

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 402 / 44. KW 2013

Und hier das Inhaltsverzeichnis des 402. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 39 Einzelmeldungen):

1. [Soziale Berufe kann nicht jeder, Teil 2 von 3 – ein Spiel über Bande](#)
2. [Agenturen müssen Arbeitsweise ändern](#)
3. [Grönefeld von der Deutschen Bahn zur Arvato AG](#)
4. [Neue Aufgabenverteilung in der PR-Abteilung von G+J](#)
5. [Neue Politik- und Kommunikationsleitung bei Gesamtmetall](#)
6. [Guhl wechselt von Commerzbank zu UBS](#)
7. [Personalien compact - Unternehmen \(5\) \(44. KW-2013\)](#)
8. [Personalien compact - Sonstige \(6\) \(44. KW-2013\)](#)
9. [Personalien compact - Agenturen \(4\) \(44. KW-2013\)](#)
10. [Samsung beauftragt Faktor 3 auch mit Produktkommunikation](#)
11. [Etats compact \(14\) \(44. KW-2013\)](#)
12. [Raika firmiert mit neuem Partner um](#)
13. [GPRA: Mitglieder gewinnen Hälfte der Auszeichnungen beim deutschen PR-Preis](#)
14. [Eurocom Worldwide hat neuen Partner in Paris](#)
15. [Agenturen compact \(1\) \(44. KW-2013\)](#)
16. [komm.passion-Dossier Nr. 11: Wirksame Kommunikation auf dem „Tablet“ serviert](#)
17. [Leipziger Public Relations Studenten e.V. startet ins Wintersemester](#)
18. [BdP verschärft Umgang mit Kommunikationskodex](#)
19. [IVW: PR-Fachmedien im 3. Quartal 2013 nur mit geringfügigen Anpassungen](#)
20. [TV-Quoten im Oktober: RTL legt zu](#)
21. [Medienhaus Deutschland mit Verstärkung](#)
22. [Medien compact \(3\) \(44. KW-2013\)](#)
23. [PR in Wikipedia - kostenloser Leitfaden](#)
24. [CSR-Buch: Responsible Communication](#)
25. [Nachhaltigkeitsberichte mit Econ Awards ausgezeichnet](#)
26. [PR-Interview Nr. 104. Franziska Brachvogel + Kristin Siegel: Der Blick über den universitären Tellerrand ist sehr wichtig](#)
27. [Gericht. Sandige Delikatesse: L. Schwertmuscheln in Weinsauce](#)
28. [Bildung compact \(1\) \(44. KW-2013\)](#)
29. [Markenstudie: Konsumenten erwarten viel](#)
30. [Studien compact \(1\) \(44. KW-2013\)](#)
31. [Cherrypicker startet Neugeschäftsinitiative für Agenturen](#)
32. [Termine compact \(3\) \(44. KW-2013\)](#)
33. [Tipps compact \(1\) \(44. KW-2013\)](#)
34. [Lukas Adda: Face to Face](#)
35. [Gabriele Borgmann: Business-Texte](#)
36. [Stamm Medien-Newsletter November 2013](#)
37. [PR-Journal verbessert Service für Jobbörse](#)
38. [PR-Journal: 33.871 Besucher im Oktober 2013; seit Januar: 354.786 Visits und 418 Jobangebote](#)
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 Team vom PRJ

Seite 1

Soziale Berufe kann nicht jeder, Teil 2 von 3 – ein Spiel über Bande



Facebook passt nicht zu einem Wohlfahrtsverband und Onlinebewerbungstools machen zu viel Arbeit, weil man die Bewerbungen ja ausdrucken muss – Vorbehalte gegen die Trends im Recruiting gibt es viele, auch aus den eigenen Reihen. Die Macher der Onlinekampagne der Diakonie Deutschland müssen deshalb aufklären und die Einrichtungen einbinden, sich durchsetzen und ständig Erfolgswortspiele liefern. (Maja Schäfer, Foto)
Ursprünglich war ein englischsprachiges Wortspiel als Claim angedacht, doch den hätten manche der 27.000 diakonischen Einrichtungen und Dienste

womöglich nicht mitgetragen. Selbst bei „Soziale Berufe kann nicht jeder“ gibt es Diskussionen – ist schließlich nicht gendergerecht. Bei der Umsetzung einer neuen Recruitingstrategie für einen dezentral organisierten Verband, in dem die Bundesebene nicht vorschreibt, sondern nur vorschlägt, was auf Landes- und Einrichtungsebene gemacht werden könnte, ist Fingerspitzengefühl und manchmal auch Streitlust gefragt. In rund 50 Projektvorstellungen pro Jahr auf diakonieinternen und -externen Fachtagen, Messen und Kongressen macht die Projektleitung nicht nur Werbung für die Kampagne als solche, sondern versucht erst einmal grundsätzlich ein Problembewusstsein dafür zu schaffen, dass Nachwuchskommunikation nicht länger auf althergebrachten Wegen verfolgt werden kann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen müssen Arbeitsweise ändern



