Chef **Lutz Meyer**.
3. **Wendy Kerstan** (36) leitet seit dem 1. Juni die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit beim Orell Füssli Verlag in Zürich. Sie ist Nachfolgerin von **Lucas Hügelshofer**, der zum Magazin „Reportagen“ in Bern gewechselt ist. Kerstan, die zuletzt seit 2006 die Pressearbeit beim Verlag Nagel und Kimche geleitet hat, berichtet an Geschäftsführer **Matti Schüsseler**.
4. **Stefan Wandel** (35) arbeitet seit dem 1. Mai als Pressesprecher der Krankenversicherung DAK-Gesundheit Bayern, München. Er ist Nachfolger von **Ramona Linter**, die in die Zentrale in Hamburg gewechselt ist. Wandel berichtet an den Leiter Unternehmenskommunikation **Jörg Bodanowitz**. Braun war zuvor bei der BKK, von 2003 bis 2010 bei der BKK Taunus als Teamleiter Kundenbetreuung, und von 2010 bis zu seinem Wechsel bei der BKK Gesundheit als Teamleiter Kommunikation und Servicemanagement.
5. **Philipp Braun** (31) arbeitet seit dem 1. Juni als Manager PR & Communications beim Beratungsunternehmen Designit in München. In dieser Funktion ist er zuständig für die Kom-

munikation in der DACH-Region. Seine Position wurde neu geschaffen. Braun, der zuletzt seit 2009 bei der PR-Agentur Klenk & Hoursch als Consultant tätig war, berichtet bei Designit an **Guido Woska**, Chief Executive Officer Deutschland.

6. **Kim Urban** (26) ist seit dem 1. Mai neuer Pressesprecher des Beko Basketball Bundesligisten BBC Bayreuth. Er ist Nachfolger von **Michael Birkhan**, der nebenberuflich auch weiterhin für die Kommunikation des Vereins zuständig ist. Urban, der zuvor seinen Studienabschluss in Sportökonomie an der Universität Bayreuth gemacht hat, berichtet an Geschäftsführer **Martin Piotrowski**.
7. **Guido F. Gebauer** (41) ist als Nachfolger von **Bernhard H. F. Taureck** seit dem 15. Mai neuer Pressesprecher der Partnerbörse Gleichklang in Hannover. Vorgänger Taureck ist in Pension gegangen. Gebauer, der an Geschäftsführer **Seksan Ammawat** berichtet, betreute zuvor seit 2005 als Inhaber eine psychologische Praxis für rechtspsychologische Begutachtungen und Coaching.
8. **Carsten Zorger** (46) tritt als Nachfolger von **Dietmar Boettcher** die Leitung der Abteilung Marketing und Kommunikation beim Deutschlandradio in Köln an. Zorger hat seine neue Aufgabe am 3. Juni angetreten. Er verantwortet damit die gesamte Kommunikation von Deutschlandfunk, Deutschlandradio Kultur und DRadio Wissen. Zuletzt war er als Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den ADAC Berlin-Brandenburg tätig.
9. **Lukas Jeuck** (31) arbeitet seit dem 16. Mai als Referent für Politik und Kommunikation beim Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber (ANGA) in Köln. In dieser Aufgabe löst er Simon Japs ab, der zu Unitymedia Kabel BW gewechselt ist. Jeuck kam von der Berliner Agentur Serviceplan, wo er von 2011 an Junior-Kundenberater war. Zuvor war er als Forschungsassistent am Stockholm International Peace Research Institute (SIPRI) tätig.



Personalien compact - Agenturen (6) (23. KW-2013)

1. **Carina Grendel** (43) leitet seit dem 1. Juni die Agentur Fashion Royal PR in Hamburg. Außerdem ist sie Inhaberin der Agentur Be Fabulous Communications. Zuletzt war sie seit 2011 bei der Hamburger Mediengruppe Klambt tätig - zunächst als freie Beraterin, ab 2012 als Leiterin PR & Kommunikation und Brand Director für das Fashion und Home-Magazin „Flair“.
2. **Stefan Zwick** und **Katharina Lindenthal** verstärken seit Mai das Team von Havas Worldwide in München. Beide sind Kommunikationswissenschaftler und kommen von talkabout communications, der Münchner Agentur von Mirko Lange, die im März Insolvenz anmelden musste. (*Wir berichteten.*) Bei talkabout communications waren Zwick und Lindenthal unter anderen für die Kunden Commerzbank, Linksys, Maui Jim oder Couchfunk tätig.
3. **Krystina Koch** (25) ist als Account Executive neu im Team der Münchner PR & MarCom Agentur Lucy Turpin Communications (LTC). Sie unterstützt vor allem die Agenturteams für Kunden im Bereich Informationstechnologie. Koch hat einen Abschluss in Kommunikationswissenschaft und sammelte auf Unternehmens-, Medien- und Agenturseite bereits praktische Kommunikationserfahrung.
4. **Susanne Hohenschuh** (36) und **Juliane Deckers** (28) sind neu bei der Hamburger PR-Agentur Frau Wenk. Hohenschuh übernimmt Aufgaben in der Geschäftsleitung. Sie kommt von der Hamburger-Performance-Marketing Agentur eprofessional, wo sie sieben Jahre als Senior Director Marketing & Product Management die Unternehmenskommunikation sowie das Marketing & Produktmanagement verant-

wortete. Deckers wird als Junior PR-Beraterin eingesetzt und soll das Segment Produkt-PR mitentwickeln.

5. **Leon Syré** und **Walter Scheuer**, beide langjährige Geschäftspartner der KWP-Gründer **Alois Wollnik** und **Kai Kippenbrock**, sind als Gesellschafter in die Frankfurter Agentur für Interconnected Communications eingestiegen. Scheuer, ehemals Head-Digital bei Hill+Knowlton Strategies, verantwortet bereits seit 2012 das Business Development bei KWP. Syré leitet bei KWP bereits seit 2011 die Produktentwicklung und Umsetzung von Webseiten, Enterprise Content Management Systemen, Apps und Touchscreen-Applikationen. Er war zuvor selbständig.
6. **Carmen Ritter** und **Christian Fabricius** (beide 30) verstärken das Team der Münchner Kommunikationsagentur HBI Bailey GmbH. Ritter, die Sprachwissenschaften studierte, arbeitete zuvor unter anderem bei der Serviceplan Event GmbH & Co. KG. Fabricius hat einen Universitätsabschluss in Medienwissenschaft und sammelte praktische Kommunikationserfahrungen unter anderem bei Ketchum Pleon, ARTE und Siemens.