Angefangen hat es ganz harmlos. Mit Unterstützung der IHK München, der Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA) und „w&v Online“ hat Agenturcoach Hans-Gerhard Kühn im September 2013 eine Onlinebefragung zu alternativen Formen der internen und externen Zusammenarbeit in Kommunikationsagenturen durchgeführt. Doch die nun vorliegenden Ergebnisse bergen Zündstoff in sich. Kühn, der seit 15 Jahren Kommunikationsagenturen berät und begleitet, kommt nach Analyse der Befragung von 71 Agenturhabern und -chefs zu dem Ergebnis, dass Agenturen ihre Arbeitsweise ändern müssten und vor einem „Musterwechsel“ stünden. Damit meint er unter anderem, dass Agenturen – insbesondere kleine und mittelgroße – ihre Flexibilität erhöhen und ihr Leistungsspektrum erweitern sollten, um mittelfristig erfolgreich zu sein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Personalien

Grönefeld von der Deutschen Bahn zur Arvato AG



Ulrike Grönefeld (Foto) übernimmt zum 1. Dezember 2013 die Leitung der Unternehmenskommunikation der Arvato AG in Gütersloh. In dieser Funktion wird sie neben der klassischen internen und externen Kommunikation auch das Marketing sowie das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens (Corporate Citizenship) in Deutschland verantworten und direkt an Achim Berg, den Vorstandsvorsitzenden von arvato, berichten. Für ihre neue Aufgabe bringt Grönefeld Erfahrung aus verschiedenen relevanten Feldern mit. Sie kommt von der Deutschen Bahn, wo sie zuletzt Konzernsprecherin Nachhaltigkeit war.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Aufgabenverteilung in der PR-Abteilung von G+J

Ein Rückkehrerin und ein Neuzugang– wie „Horizont.net“ am 30. Oktober berichtet, tut sich derzeit



einiges in der PR-Abteilung des Hamburger Verlagshauses Gruner + Jahr. Unter der Leitung von Abteilungsleiter Claus-Peter Schrack (Foto) übernimmt nun Sabine Grüngreif die Markenkommunikation. Die frühere Sprecherin des

Frauentitels „Brigitte“ war von Schrack vor einigen Monaten nach einem kurzen Gastspiel bei der Bauer Media-Group zurückgeholt worden ([wir berichteten im September](#)). Umgebaut werden soll zudem die „Interne Kommunikation“, die künftig „Mitarbeiter- und Vorstandskommunikation“ heißen soll. Neuer Leiter wird zum 1. November Jan Füchtjohann, der zuletzt als Journalist für die „Süddeutschen Zeitung“ sowie als PR-Berater und Werbetexter arbeitete. Vorgängerin Jeanette Wygoda werde G+J auf eigenen Wunsch verlassen, heißt es weiter bei [„Horizont.net“](#). [Lesen Sie dort weitere Einzelheiten](#) über die Veränderungen in der G+J-Kommunikation.

Neue Politik- und Kommunikationsleitung bei Gesamtmetall

Der Gesamtverband der Arbeitgeberverbände der Metall- und Elektroindustrie (Gesamtmetall) in Berlin stellt sich in den Bereichen Politik und Kommunikation neu auf. Nach dem Wechsel des Geschäftsführers für Kommunikation, Nico Fickinger, zu Nordmetall ([wir berichteten im September](#)) leitet nun Antonin Finkelnburg (41) die Abteilung Politik und Kampagnen. Er war zuletzt seit 2010 Leiter der Abteilung Grundsatzfragen. Zuvor war er zwischen 2006 und 2009 Referent für strategische Planung in der CDU-Bundesgeschäftsstelle und von 2003 bis 2006 Referent Planung, Koordination, Grundsatzfragen bei der Bundesvereinigung der



Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA).

Die neue Abteilung Kommunikation und Presse wird Martin Leutz (46) (Foto) übernehmen, bislang schon seit 2010 Leiter der Presse- und Öff-



fentlichkeitsarbeit und von 1999 bis 2009 stellvertretender Pressesprecher beim Arbeitgeberverband Gesamtmetall. Finkelnburg und Leutz berichten an den Hauptgeschäftsführer Oliver Zander.

Guhl wechselt von Commerzbank zu UBS



Armin Guhl (Foto), noch Leiter der externen Kommunikation bei der Commerzbank in Frankfurt am Main, wird zum 1. Januar 2014 neuer Leiter Unternehmenskommunikation des schweizerischen Finanzinstituts UBS mit Hauptsitz in Zürich und Basel. Guhl, der in Zürich arbeiten wird, hat zwei Vorgesetzte. Er berichtet direkt an Hubertus Kuelps, Group Head of Communications & Branding, sowie Lukas Gähwiler, CEO UBS Schweiz, berichten. Guhl wird Nachfolger von Stefan Nünlist, der im Herbst zum Telekommunikationsunternehmen Swisscom gewechselt ist. ([Wir berichteten im Juli](#).) Seine Erfahrung in der Finanzbranche sammelte Guhl während mehr als zehn Jahren im Bankensektor und drei Jahren im Versicherungssektor. Bevor er zur Commerzbank stieß, arbeitete er bei Zurich Financial Services und der Allianz. Davor war er fünf Jahre als Journalist und Korrespondent für „Die Weltwoche“ tätig. Er begann seine berufliche Laufbahn 1994 bei UBS in Zürich als Analyst für Länderrisiken für die Region Naher Osten und Afrika, nachdem er an der Uni-

versität St. Gallen promoviert hatte. Seine Nachfolge bei der Commerzbank ist noch nicht geregelt. Bis dahin übernimmt Bereichsvorstand Richard Lips die Aufgaben Guhls.