Personalien compact - Unternehmen (7) (23. KW-2013)

1. **Philipp Hennerkes** (31) hat zum 1. Juni die Leitung der Abteilung „Public Affairs & Gesellschaftliche Verantwortung“ in der Hamburger Edeka Zentrale übernommen. Er berichtet in seiner Funktion an den Leiter Unternehmenskommunikation und Public Affairs, **Rolf Lange**. Hennerkes kommt von der internationalen Kommunikationsagentur Edelman, in der er als Leiter Corporate Affairs im Berliner Büro tätig war. Zuvor war er bei Ketchum Pleon beschäftigt.
2. **Jens Thiemer** (41) wird ab dem 1. August die Brand Communications von Mercedes-Benz leiten. Er tritt die Nachfolge von **Anders-Sundt Jensen** an, der bei Daimler ab Juli im Vertrieb tätig sein wird. Thiemer war bei Daimler von 2004 bis 2006 bereits Leiter der Organisation Markenkommunikation Retail und von 2006 bis 2007 Leiter Marktingkommunikation Mercedes Benz

A&B One

Passenger Cars. Dann wechselte er zu CNC Communications, wo er bis zuletzt als Leiter Rebranding- und Marketing- Practice tätig war. Bei Daimler berichtet er an Vertriebsvorstand **Joachim Schmidt**.

3. **Christine Buchberger** (33) arbeitet seit dem 15. Mai als Managerin External Communications bei Diaverum in München. In der neu geschaffenen Position verantwortet sie für den Anbieter von Versorgungsdienstleistungen in der Nephrologie und Dialyse den Bereich Externe Kommunikation. Buchberger, die von der Bayern LB Capital kommt, wo sie Marketing- und PR-Managerin war, berichtet bei Diaverum an **Christina Waller Sterner**, Senior Vice President / Chief Communications Officer.
4. **Mark Hauser** (32) ist neuer Pressesprecher im Media-Relations-Team der AXA Versicherungen, Winterthur. Zuletzt war er für die Curlingbahn Allmend AG in Bern tätig und davor beim Sportvermarkter Infront Sports & Media in Zug, wo er für die Print- und Onlinemedienarbeit mitverantwortlich war. Zusätzlich zu seiner beruflichen Tätigkeit ist Hauser stellvertretender Kommunikationschef der Patrouille des Glaciers und als Medientrainer im Management-, Kommunikations- und Informationsausbildungszentrum (Mika) der Schweizer Armee tätig.
5. **Mirko Wollrab** (43) wird ab August neuer Kommunikationschef der HSH Nordbank, Landesbank in Hamburg und Schleswig-Holstein. Wollrab, der die Stelle nach mehr als halbjähriger Vakanz übernimmt, ist zuständig für Öffentlichkeitsarbeit, interne Kommunikation und Marketing. Er kommt von der Agentur CNC, bei der er seit 2005 beschäftigt war und seit 2007 als Partner das Frankfurter Büro leitete.
6. **Markus Berger** ist Nachfolger von **Daniel Göring** als neuer Leiter Kommunikation von Andermatt Swiss Alps in Altdorf (Schweiz). In seiner neuen Funktion ist er für sämtliche Kommunikationsaktivitäten des Immobilienunternehmens zuständig. Berger war zuletzt Direktor und Studienleiter des Schweizerischen Public Relations Instituts SPRI. Davor

leitete er 15 Jahre lang die St. Galler Kommunikationsagentur BPR Communications AG.

7. **Janine Weiz** (34) ist seit Mai neuer Head of Brand & Communication beim Schweizer Wäschehersteller Calida in Sursee. Sie übernimmt die Position von **Barbara Cristofolletti**, die als Manager E-Commerce & Digital Marketing das Onlinegeschäft von Calida ausbauen soll. Weiz war zuletzt Head of Marketing & PR bei Skiny Bodywear. Zuvor war Weiz sieben Jahre lang beim Kompressionsstrumpf-Hersteller Bauerfeind im Bereich Marketing tätig. Sie berichtet an den Vorsitzenden der Geschäftsleitung **Andreas Lindemann** und ergänzt das Führungsteam als Mitglied der Geschäftsleitung.

Etats

Etats compact (13) (23. KW-2013)

1. Sandwichkette Subway (Vermietungs- und Servicegesellschaft mbH), Köln
 - a) was: Öffentlichkeitsarbeit
an: **Weber Shandwick**, Köln
 - b) was: Markenkommunikation
an: **Lukas Lindemann Rosinski GmbH**, Hamburg
2. Vapiano International Marketing GmbH, Bonn
was: Neugestaltung der globalen Internetseite
an: **denkwerk GmbH**, Köln
3.
 - a) Hüftgold Café, Hamburg
was: Pressearbeit, Regionale PR
 - b) Kebab Collection GmbH, Hamburg
was: Pressearbeit
an: **rabach kommunikation**, Hamburg
4. Baufinanzierungsunternehmen Interhyp AG, München
was: Website-Relaunch
an: **OgilvyOne**, Frankfurt am Main
5. Social Mobility Network flinc AG, Ludwigshafen
was: PR und Positionierung als Innovationstreiber
an: **Havas Worldwide**, München



6. Gräfe und Unzer Verlag GmbH, München
was: Marken-PR und -Werbung, Social Media
an: **Werbeagentur 19:13**, München
7. Baby- und Kinderartikelproduzent Cybex GmbH, Bayreuth
was: Public Relations, Social Media und Consumer Marketing
an: **häberlein & mauerer**, München
8. Avani Hotels & Resorts, Sri Lanka
was: Tourismus-PR
an: **Stromberger PR**, München
9. StrumpfhHersteller Kunert Fashion GmbH & Co. KG, Immenstadt
was: Medienarbeit für die Marken „Kunert“ und „Hudson“
an: **foleys GmbH, Agentur für PR & Internal Branding**, Ulm
10. Projektbüro für "Schau hin!\"", Berlin
was: Kampagne für den Medienratgeber für Familien
an: **We do communication GmbH**, Berlin
* = Eine Initiative von: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend; Vodafone; ARD; ZDF; TV-Spielfilm
11. Ladenbackofenhersteller Wiesheu GmbH, Afalterbach
was: Nationale und internationale PR
an: **zweiblick // kommunikation**, München
12.
 - a) FMTG - Falkensteiner Michaeler Tourism Group, Wien
was: Tourismus-PR
 - b) Columba Online Identity Management GmbH & Co. KG, München
was: PR für eine Software zur Verwaltung des digitalen Nachlasses
 - c) MyGassi GmbH, München
was: Kreation einer Smartphone-App für Hundebesitzer
an: **Biss PR**, Berlin

13. Automanufaktur Wiesmann Alps GmbH & Co. KG, München
was: Umsetzung von Kundenevents
an: **Recon GmbH, Agentur für Live-Kommunikation**, Hamburg

Branche

PR Löwe in Cannes: 61 Wettbewerbsbeiträge aus Deutschland

Nur noch wenige Tage, dann beginnt in Cannes am 16. Juni das „International Festival of Creativity“. Es dauert bis zum 22. Juni. Auch in Deutschland ist die Vorfreude groß, die Erwartung ebenso. Deutsche Agenturen haben insgesamt 1.994 Arbeiten eingereicht und machen sich Hoffnung, einen der begehrten Löwen in Cannes zu ergattern. Unterteilt in 16 Einzelkategorien kann der Wettbewerb im Bereich „Press“ mit 311 Einsendungen den größten Zulauf aus Deutschland verzeichnen. Immerhin 61 Bewerbungen gibt es in der Kategorie „Public Relations“. Man darf gespannt sein, ob sich deutsche Teilnehmer gegen die internationale Konkurrenz durchsetzen können.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (5) (23. KW-2013)

1. **Ehrenberg Kommunikation** jetzt mit Firmensitz in Hamburg: Nach fast 20 Jahren in Lübeck zieht die Agentur mit internationaler Ausrichtung auf Tourismus, Transport, Logistik und Lifestyle nach Hamburg. Ehrenberg Kommunikation kehrt damit zu den Wurzeln zurück: 1994 gründete Magnus Ehrenberg die Agentur in der norddeutschen Metropole. Insgesamt 25 Kommunikationsexperten arbeiten bei Ehrenberg in den Bereichen PR und Public Affairs. Die Agentur hat weitere Büros in Dänemark, Schweden und Norwegen sowie ein Netz von Partneragenturen in Europa.

Wieder
Marmeladentag?

Prozessoptimierung
bei Lautenbach
Sass.

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

2. **Lewis PR**, eine internationale Kommunikation-agentur mit Schwerpunkt im Digitalmarkt, hat die Davies Murphy Group (DMG) übernommen, eine PR- und Marketing-Beratung mit Büros in den USA, Großbritannien und Deutschland. Die in Boston ansässige DMG betreut über 45 Kunden von Startups bis zu großen Technologie-Unternehmen. Durch die Übernahme verstärkt Lewis PR seine Präsenz an der Ostküste der USA und erweitert sein Portfolio um Marketing-Services. Die Agentur macht nach eigenen Angaben über 45 Millionen Dollar Umsatz weltweit, wovon die gemeinsamen Umsätze in den USA über 20 Millionen Dollar ausmachen sollen. Damit zählt sich Lewis PR jetzt zu den größten unabhängigen PR-Agenturen in den USA.
3. Die **Schaffrath-Gruppe** in Geldern strukturiert um. Während in Geldern am Niederrhein schaffrath medien und die Unternehmen schaffrath DruckMedien und schaffrath NeueMedien gebündelt werden, soll am neuen Standort in Düsseldorf das Angebot einer **Konzeptionsberatung** etabliert werden. Mit **schaffrath concept** will das Unternehmen seinen Vertrieb, die Konzeption und das Projektmanagement in die Landeshauptstadt NRW verlegen. Das rückt Schaffrath auch näher an die Rheinische Post Mediengruppe,

- Düsseldorf, an der das Unternehmen beteiligt ist.
4. Der Startschuss für den neunten **INA Internationaler Nachwuchs Event Award (INA)** ist gefallen. Ausrichter ist das Studieninstitut für Kommunikation, Düsseldorf, das sich dazu in jedem Jahr einen Partner aus der Agenturlandschaft sucht. In diesem Jahr ist es die CB.e Agentur für Kommunikation aus Berlin. Sie wird für den INA die Wettbewerbsaufgabe erstellen, zu der junge Kreativtalente ihr Ideenkonzept einreichen können. Mitmachen können junge Nachwuchskräfte aus Unternehmen, Agenturen, Dienstleistern, Verbänden oder Institutionen sowie Freelancer im Alter von bis zu 28 Jahren und maximal zwei Jahren Berufserfahrung. Alle weiteren Informationen wie Spielregeln oder Ausschreibungsunterlagen gibt es auf der [INA-Website](#) und im Newsletter, der auf der Website abonniert werden kann.
 5. **Beratungskompetenz stärken und die Führungsqualität verbessern**, das ist der Wunsch vieler Agenturen im Hinblick auf die Ausbildung des Nachwuchses. Die **Münchener Agentur consense communications GmbH** hat das Heft selbst in die Hand genommen und für alle Mitarbeiter, also auch für erfahrenen Consultants, eine siebentägige Beraterausbildung konzipiert. Die Mitarbeiter sollten in die Lage versetzt werden, auch in komplexen Situationen Kunden optimal zu beraten und Prozesse ergebnisorientiert zu steuern – auch über die reine Faktenlage hinaus. Über neun Monate hinweg absolvierten die Mitarbeiter die consense Beraterausbildung.

Medien

Neue Rügen des Presserates – „taz“ zeigt sich einsichtig

Der Deutsche Presserat hat sieben neue Rügen ausgesprochen. Abgemahnt wurden die „taz“, die Boulevardzeitung „tz“ aus München, „Bild.de“, die Fachpublikation „Kanzlei life“ und drei Laufmaga-



zine, letztere für Schleichwerbung auf den Titelseiten. Die „taz“ wurde für die Überschrift zur Papstwahl gerügt: „Junta-Kumpel löst Hitlerjunge ab“. Für den Presserat ist diese Zeile eine nicht bewiesene Tatsachenbehauptung. Immerhin, die „taz“ zeigte sich einsichtig. Chefredakteurin Ines Pohl: „Im Nachhinein ist diese Zuspitzung nicht gelungen, da die Vorwürfe gegen Bergoglio nicht eindeutig belegt sind. Damit sind wir in diesem Fall übers Ziel hinausgeschossen.“ „Bild.de“ und die „tz“ wurden wegen Vorverurteilung und Verletzung der Unschuldsvermutung kritisiert. (Quelle: [„Meedia.de“](#))