Personalien compact - Unternehmen (5) (44. KW-2013)

1. **Jens D. Müller** (50) ist seit dem 1. November neuer Leiter Öffentlichkeitsarbeit bei der Central European Petroleum GmbH (CEP) in Berlin. In dieser Funktion verantwortet Müller alle Bereiche der Unternehmenskommunikation des mittelständischen Erdölunternehmens. Vor seinem Wechsel zu CEP war er als Sprecher und stellvertretender Kommunikationschef der Nord Stream AG tätig. In seiner neuen Funktion berichtet Müller an seinen Vorgänger **Thomas Schröter**, der Geschäftsführer der CEP ist.
2. **Elisabeth Winter** übernimmt zum 1. Dezember die Leitung des Bereichs Group Corporate Communications der DVB Bank in Frankfurt am Main. Sie wird Nachfolgerin von **Borislav Bjelicic**, der das Unternehmen verlässt. Winter, die gleichzeitig Pressesprecherin und Verantwortliche für die Interne Kommunikation wird, ist bereits seit 1986 bei der DVB, wo sie zunächst im Personalbereich arbeitete. Ab 1997 baute Winter den Bereich Investor Relations auf. Heute ist sie verantwortlich für alle Finanzpublikationen, Hauptversammlungen, Beziehungen zu Ratingagenturen, Online-Kommunikation und Corporate Design.
3. **Ulrike Germann** (43), in den vergangenen 20 Jahren als Finanzjournalistin tätig, ist ab sofort neue Pressesprecherin der Börse Düsseldorf. Nach Stationen beim „Handelblatt“ und der „Börsen Zeitung“ gab sie selbst als Verlegerin Titel wie „Portfolio Institutionell“ und „Optimal versichert“ heraus. Jetzt übernimmt sie erstmals die Aufgabe einer Unternehmenssprecherin. Für die Düsseldorfer Börse beantwortet sie nun Anfragen, vermittelt Experten und Themen und stellt den direkten Kontakt zum Führungsteam der Börse Düsseldorf um die Vorstände **Dirk Elberskirch** und **Thomas Dierkes** her.
4. **Christian Pern** (32) verstärkt zum 1. November die Geschäftsführung des Hamburger Spieleanbieters InnoGames als neuer Chief



**Vertrauen.
Ein gutes Gefühl.**

Monitoring nahtlos
und unkompliziert.
Hotline: 030 / 202 42-100

<Landau Media>
monitoring analyse consulting

Marketing Officer. Neben der Marketingabteilung verantwortet er bei InnoGames auch den Bereich Public Relations und tritt damit die Nachfolge von **Volker Dressel** an, der InnoGames zum 30. Juni dieses Jahres verließ. Zuletzt war Pern als Head of Customer Relationship Management bei dem Berliner Online-Versandhändler Zalando tätig.

5. **Bianca-Maria Brandt** (32) wird ab 1. November neue Leiterin Interne Kommunikation der Axel Springer AG in Berlin. Sie wird Nachfolgerin von **Tatjana Dreyer**, die sich außerhalb des Unternehmens beruflich neu orientiert hat. Brandt ist seit Juli 2011 bei Axel Springer und war als Pressesprecherin vor allem für die „Welt“-Gruppe sowie für digitale und internationale Beteiligungen zuständig. Zuvor war sie bei der Brunswick Group als Kommunikationsberaterin tätig. Brandt berichtet an **Edda Fels** (54) Leiterin Unternehmenskommunikation.

Personalien compact - Sonstige (6) (44. KW-2013)

1. **Beate Koch** ist als Nachfolgerin von **Franz Miller** seit dem 1. November neue Kommunikationsleiterin bei der Zentrale der Fraunhofer Gesellschaft in München. Vorgänger Miller, der über 25 Jahren im Dienst der Wissenschaftskommunikation bei Fraunhofer stand, geht in Altersteilzeit. Koch ist seit August 1996 bei der Gesellschaft und seither in unterschiedlichen Funktionen dort tätig. Sie begann als Redakteurin für Print und internationale Pressearbeit. Seither baute sie die Bereiche Audio- und Videokommunikation auf und übernahm eine aktive Rolle bei den Social Media Aktivitäten. Seit knapp fünf Jahren ist sie stellvertretende Abteilungsleiterin.
2. **Stephanie Beer** (39) ist seit dem 1. November Pressesprecherin bei der Vereinigung der Unternehmensverbände in Berlin und Brandenburg (UVB). Bereits seit Juni dieses Jahres war sie im Verband als Pressereferentin tätig. Jetzt trat sie die Nachfolge von **Frank Hufnagel** an, der die Verbände auf eigenen Wunsch verlässt. Beer berichtet an **Jens Werthwein**, der die neu zugeschnittene Abteilung Wirtschaftspolitik und Kommunikation ebenfalls seit dem 1. November leitet.
3. **Kirsten Schröter** (40) ist seit dem 1. Oktober Pressesprecherin des Deutschen Hausärzterverbandes. Die Pressestelle ist beim Büro des Bundesvorsitzenden in Berlin angesiedelt. Schröter war dort bereits seit Beginn des Jahres als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beschäftigt. Zuvor arbeitete sie von 2008 an als Freiberuflerin für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.
4. **Rebecca Omoregie** ist Leiterin des neu geschaffenen Bereichs Marketing und Kommunikation beim schweizerischen Verband der Wohnbaugenossenschaften in Zürich. Bisher war sie Redakteurin der Verbandszeitschrift. In Personalunion übernimmt die Sprach- und Publizistikwissenschaftlerin auch den Posten der Vizepräsidentin des Verbandes. Zum Direktor wurde **Urs Hauser** gewählt, der den Verband seit Anfang Jahres bereits als kommissarisch geleitet hat.
5. **Peter Josi** (49) wird ab März 2014 neuer Leiter der Medien- und Kommunikationsarbeit des schweizerischen Bundesgerichts in Lausanne, dem obersten Gericht der Eidgenossen. Der-