Fachmedien 2013 gekürt

Die Top-Fachmedien des Jahres stehen fest: Die zehn Sieger des Awards „Fachmedien des Jahres 2013“ der Deutschen Fachpresse wurden am 5. Juni im Rahmen des Kongresses der Deutschen Fachpresse in Essen bekannt gegeben und geehrt. Insgesamt 50 Fachmedien hatten sich mit ihren Printmedien und digitalen Angeboten um den Branchenaward beworben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Magisterarbeit zu Stuttgart 21: Nur die taz war nicht neutral

Die Medien haben ihre Beobachterrolle beim Konflikt um Stuttgart 21 vernünftig erfüllt – mit Ausnahme der „taz“. Zu diesem Ergebnis kommt

Julia Völker in ihrer Masterarbeit, mit der sie im vergangenen Jahr untersucht hat, inwieweit Medien bei Konflikten wie Stuttgart 21 eine Beobachterrolle einnehmen oder als eigenständige Akteure auftreten. Das Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster hat Julia Völker nun mit dem Preis für die beste Abschlussarbeit des Jahres 2012 ausgezeichnet. Ihre Arbeit „Stuttgart 21: Eine Inhaltsanalyse der Berichterstattung über den Konflikt“ überzeugte die Jury des MedienAlumni Münster e.V. Der Preis ist mit 500 Euro dotiert.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Zwei deutsche Unternehmen unter den Top 21 der weltweit größten Medienkonzerne

Nach einer Weltrangliste der größten Medienunternehmen von ZenithOptimedia steht Google unangefochten auf Platz 1. Wie „t3n“ auf seiner Website berichtet liegt Google mit einem Umsatz von 37,9 Milliarden US-Dollar 39 Prozent vor dem zweitplatzierten Fernsehanbieter „DirecTV“. Unter die Top 25 kommen auch zwei deutsche Medienunternehmen. Platz sieben belegt Bertelsmann mit 11,3 Milliarden und Platz 21 der Springer-Verlag mit 3,9 Milliarden US-Dollar. Traditionelle Medienhäuser sind in der Liste ebenso vertreten wie die Internetunternehmen Yahoo, Facebook oder Microsoft.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Medien compact (1) (23. KW-2013)

1. **Bernd Hilder** (54) wird als Nachfolger von **Hans Hoffmeister**, der Ende August in den Ruhestand geht, neuer Chefredakteur der „Thüringischen Landeszeitung“ (TLZ) in Weimar. Hilder war zuvor unter anderem ARD-Hörfunk-Korrespondent in Washington und Mexiko-Stadt, Chefredakteur der „Schaumburger Nachrichten“, des „Göttinger und Eichsfelder Tageblatts“ und führte



knapp acht Jahre die Redaktion der „Leipziger Volkszeitung“.

Social Media

Social Media compact (3) (23. KW-2013)

1. **Marcus K. Reif**, Leiter Recruiting & Employer Branding bei Ernst & Young, **Robindro Ullah**, derzeit noch Leiter Personalmarketing und Recruiting Süd der Deutschen Bahn sowie **Florian Schrod**t, Referent Personalmarketing der Deutschen Flugsicherung, sind mit dem Award „Social Media Personalmarketing Innovator 2012“ geehrt worden. Den Preis haben humancaps, Westpress – Agentur für Personalmarketing und „w&v“ Job-Network 2011 ins Leben gerufen und am 3. Juni zum dritten Mal im Rahmen der „Social Media Personalmarketing Conference exklusiv“ verliehen, die dieses Jahr erstmals in Hamm stattfand.
2. **Die Bundestagswahl 2013 im Spiegel von Social Media:** www.deutschland.waehlt.info/ folgt Parteien und Spitzenkandidaten auf Facebook, Twitter und anderen Social Media-Kanälen. Das Wahlportal ist parteiunabhängig. Die aktuellsten Einträge, Auswertungen vergangener Wahlen und eine Übersicht zu aktuellen Videos und Nachrichten zum Urnengang ergänzen das Angebot.
3. **10 Tipps für Blogger Relations** – was Touristiker vom Blogville Emilia-Romagna lernen können. Zum Beitrag im [Red Mod Blog](#)

Reputation Management

Führungskräfte als Markentreiber – neues Buch zum Thema „Leadership Reputation“

Führungskräfte sind für die Reputation von Unternehmen wichtige Treiber. Doch hat man ihrer Rolle in Bezug auf den Wert einer Marke bisher nur wenig Aufmerksamkeit gewidmet. Das ist jedenfalls die These, mit der Frank Keuper, Professor an der Steinbeis-Hochschule Berlin, und Jörn Becker, Gründer und Geschäftsführender Partner der Serviceplan Corporate Reputation GmbH & Co. KG, gestartet sind, um die Rolle von Führungskräften in Bezug auf die Reputation von Marken näher zu beleuchten. Unter dem Titel „Leadership Reputation“ haben sie daher ein Buch heraus gegeben, in dem neun Experten aus Wissenschaft und Praxis aufzeigen, welchen Beitrag Führungskräfte zur erfolgreichen Umsetzung der Unternehmensmarkenstrategie leisten können und welche besonderen Herausforderungen sich aus dem Zusammenhang zwischen Leadership Reputation und Corporate Reputation ergeben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

diesjährigen repräsentativen Nachhaltigkeitsstudie mit mehr als 8.000 Befragten, die von Facit Research im Auftrag der Serviceplan Gruppe durchgeführt wurde. Verlierer im Ranking sind die Commerzbank, Burger King, McDonalds, H&M und Kik. Die Nachhaltigkeitsstudie von Facit Research ist ab diesem Jahr Teil der Evaluierung für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gesetzlich verpflichtende und CSR-Berichterstattung auf dem Vormarsch

Nach 2006 und 2010 ist vor kurzem ist dritte "Carrots and Sticks"-Studie erschienen, die einen weltweiten Überblick über den aktuellen Stand der Regelwerke und Vorschriften zur Nachhaltigkeits- und CSR-Berichterstattung gibt. Ein Ergebnis der Studie ist deutliche Zunahme gesetzlich verpflichtender Vorgaben zur Berichterstattung.

Im Rahmen der vom Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP), der Global Reporting Initiative (GRI), KPMG und dem Centre for Corporate Governance in Africa erstellten Studie, werden insgesamt 180 freiwillige und gesetzliche verpflichtende Initiativen aus 45 Ländern und Regionen aufgeführt (2006: 19 Länder; 2010: 32 Länder).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR Unternehmensverantwortung

Sustainability Image Score 2013: Nachhaltigkeit ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen

Hipp, Miele, dm Drogeriemarkt, Alete, Milupa, Toyota, Bärenmarke, Copenrath & Wiese, BMW und Audi sind die zehn Unternehmen, die aus Sicht der deutschen Verbraucher aktuell am nachhaltigsten agieren. Das ist das Ergebnis der

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 92. Deborah Klein: Ein Gefühl für die Branche entwickeln



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

Interview mit Deborah Klein (Foto), freie PR-Beraterin in Hamburg, zu Einstiegsmöglichkeiten in den PR-

Beruf.

PR-Journal: Welche Möglichkeiten gibt es für den Nachwuchs, in die PR-Branche einzusteigen?

Deborah Klein: Der klassische Weg führt auch heute noch über ein Praktikum oder Volontariat. Ob man dafür eine Ausbildung oder ein Studium mitbringt, ist erst einmal zweitrangig. Ich empfehle Einsteigern, erst in den journalistischen Bereich zu gehen und dort Erfahrungen zu sammeln, bevor man in die PR-Branche wechselt. Ich habe eine dreijährige IHK-Ausbildung zur Kauffrau für audio-visuelle Medien gemacht, bei der man neben der Berufsschule dreimal die Woche arbeiten ging. In meinem Fall war es die Redaktion eines Berliner Radiosenders. Diese Praxiserfahrung half mir, danach direkt in eine Berliner PR-Agentur zu wechseln.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht:

Unser großes Sommermenu (II)

(nsb) Knapp jede/r Zweite wird es bemerken, wenn Spargel in der Mahlzeit war – ob gekocht, gebraten, gedünstet, als Suppe oder Salat: Der Harndrang wird stärker, und der Urin bekommt ein spezifisches Aroma. Die andere Hälfte der Menschheit muss ebenso öfter aufs Klo, riecht aber nichts Besonderes.

Tatsächlich verfügen nur etwa 43 Prozent der Menschen über ein Enzym, das die im Spargel enthaltene Asparaginsäure aufspaltet, und dabei werden schwefelhaltige Abbauprodukte frei, die den besonderen Geruch verursachen. Seit einer Versuchsreihe aus den achtziger Jahren weiß man, dass dies genetisch bedingt ist. Ob irgendwelche Folgen daran geknüpft sind, ist unbekannt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

So geht New Business heute (Teil 2)



Ein Autorenbeitrag von Heiko Burack (Foto), Frankfurt am Main, [New Business Advice](#)

Im ersten Teil dieser kleinen Reihe zum Thema New Business habe ich beschrieben, was Marketingverantwortliche im Rahmen des Erstkontaktes an der Arbeit von Agentur gut und schlecht finden. Ich habe einen Ansatz dargestellt, mit dem man sinnvoll Termine bei potenziellen Neukunden generieren kann. Dabei rückt der Kunde des Marketingverantwortlichen stärker in den Fokus und die Agentur ein wenig an den Rand. Mit einem solchen Akquiseansatz kann man nicht hundert oder gar noch mehr Unternehmen einheitlich ansprechen; dies funktioniert nur für eine kleine ausgesuchte Anzahl von potenziellen Neukunden. Spricht man zu viele Unternehmen an, so verliert man Schärfe und Spitze. Die Zielkunden werden schnell zu klein. Bekanntlich ist bei diesen Unternehmen der NB-Aufwand ähnlich hoch, wie bei größeren, das potenzielle Income aber kleiner. Hat man einen spannenden Ansatz gefunden, so kann man damit meist ca. zehn Unternehmen angehen. Daraus sollen sich mindestens zwei gute Termine erzielen lassen. Erreicht man dies nicht, hat man etwas Entscheidendes falsch gemacht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Konzeption im Wandel: Das Eisberg-Modell der Kommunikation

Presse und Medien spielen heute eine wesentlich andere Rolle als noch vor wenigen Jahren. Gruppen und Individuen werden heute durch das Internet und viele alternative soziale Netzwerke vernetzt. Das medienzentrierte Meinungsmultiplikations-Modell, das Kommunikations-Strategen jahrzehntelang als Werkzeug gedient hatte, versagt

im heutigen PR-Alltag. Das ist die feste Überzeugung von Heinz W. Droste. Er fordert in einem Gastbeitrag in #mediawandel, auch die PR-Konzeption grundlegend zu wandeln. Schließlich sei sie das wichtigste Instrument zur Entwicklung wirksamer Kommunikations-Lösungen.

Lesen Sie weiter im Blog #mediawandel (vormals "PR im Wandel") von Thomas Mavridis. Dort gibt es auch insgesamt zwei Exemplare des Buches von Heinz W. Droste zu gewinnen.

Bildung

Masterstudiengänge Crossmedia Management and New Media Journalism in Leipzig

Die Bewältigung des Medienwandels stellt die Kommunikationsbranche und Verlage vor große Herausforderungen. Das größte Problem: Es fehlt an Spezialisten und journalistischen Mitarbeitern, die beide Welten verstehen – Mitarbeiter, die strategisch durchdachte und vor allem cross-mediale Angebote für das Medienhaus der Zukunft entwickeln und betreuen können. Mit den Masterstudiengängen Crossmedia Management (M.Sc.) und New Media Journalism (M.A.) bietet die Leipzig School of Media jetzt wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe Programme, in denen die Teilnehmer lernen, den Medienwandel nachhaltig zu bewältigen. Beide Angebote sind berufsbegleitende Studien mit einem Masterabschluss.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Neues Lehrgangmodell richtet sich an Berufseinsteiger und auszubildende Unternehmen

Das Düsseldorfer Studieninstitut für Kommunikation bringt ein neues Lehrgangmodell an den Markt. Es richtet sich mit dem Modell des „Betrieblichen Lehrgangs“ an Berufseinsteiger wie auch an auszubildende Unternehmen. So werden Abiturienten und Quereinsteiger betreut, die sich etwa für den Beruf des Kaufmanns/-frau für Marketingkommunikation interessieren und eine Alternative zur klassischen Ausbildung oder zum Studium favorisieren. Dies gilt für die komplette Bewerbungsphase bis hin zur Vermittlung an Firmen. Vorteil für Unternehmen: Das Studieninstitut wählt nach ihren individuellen Profilanforderungen für sie die geeigneten Kandidaten aus. Grundsätzlich begleitet das Studieninstitut Unternehmen, so genannte Praxispartner, wie auch Teilnehmer während der gesamten Lehrgangsdauer von 36 Monaten. Seminarstandorte sind Köln und München. Die Lehrgänge beginnen ab September. Weitere Einzelheiten zur Zielgruppe, zu Lerninhalten und den Bewerbungsanforderungen und Kosten erfahren Sie *direkt beim Institut*.