- zeit ist die Stelle des Medienbeauftragten am Bundesgericht vakant. Josi war während der letzten 14 Jahre als Bundesgerichtskorrespondent der Nachrichtenagentur sda tätig.
6. **Tatjana Duffek** ist ab sofort neue Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit der Wiener Verlagsgruppe News. Bereits seit 2011 leitete sie die Abteilung Corporate Publishing und Media Solutions. Der Verlagsgruppe News gehört sie seit 2003 an, zunächst war sie Redakteurin für die Zeitschrift „Woman“, später dann in der Politikredaktion von „News“. Ihre berufliche Laufbahn begann sie beim ORF im Bereich Öffentlichkeitsarbeit, danach sammelte sie Erfahrung in der politischen Kommunikationsarbeit.

Personalien compact - Agenturen (4) (44. KW-2013)

1. **Frank Bözle** und **Helge Thomas** sind seit dem 1. November neue Mitglieder der Geschäftsleitung der Heidelberger Agentur pro event live communication GmbH. Bözle soll die Bereiche Strategy, Consulting und Human Resources übernehmen. Thomas wurde als Creative Director in die Geschäftsleitung berufen. Operativer Geschäftsführer bleibt **Jörn Huber**, der sich nun verstärkt der Weiterentwicklung der Agentur annehmen möchte.
2. **Mathis Engelmann** (48) wird als neuer Geschäftsleiter Frankfurt den Aufbau des Büros der CB.e Clausecker / Bingel AG in der Rhein-Main-Region übernehmen. Engelmann, der seit Oktober für die Agentur tätig ist, kommt von der Frankfurter Maleki Group, einem führenden Veranstalter von Finanz- und Wirtschaftskonferenzen, wo er Mitglied der Ge-

schäftsleitung war. Zuvor war er in verschiedenen Funktionen in der Unternehmenskommunikation sowie im Marketing der Deutschen Bank tätig.

3. **Axel Hoffmann** (46) arbeitet seit dem 1. Oktober als Kommunikationsoptimierer, Konzeptioner und Berater bei der Kommunikationsberatung pr://ip – Primus Inter Pares mit Sitz in Münster. Zuvor war er als Zeitungsredakteur, Lektor und Strategie in der Unternehmenskommunikation tätig. In den letzten Jahren war er Texter und Konzeptioner, Text- und Kreativchef namhafter Kommunikationsagenturen und unter anderem bei Wunderman, BBDO Interone und dialog.e (Bertelsmann) beschäftigt.
4. **Oliver Rosenthal** (45), bis 31. Oktober Managing Director von OgilvyOne, wird Teil der Community der Spezialisten von A&B One. Rosenthal übernimmt ab dem 1. November federführend die Entwicklung des Schwerpunktbereichs Konsumermarken, digitale Markenkommunikation und Customer Lifecycle Management. Dazu wird er sowohl in Berlin als auch in Frankfurt am Main arbeiten. Rosenthal ist Mitglied des Forums Digitale Kommunikation beim GWA und des Marketing Clubs Frankfurt.

Etats

Samsung beauftragt Faktor 3 auch mit Produktkommunikation

Die Hamburger Agentur Faktor 3 übernimmt ab dem 1. November die deutsche Produktkommunikation der Samsung Electronics GmbH im Bereich TV, Audio und Video. Zuvor wurde der Etat von der Wiesbadener Agentur Fink & Fuchs Public Relations betreut. Die Ansprechpartner für bei Faktor 3 sind Felix Altmann und Martin Moschek. Die Agentur Faktor 3 ist bereits Ansprechpartner für Corporate Communication und Brand PR sowie die Produktkommunikation für Telecommunications/MP3 und Digital Imaging. Samsung Electronics Co., Ltd. mit der deutschen Niederlassung in Schwalbach im Taunus beschäftigt weltweit 270.000 Men

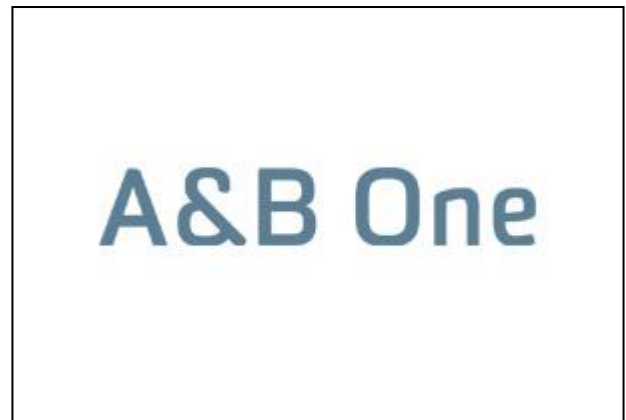


schen in 79 Ländern bei einem Jahresumsatz von über 187,8 Milliarden US-Dollar.

Etats compact (14) (44. KW-2013)

1. Kopfhörerhersteller Audio-Technica Niederlassung Deutschland, Mainz-Kastel
was: PR-Beratung und Umsetzung für Consumer Division
an: **Fink & Fuchs Public Relations**, Wiesbaden
2. Verband der Bahnindustrie in Deutschland (VDB)
was: Image- und Nachwuchskräftekampagne unter dem Motto „Besser Karriere machen“
an: **Agentur Blumberry**, Berlin
3. Stuttgarter Straßenbahnen AG
was: Employer-Branding per Film- und Online-Kommunikation
an: **fischerAppelt**, Stuttgart
4. a) Maestrani Schweizer Schokoladen AG, Flawil (Scheiz)
was: Presse- und Medienarbeit für CSR-Engagement
b) Starlight Events GmbH, Kilchberg (Schweiz)
was: Kommunikation für Berner Ton- und Lichtspektakel „Rendez-vous Bundesplatz“
c) SBB RailAway, Luzern
was: Interne Kommunikation
d) Seiden-Accessoires Seidenmann, Zürich
was: Medienarbeit
an: **PRfact AG**, Zürich
5. IT-Dienstleister Didas Business Services GmbH, Langenfeld
was: Medien- und Pressearbeit
an: **Wordfinder LTD. & CO. KG**, Schenefeld

6. Vaillant Deutschland GmbH & Co. KG, Remscheid
was: Internationale Kommunikationskampagne BtC und BtB 2014
an: **Serviceplan Corporate Reputation**, München
7. Landesministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft in Baden-Württemberg, Stuttgart
was: Informationskampagne zur Steigerung der Energieeffizienz
an: **SuP Gesellschaft für Marketingkommunikation mbH**, Stuttgart
8. Jeans-Label Blue Monkey, Kaiserslautern
was: Nationale Pressearbeit und Facebook-Auftritt
an: **Convensis Group**, Stuttgart
9. a) Tourismusverband Alta Badia, Corvara (Italien)
b) Tourismusregion Sölden (Österreich)
was: Presse- und Medienarbeit in der Schweiz
an: **PPR Media Relations AG**, Zürich
10. Auskunftei Schufa Holding AG, Wiesbaden
was: Interne und externe Kommunikation
an: **Kommunikationsberatung Klenk & Hoursch AG**, Frankfurt am Main



Professionalität und durch seine Person für Kontinuität und Qualität in der Beratung. Die Agentur berät Kunden in der gesamten Bandbreite der Öffentlichkeitsarbeit mit einem Fokus auf komplexen Themen und erklärungsbedürftigen Produkten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA: Mitglieder gewinnen Hälfte der Auszeichnungen beim deutschen PR-Preis

Die Hälfte der am 25. Oktober in Wiesbaden an Agenturen vergebenen PR-Preise 2013 der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) und des F.A.Z.-Instituts gingen an Mitgliedsagenturen der Gesellschaft PR-Agenturen Deutschlands (GPRA). Die GPRA-Agenturen konnten 50 Prozent der Preise für sich gewinnen, die an deutsche PR-Agenturen vergeben wurden – darunter FischerAppelt für die Transparo AG und zweimal für die Coca-Cola GmbH, MSL Group für die Siemens AG und Ketchum Pleon für den Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland. Uwe A. Kohrs, Präsident der GPRA, ordnet das folgendermaßen ein: „Die GPRA steht für einen hohen Qualitätsstandard ihrer Mitgliedsagenturen. Bei einem solchen Wettbewerb, bei dem es um erfolgreiche Konzepte, strategische PR-Beratung und perfekte Umsetzung geht, ist es erfreulich, dass die Jury dies bestätigt und unsere Mitglieder vorne liegen. Wir sind stolz auf unsere Verbandskollegen.“

Agenturen

Raike firmiert mit neuem Partner um



Aus der Hamburger Kommunikationsagentur Raike Kommunikation GmbH ist seit dem 1. November die RaikeSchwertner GmbH

Agentur für Kommunikationsberatung geworden. Alexander Schwertner (35) (Foto rechts) wird als geschäftsführender Gesellschafter neuer Partner an der Seite von Agenturgründer Wolfgang Raike (58). Schwertner kommt von der Hamburg Port Authority AöR. Er verantwortete dort in den letzten dreieinhalb Jahren als Pressesprecher die externe Kommunikation. Zuvor hat er sechs Jahre lang mit seinem heutigen Partner, der Raike Kommunikation GmbH, gearbeitet. Raike steht seit 30 Jahren für

Eurocom Worldwide hat neuen Partner in Paris

Das internationale PR-Netzwerk Eurocom Worldwide hat mit HL.COM eine neue Partneragentur in Frankreich. Das 1989 gegründete Unternehmen aus Paris gehört zu den TOP 10 der französischen PR-Agenturen mit Schwerpunkt auf Technologie, Dienstleistungen und IT-Konsumgüter. Eurocom Worldwide bildet einen Zusammenschluss von unabhängigen, inhabergeführten Kommunikationsagenturen mit Fokus auf B2B-Unternehmen und den Technologiesektor. Somit bietet das Netzwerk eine Kombination aus globaler Reichweite und lokaler Expertise in weltweit 61 Märkten und auf allen Kontinenten. In Deutschland, Österreich und der Schweiz wird Eurocom Worldwide exklusiv von der Münchner PR-Agentur Schwartz Public Relations vertreten.