Bildung compact (2) (23. KW-2013)

1. Die **school for communication and management (scm)**, Berlin, hat ihr **neues Gesamtprogramm** präsentiert. Es bietet für den Herbst 2013 und das Frühjahr zahlreiche Weiterbildungsmöglichkeiten. Neben den klassischen Themen aus Interner Kommunikation, Public Relations und Social Media bietet die scm auch neue Seminare zur Arbeit mit SharePoint 2013 oder zum Community Management an. Auch das Standardseminar Pressearbeit haben wir an die neuen Herausforderungen an die Medienarbeit angepasst und bieten es mit einem veränderten Fokus als „Innovative Medienarbeit“ an. Das Gesamtprogramm mit Seminaren, Intensivkursen, Praxistagen und Tagungen sowie Fachliteratur ist ab sofort erhältlich. Auf der *scm-Website* steht es auch zum Download zur Verfügung.

2. Auch journalistisches Know-how kann künftig im **Studium an der Münchner Hochschule für Politik** (HfP) erworben werden. Die Hochschule des Bayerischen Landtags hat dazu einen **Kooperationsvertrag** mit der **MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation**, geschlossen. Wie beide Hochschulen am 4. Juni in München bekannt gaben, können HfP-Studenten ab dem Wintersemester 2013/14 Lehrveranstaltungen des MHMK-Bachelorstudiengangs Journalistik besuchen und sich mit einem Zertifikat der MHMK qualifizieren. Umgekehrt stehen MHMK-Studierenden alle Veranstaltungen des Grundstudiums der HfP offen.

Studien

Bertelsmann-Studie: Zufriedenheit mit Demokratie steigt, Wahlbeteiligung sinkt

Ein überraschendes Ergebnis brachte jetzt, 100 Tage vor der Bundestagswahl, eine neue Studie der Bertelsmann Stiftung und des Instituts für Demoskopie Allensbach zutage: Die Zufriedenheit der Deutschen mit der Demokratie steigt, aber die Wahlbeteiligung sinkt. Dieses scheinbar widersprechende Resultat kam nach einer Befragung von knapp 1.600 Menschen ab 16 Jahren und einer Analyse der Wahlbeteiligung der vergangenen Jahre zustande. Die allgemeine Zufriedenheit mit der Demokratie und dem politischen System wächst. Laut Untersuchung gilt das besonders für die Ostdeutschen: 2003 äußerten sich lediglich 47 Prozent der Ost-Bürger zufrieden, inzwischen tun dies 74 Prozent (West: von 72 auf 84). Nur 11 Prozent der Bundesbürger geben an, mit der Demokratie unzufrieden zu sein. Zehn Jahre zuvor waren es 29 Prozent. Demgegenüber sinkt die Wahlbeteiligung kontinuierlich. Bis Mitte der 80er-Jahre lag die Beteiligung an Bundestagswahlen noch bei 90

Prozent, 2009 nur noch knapp über 70 Prozent. Grund sei in erster Linie, dass immer mehr Einkommensschwache und Bildungsferne am Wahlsonntag zu Hause blieben. Weitere Einzelheiten direkt auf der [Website der Bertelsmann-Stiftung](#).

Studie: Einsatz von Prominenten in der Werbung ist erfolgreich

Die Werbung mit Prominenten lohnt sich. Sowohl Konsumenten als auch Unternehmen sind für „Celebrity Marketing“ durchaus empfänglich. Das ist das Ergebnis der Studie „Celebrity Marketing in Deutschland“, die jetzt von der Celebrity Marketing Alliance (CMA) in Kooperation mit der „W&V“ veröffentlicht wurde. Wissenschaftlich begleitet wurde die Studie von Alexander Schimansky, Professor an der International School of Management (ISM) in Dortmund. Im Fazit der Studie heißt es: „Da immer mehr Unternehmen mit immer mehr Werbebotschaften um die kostbare Aufmerksamkeit der Konsumenten buhlen, scheint der Einsatz von Prominenten ein vergleichsweise zuverlässiger Ansatz zu sein, um sich selbst und die entsprechende Werbebotschaft zu differenzieren und den Sprung über die Wahrnehmungsschwelle der Konsumenten zu schaffen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien compact (1) (23. KW-2013)

1. Rechtliche Regularien stellen für Pharmaunternehmen nicht mehr das größte Hindernis im Umgang mit Social Media dar. Die größere Herausforderung besteht darin, Social Media Strategien intern durchzusetzen. Das ist das **Ergebnis einer Untersuchung zum Umgang von Unternehmen der pharmazeutischen Industrie mit Social Media-Instrumente**. Ermittelt wurden die Erkenntnisse auf Basis von zwölf telefonischen Tiefeninterviews mit Führungskräften aus Pharmaunternehmen, die für Entscheidungen im Bereich Social Media verantwortlich sind. Einer der Initiatoren der Untersuchung war die PR Agentur Weber

Shandwick. Sie hat die Ergebnisse genutzt, um zehn Regeln für eine erfolgreiche Social Media-Arbeit abzuleiten. Die Einzelergebnisse sowie die „10 Rules of Engagement: Building Social Confidence in Pharma“ finden sich auf der [Weber Shandwick Website zum Download](#) in englischer Sprache.