Agenturen compact (1) (44. KW-2013)

1. **Die Worldcom Public Relations Group** (Worldcom), das weltweite Netzwerk inhabergeführter PR-Agenturen mit 128 Büros und über 1.900 Mitarbeitern in 102 Ländern, **verstärkt die EMEA Regional Division** mit drei neuen Agenturen. Sie wurden im Rahmen des Worldcom EMEA Regional Meetings im September in Barcelona offiziell aufgenommen. In Rumänien ist es die 2005 gegründete Agentur Media Pozitiv aus Bukarest, in Österreich die seit 2003 existierende Match Group, Wien, und in Spanien die Commarca Comunicaci3n mit Sitz auf den Kanarischen Inseln. Die Worldcom PR Group verfügt nun über 34 Partner in EMEA.



Branche

komm.passion-Dossier Nr. 11: Wirksame Kommunikation auf dem „Tablet“ serviert



Bernd K., Außendienst-Mitarbeiter eines großen Pharmaunternehmens, betritt gerade die Praxis, in der rechten Hand einen Musterkoffer, in der linken

Hand ein iPad. Er kündigt seinen Besuch bei der Medizinischen Fachangestellten am Empfang der Praxis an. „Ich kann Ihnen gleich sagen, dass der Doktor heute nicht viel Zeit hat, denn wir haben Grippe-Saison und die Praxis ist voll“. Eine typische Situation für Bernd K., in der es jetzt wichtig ist, das Gespräch zu optimieren und die Inhalte auf den Punkt zu bringen.

Die „gute alte Zeit“ des Verkaufens muss sich heute einem Paradigmenwechsel unterziehen. Das Anforderungsprofil von Bernd K. und seinen Kollegen ändert sich: Sie werden zu vernetzten Projektmanagern, die beraten statt überreden. Das iPad kann eine wertvolle Unterstützung darstellen – wenn man es richtig einsetzt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Leipziger Public Relations Studenten e.V. startet ins Wintersemester

Am 29. Oktober haben die Mitglieder des LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V. im Rahmen ihrer ordentlichen Mitgliederversammlung zwei von fünf Vorstandsposten neu besetzt. Christina Krause, Bachelorstudentin der Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig, obliegen ab sofort die Finanzen des PR-Vereins. Als weiteres Vorstandsmitglied und Leiterin des Mitglieder-Ressorts wurde Pia Stockmann, Studentin des Masters Communication Management, gewählt. Die beiden neuen Vorstandsmitglieder ergänzen fortan das Team um Elvira Engel (Vorsitzende), Isabel Reinhardt (Stellv. Vorsitzende) und Annemarie Salewski (Leiterin Veranstaltungen). Franz Lademann (bisher Finanzvorstand) und Anastasia Domanewskaja (bisher Leiterin Mitglieder-Management) müssen ihre Vorstandsarbeit aus persönlichen Gründen leider mit sofortiger Wirkung niederlegen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BdP verschärft Umgang mit Kommunikationskodex

Der Bundesverband der Pressesprecher (BdP) macht ernst. Wie bei der Mitgliederversammlung Ende September entschieden und jetzt im Magazin „pressesprecher“ noch einmal bekräftigt, verschärft der BdP seine Regeln zur Durchsetzung des Kommunikationskodex. Eine Änderung der Satzung ermöglicht es, nun auch unabhängig vom Beschluss des Deutschen Rats für Public Relations (DRPR) Sanktionen zu ergreifen. Der Deutsche Kommunikationskodex wurde vom Deutschen Rat für Public Relations (DRPR) entwickelt, öffentlich diskutiert und von den DRPR-Trägerverbänden Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP), Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e. V.



(DeGePol) und Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) verabschiedet. Er ist am 29. November 2012 in Kraft getreten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

IVW: PR-Fachmedien im 3. Quartal 2013 nur mit geringfügigen Anpassungen

Die Verkaufs- und Abonentenzahlen sind bei den gedruckten PR-Fachmedien im dritten Quartal 2013 im Vergleich zum vorherigen nahezu unverändert geblieben. Während das „prmagazin“ 21 neue Abonennten hinzu gewann, verlor der „PR-Report“ 28. Die verkaufte Auflage stieg beim „prmagazin“ um knapp 1,2 Prozent, beim „PR Report“ sank sie um 2,84 Prozent. Die Druckauflage steigerte der Verlag Rommerskirchen für das „prmagazin“ um 6,55 Prozent auf 5.062 Exemplare, beim „PR Report“ blieb sie mit 4.000 Stück konstant. Ermittelt hat die Zahlen die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.