Termine

Wie funktioniert Wahlkampf in Bayern? DPRG-Landesverband: Podiumsdiskussion in München

Wahlkampf aus der Sicht der Strategen und Chefkommunikatoren, das konnten die Mitglieder und Gäste der DPRG am 6. Juni in München miterleben. Die Landesgruppe Bayern hatte alle Landtagsparteien zu einer Podiumsdiskussion zum Thema „Wahlkampfkommunikation“ gebeten. „Es gibt eine erhebliche Anzahl von Wählern und Wählerinnen, die gehen ins Wahllokal und wissen noch nicht, wen sie wählen werden. Wirklich! Von den Wechselwählern entscheiden sich sehr viele erst in den letzten zwei Wochen vor der Wahl“, erläuterte Rainer Glaab, Kampagnenchef der bayerischen SPD, seine Einschätzung. Er machte deutlich, dass die Kampagne für Christian Ude, Münchner Oberbürgermeister und Spitzenkandidat der Sozialdemokraten in Bayern, erst im Spätsommer, kurz vor dem Wahltermin am 15. September, richtig intensiviert wird. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Forum Markenjournalismus mit Richard Gutjahr

„Wo sind die Grenzen von Journalismus und PR? Alles ist im Fluss. Es ist eine geile Zeit!“ Damit startete Richard Gutjahr seinen Vortrag beim Forum Markenjournalismus am 4. Juni. Lewis PR in München war es gelungen, den mehrfach ausge-

zeichneten und für den Grimmepreis nominierten Journalisten, Moderator und Blogger für einen spannenden Abend zu gewinnen. Und der prominente Sprecher war sofort in seinem Element. Er plauderte aus dem Nähkästchen und hatte die volle Aufmerksamkeit des Publikums, das sich aus allen Kommunikationsbereichen zusammensetzte. Gleich nach seinem Eingangsstatement zitiert Gutjahr das Rieplsche Gesetz der Medien (kein neues Medium hat je ein altes vollkommen verdrängt, es kommen nur immer weitere neue hinzu), um es aber auch im gleichen Atemzug infrage zu stellen. Im Augenblick nimmt die Nutzung aller verfügbaren Medien ab (seit 2000 und über alle Altersklassen verteilt), nur die Internetnutzung nimmt stetig zu. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

IK Heidelberg startet am 28. Juni neue Dialog-Reihe

„Über Kommunikation muss man reden, um sie zu verstehen.“ Diese Erfahrung aus den Bereichen Weiterbildung, Coaching und Vermittlung setzt die Initiative Kommunikation Heidelberg künftig in einem neuen öffentlichen Veranstaltungsformat um: den IK-Fachdialogen. Auftakt ist am 28. Juni um 14 Uhr in Heidelberg. Unter der Fragestellung „Intern, extern, weltweit?“ diskutieren Hanning Kempe (FleishmanHillard), Martina Zöbele (Weidenhammer Packaging Group) und Frieder Pflegar (Communication Harmonists) über Mittelstandkommunikation in Zeiten der Globalisierung. Die Teilnahme am IK-Fachdialog ist kostenlos, allerdings auf 60 Personen begrenzt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt. Kontakt [per Mail an IK Heidelberg](#) oder per Telefon 0 62 21 / 90 586 00. Weitere Informationen auf der [IK-Website](#).

Workshops für PR-Einsteiger und Social Media Profis

Workshops für PR-Einsteiger und Social Media Profis bietet die Nachrichtenagentur presstext im Juni in München, Stuttgart, Frankfurt, Köln, Hamburg und Berlin:

Das 1x1 zum PR-Erfolg: Erfolgreiche Medienarbeit ist nicht immer eine Frage der Kosten, sondern oft auch der Originalität, Kreativität und der strategischen Planung. Wie jetzt punkten können, zeigt der Tagesworkshop mit Alois Gmeiner am 19. Juni in Berlin: Für PR-Einsteiger und Leute, die Ideen brauchen.

Erfolgsstrategien für Social Media: Wie Medienarbeit und Unternehmenskommunikation in sozialen Netzwerken funktioniert und mit welchen Tools konkrete Ergebnisse erzielt werden können, das zeigen die Social Media Trainer Alex Wunschel und Michael Ehlers. Termine in München (10.6.), Stuttgart (11.6.), Köln (14.6.), Frankfurt (17.6.) und Berlin (18.6.).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (4) (23. KW-2013)

1. Im Rahmen des **Medienmittwochs der MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation**, und der Veranstaltungsreihen „DPRG Brisant“ und „MHMK PR Lectures“ laden die Studienrichtung PR und Kommunikationsmanagement und die Landesgruppe Bayern der DPRG, Deutschen Public Relations Gesellschaft, am **12. Juni** zu einer gemeinsamen **Podiumsdiskussion**. Moderiert von Michael Bürker, MHMK-Professor und stellvertretender DPRG-Landesvorsitzender, diskutieren die Teilnehmer das Thema: „**Transparenz, aktives Publikum und Corporate Responsibility – Wie viel Strategie braucht die PR noch?**“ Auf dem Podium sitzen die Kommunikationsexperten Kerstin Bartels (Generali), Jens Christmann (Wrigley), Bernhard Michalowski (Script Consulting, zuvor UniCredit) und Bernd Ostermann (IPM

- United). Weitere Informationen und Anmelde-möglichkeit unter diesem [Link](#).
2. Noch bis zum **14. Juni** läuft die **Bewerbungsfrist für den PR-Bild Award 2013**. Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen können sich für den Branchenpreis der dpa-Tochter news aktuell bewerben. Gemeinsam mit dem Magazin „pressesprecher“ sucht die dpa-Tochter unter auf der [Preis-Website](#) wieder die besten Fotos des Jahres. Schon jetzt sind zahlreiche Fotos eingegangen. Mit dem Fotowettbewerb, der seit 2006 regelmäßig ausgeschrieben wird, unterstreicht news aktuell die herausragende Bedeutung von Bildern für die professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
3. Die **Zentralschweizer Public Relations Gesellschaft (ZSPR)**, der **Werbeclub Zentralschweiz** und **Luzern Design** starten ein gemeinsames Branchentreffen. Klatzch heißt die Veranstaltung, die bei Erfolg in Zukunft jedes Jahr stattfinden soll. Das erste Treffen mit **Grillplausch findet am 27. Juni in Luzern statt**, bei schlechtem Wetter wird es um eine Woche verschoben. Den Auftritt für die Veranstaltung hat die Luzerner Agentur FelderVogel Kommunikation entwickelt.
4. In der täglichen PR-Praxis werden laufend kreative Leistungen angeboten und eingekauft. Neben Honorar- und Terminfragen bleibt dabei häufig die Frage unbeachtet, wem die **urheberrechtlichen Nutzungsrechte** gehören? Ist alles mit dem Honorar geregelt, oder nicht? Zu diesem Thema referiert Markus Brock, Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz, bei einer **DPRG-Veranstaltung der Landesgruppe Berlin-Brandenburg am 20. Juni um 18.30 Uhr in Berlin**. Die DPRG bittet um Voranmeldung bis zum 19. Juni unter diesem [Link](#). Für Gäste der DPRG wird ein Teilnahmebeitrag in Höhe von zehn Euro erhoben.