(IVW), in Berlin. Die einzelnen Veränderungen sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TV-Quoten im Oktober: RTL legt zu

Das Gesamtpublikum der Fernsehzuschauer schenkt dem ZDF die größte Aufmerksamkeit. Wie „meedia.de“ berichtet, bleibt das ZDF der Marktführer und zum zehnten Mal in den vergangenen elf Monaten an der Spitze des monatlichen Rankings im Oktober. Mit 12,7 Prozent bestätigten die Mainzer ihren September-Marktanteil, sie lagen nur 0,1 Prozent unter dem Vormonatswert. Der einzige Sender unter den Top 5, der sich nennenswert verbessern konnte war RTL, das einen ganzen Marktanteilspunkt draufpackte und damit zur ARD aufschloss. Beide hatten im Oktober jeweils einen Marktanteil von 11,7 Prozent. Diese Marke ist für RTL der beste Wert seit April. Im Vorjahr jedoch waren es im Oktober noch 12,3 Prozent für RTL. SAT.1 belegte erneut den vierten Platz und ProSieben unverändert den 5. Rang in der Gunst des Gesamtpublikums.

Die TV-Marktanteile für Oktober 2013 beim Gesamtpublikum - ab drei Jahren. 1. ZDF (12,7 %) 2. Das Erste (11,7), 3. RTL (11,7) 4. Sat.1 (8,4), 5. ProSieben (6,0). (Quelle: „meedia.de“)

Medienhaus Deutschland mit Verstärkung



Die Medienhaus Deutschland GmbH & Co. KG in Düsseldorf rüstet weiter auf. Seit Beginn des Jahres haben sich acht regionale Tageszeitungsverlage und Vermarkter unter diesem Namen zusammengeschlossen, um sich besser als bisher einzeln vermarkten zu können. Aufgabe der neuen Gesellschaft ist es nach eigenen Angaben, ein nationales Werbemedium zu schaffen – mit bundes-



weiter Abdeckung und einer Konzentration auf kaufkräftige Menschen. „TZ Premium Select“, so der Produktname, setzt sich in seiner Medialeistung aus mehr als 40 regionalen Tageszeitungen zusammen. Vorsitzender der Geschäftsführung des Medienhaus Deutschland ist Matthias Schönwandt. Jetzt ist mit Tamara Kanz (33) (Foto) Verstärkung an Bord gekommen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (3) (44. KW-2013)

1. **Ralf Drescher** ist neuer Chefredakteur des deutschsprachigen Nachrichten- und Online-Angebots von Dow Jones Deutschland, Frankfurt am Main. Drescher verantwortet die deutschsprachige Online-Ausgabe des „Wall-Street-Journals“, „WSJ.de“, und die Nachrichtenagentur Dow Jones Newswires Deutschland. Er soll die Integration der News-Teams von „WSJ.de“ und Dow Jones in Deutschland vorantreiben. Drescher hat mehr als zehn Jahre Erfahrung im deutschen Wirtschafts- und Online-Journalismus. Seit März 2012 arbeitet er als Redaktionsleiter von „WSJ.de“.
2. „Bild“ ordnet Politik- und Wirtschaftsressort neu: **Ralf Schuler** (48) übernimmt gemeinsam mit **Stephan Haselberger** (46) die Leitung des „Bild“-Parlamentsbüros in Berlin und damit die Nachfolge von **Nikolaus Blome**, der zum „Spiegel“ gewechselt ist. Während Haselberger bereits seit März 2012 in dieser Funktion ist, war Schuler bislang Chefkorrespondent. Außerdem übernimmt **Jan Wolf Schäfer** (40), seit März 2013 Ressortleiter Wirtschaft, zusätzlich zu dieser Aufgabe die Ressortleitung

für Politik. Online-Ressortleiter für Politik und Wirtschaft ist wie bisher **Dietrich Menkens** (50).

3. **Vivian Schiller**, Chief Digital Officer bei NBC News in New York, wird laut dem Mediendienst „new business“ ab Januar 2014 die neu geschaffene Position eines „Head of News“ bei Twitter, Hauptsitz in San Francisco, antreten. Sie wird bei dem Kurznachrichtendienst für den Ausbau von Partnerschaften mit Medienunternehmen zuständig sein, die News-Content direkt auf Twitter bringen sollen. Schiller ist seit zwölf Jahren in verschiedenen Medienunternehmen tätig.

Social Media

PR in Wikipedia - kostenloser Leitfaden



Die deutsche Wikipedia hat Ende Oktober abgestimmt. Unternehmen und bezahlte Schreiber sind in der Online-Enzyklopädie nach gewissen Regeln willkommen. Aus diesem Anlass erscheint heute ein Leitfaden, der Schritt für Schritt erklärt, wie Öffentlichkeits-

arbeiter nun in Wikipedia agieren können. Autoren sind Anja Floetenmeyer, Aufgesang Public Relations GmbH, Hannover, und Markus Franz, Sucomo OHG – beides Spezialisten für Online-Relations. Der Leitfaden steht auf der [Aufgesang-Website kostenlos gegen „pay with a share“ zur Verfügung](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR Unternehmensverantwortung

CSR-Buch: Responsible Communication

Verantwortungsvolles Wirtschaften und Business Ethik werden mehr denn je zur Herausforderung für



Unternehmen und Organisationen aller Größenordnungen. Aber: Welche neuen Herausforderungen in der Kommunikation stellen sich für Unternehmen, die Nachhaltigkeit und Verantwortung in ihrem Wertekatalog verankert haben?