Tipps

Tipps compact (3) (23. KW-2013)

1. Anstehende Events wie die Fußball-WM und Olympia rücken Brasilien zunehmend in den Fokus. Die intensiven Beziehungen unter-

streicht das erst kürzlich von Bundespräsident Joachim Gauck eröffnete Deutschland-Brasilien-Jahr unter dem Leitthema „Deutschland + Brasilien 2013-2014 – Wo Ideen sich verbinden“. Damit verstärken auch deutsche Unternehmen ihr PR-Engagement in Brasilien. Welche **Voraussetzungen sie für ihre Kommunikation** vorfinden, beschreibt das von MSL Germany herausgegebene **Whitepaper „Mehr als Rio, Samba und Seleção: Kommunikation und PR in Brasilien“**. Es steht im [SlideShare-Account von MSL Germany zur Ansicht zur Verfügung](#).

2. Geregelter Prozesse und bewährte Softwarelösungen sind insbesondere in den ersten Jahren wichtige Komponenten für den Erfolg von Agenturen. Diese Erfahrungen bestätigen auch die beiden PR-Agenturen Bommas PR aus Ulm sowie Fräulein-PR aus Wörthsee. Beide setzen von Beginn an auf den Einsatz von **PressFile, einer webbasierten PR-Software zur Verwaltung von Pressekontakten und -verteilern**. Sie wird von der PressFile Europe GmbH, Ulm, auch im gesamten deutschsprachigen Raum vertrieben. **Zielgruppe sind PR-Agenturen sowie Presseabteilungen**, die unterschiedliche Presseverteiler adressieren und ihre Prozesse im Verteiler- und Kontaktmanagement optimieren wollen. Weitere Informationen direkt auf der [Website von PresseFile](#).
3. **Darstellung in sozialen Netzwerken gewinnt für veränderungswillige Berufstätige an Bedeutung**: In der Arbeitswelt etabliert sich neben klassischen Anforderungen, die Personalentscheider an einen Lebenslauf richten, immer stärker der Wunsch nach dem Ausdruck von **Kreativität und Individualität**. So verlangen Personalentscheider heute nach einem feinen Unterschied, mit dem ein Profil aus der Tiefe sozialer Netzwerke heraussticht. Dies ist das Fazit einer Online-Umfrage an der 460 Personalentscheider aus dem deutschsprachigen Raum im März 2013 auf xing.com teilgenommen haben.

Literatur

Literatur compact (1) (23. KW-2013)

1. **„Wissenschaftskommunikation aus der Sicht von Forschenden“**, ist der Titel einer neuen Studie, die das kommunikative Handeln von Wissenschaftlern untersucht hat. Laut **Autorin Iris Herrmann-Giovanelli** machen die Resultate deutlich, dass die externe Wissenschaftskommunikation von den Befragten zwar als relevante, aber nicht als vorrangige Aufgabe angesehen wird. Darüber hinaus identifizierte Herrmann-Giovanelli vier Wissenschaftskommunikations-Typen, die – so ihre These – unterschiedliche Anreize benötigen, um sich aktiver in der Öffentlichkeit zu engagieren.
Titel: Wissenschaftskommunikation aus der Sicht von Forschenden – eine qualitative Befragung in den Natur- und Sozialwissenschaften; UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz 2013, 272 Seiten; Preis: 34,00 € (D) / 35,00 € (AT); ISBN 978-3-86764-434-1

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter Juni 2013

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (ca. 24.000) in Deutschland (Print/Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk/Radio+Fernsehen, Online (seit 2003)). Im Mai 2013 wurden 7.767 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 13.931 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter" informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen/Meldungen: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 13 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (48)

Volontariat/Trainee

Die 17 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- *Key Account/Director Manufacturing (m/w), Tübingen*
- *PR Account Manager (m/w), Hamburg*
- *PR-Berater bei document1 - auf an den Niederrhein!*
- *PR-Junior-Berater (m/w), Frankfurt am Main*
- *KOOB sucht Junior PR-Consultant (m/w), Mülheim a.d.R.*
- *PR Berater/in, Heidelberg*
- *Yamaoka PR sucht Junior Berater/-in für Lifestyle Kunden, Hamburg*
- *Projektmanager/in Public Relations, Mainz*
- *Hamburger PR-Agentur sucht PR Junior-Berater (m/w)*
- *Junior-Projektmanager/in Public Relations, Mainz*
- *Junior PR-Consultant (m/w), Düsseldorf*
- *PR-Teamleiter / in Food, München*
- *Junior-PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *Junior Berater/innen und Redakteure/innen, Frankfurt*
- *Junior-PR-Berater (m/w) „Banken & Versicherungen“ und „Food, Beverage & Family“*
- *PR-Berater (m/w) - Corporate Communications, Frankfurt*

- *PR-Berater/ Associate (m/w) - Corporate Communications, Frankfurt*
- *PR-Berater im Bereich Technology/BtoB, München*
- *PR-Assistent/in zum nächstmöglichen Zeitpunkt, Hamburg*
- *PR-Berater Marketing Communications/Corporate Communications (m/w), Berlin*
- *PR-Berater/In für namhafte Münchner Agentur*
- *Agentur für gesellschaftspolitische Themen sucht PR-Berater/in, Köln*

Unternehmen

- *Mitarbeiter (w/m) Öffentlichkeitsarbeit, Hettingen*
- *Communications Expert (m/w) für die Region Europa, München bzw. Sulzbach/Ts*
- *Gruppenleiter (m/w) Kommunikationsstrategie in der Stabsstelle Unternehmenskommunikation, Eschborn*
- *Manager(in) Marketingkommunikation, Ludwigsburg*

Verbände (Non-Profit)

- *Leiterin / Leiter Stabsstelle Kommunikation und Fundraising, Schwerte*
- *Junior PR-Berater(in) / Medienkoordinator(in), Gerlingen*
- *Referent (m/w) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Stiftungskommunikation, Bonn*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 10. Juni 2013 um 21:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.063 Empfänger** versandt.

Impressum



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

DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Thomas Dillmann, Bad Honnef, Stellvertretender Chefredakteur (dillmann[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"; Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de); 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 Karte 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.

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

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)160 9463.57.77

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

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



Die Auflage des PR-Journals wird kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin. Für **2012** wurden von

InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: **438.497 Visits und 1.202.757 PageImpressions**. Das ergibt einen **Tagesdurchschnitt von 1.198 Besuchern**. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,7 Seiten aufgerufen. Durch GoogleAnalytics wurden für den Januar außerdem im Schnitt 08:38 Minuten Besuchszeit ermittelt - sowie 49,2% neue Besucher.

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](#)