Gabriele Faber-Wiener, Mitbegründerin des „Center for Responsible Management“, analysiert in ihrem Buch „Responsible Communication – Wie Sie von PR und CSR-Kommunikation zu echtem Verantwortungsmanagement kommen“ die neuen Kommunikationsansätze, die in Zeiten von Finanzkrise, wachsender globaler Vernetzung, Wertewandel und kritisch hinterfragenden Konsumenten für den glaubwürdigen Diskurs mit der Öffentlichkeit vonnöten sind. „Wenn verantwortungsvolles Wirtschaften und Transparenz an Bedeutung gewinnen, greifen viele der herkömmlichen, gelernten Rezepte der Kommunikation ganz einfach nicht mehr“, so die Expertin. „Verantwortungsvolles Management braucht daher eine neue Kommunikationskultur – die auf fundiert im Unternehmen verankerten Werten beruht, ausgewogen und selbstkritisch ausgerichtet ist und ihren Fokus auf den offenen Diskurs mit allen wichtigen Dialoggruppen legt.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Nachhaltigkeitsberichte mit Econ Awards ausgezeichnet

„Der Econ Award geht an...“ so hieß es am 25. Oktober vielfach im Humboldt Carré in Berlin-Mitte. Zur siebten Verleihung der Auszeichnungen für herausragende Unternehmenskommunikation hatten sich gut 200 Gäste versammelt, die Preisträger und Nominierte ausgelassen feierten. Ausgezeichnet wurden auch die besten Nachhaltig-

keitsberichte. In der Kategorie "Special" konnten sich die Berliner Wasserbetriebe über eine Auszeichnung freuen. "Der Bericht erfüllt ein wichtiges Kriterium im besten Sinne: Er ist für Nachhaltigkeitsexperten geschrieben und darüber hinaus eine gute Leseempfehlung für die breite Öffentlichkeit. Das liegt an der kreativen Gestaltung, die sich schon in dem extrem ungewöhnlichen Format andeutet, aber auch an einer ganz hervorragenden inhaltlichen Aufbereitung. Beeindruckende Arbeitsbeispiele illustrieren die äußerst vielschichtigen Unternehmensaufgaben und bleiben dabei dicht am normalen (Wasser-)Alltag der Berliner.", so die Begründung der Jury.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

integrierten Kommunikationskonzept für die Stiftung Umweltenergierecht geht?

Franziska Brachvogel: Vielen Dank! Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung und der Preis hat natürlich bereits einen Ehrenplatz im Regal. Das Think Tank forscht als Kompetenzzentrum für mehr Recht für Erneuerbare Energien, um global eine ressourcenschonende und energieeffiziente Zukunft zu sichern. Unser Kommunikationskonzept für die Stiftung Umweltenergierecht soll dem Think Tank aus Würzburg helfen, seine Kommunikationsarbeit strategisch weiterzuentwickeln und zu professionalisieren. Bei dem Konzept haben wir auf eine Dialog- und Multiplikatoren-Strategie gesetzt, die dem Motto „Kommunikation schafft Transparenz – Transparenz schafft Vertrauen“ folgt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 104.

Franziska Brachvogel und Kristin Siegel: Der Blick über den universitären Tellerrand ist sehr wichtig

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



Interview mit Franziska Brachvogel (Foto li.) und Kristin Siegel (re.), Preisträgerinnen des Internationalen deutschen PR-Preises 2013. Für eine Konzeptarbeit für die Stiftung Umweltenergierecht wurden sie in der Kategorie „Junior Award“ ausgezeichnet.

Franziska Brachvogel und Kristin Siegel sind Studentinnen des Studiengangs Communication Management an der Universität Leipzig und engagieren sich im Leipziger Public Relations Studenten e.V.

PR-Journal: Herzlichen Glückwunsch zum Junior Award des Internationalen Deutschen PR-Preises. Können Sie uns kurz erklären worum es in Ihrem

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht. Sandige Delikatesse: Schwertmuscheln in Weinsauce



(nsb) Seit einigen Wochen sind wieder frische Muscheln zu erwerben. Etwas besonderes sind die in deutschen Landen selten zu bekommenen Schwert- oder Messermuscheln (*Ensis ensis*). Sie haben tatsächlich

Ähnlichkeit mit einem zusammengeklappten Taschenmesser, in Spanien heißen sie auch genau so, Navajas: Zwölf bis Fünfzehn Zentimeter lang, zwei bis zweieinhalb Zentimeter breit und braun glänzend, bergen die Schalen ein ausgesprochen schmackhaftes Fleisch. Verkauft werden sie lebend in der Regel in Netzsäckchen von 500 oder 1000 Gramm zu Preisen zwischen 30 und 50 Euro pro Kilo.

Sie könnten deutlich billiger sein, wenn die deutschen Bestände an der Nordseeküste ausgebeutet würden. Dort hat sich seit den späten 70er Jahren des 20. Jahrhunderts eine nah verwandte Art aus

Nordamerika (Ensis directus) niedergelassen – vermutlich als Larven eingeschleppt mit dem Bilchwasser von Schiffen. Tatsächlich kommt Ware aus den Niederlanden, Frankreich und Norwegen in den Handel. Wer die Delikatesse sieht und feststellt, dass sie lebendfrisch ist, sollte zugreifen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Bildung compact (1) (44. KW-2013)

1. PR-Basiswissen, Medienkenntnis und Kreativität sind einige von mehreren Programminhalten für den 2. Teil des Seminars BA2, **PR für Assistenz und Sekretariat**. Das **Intensivtraining** findet vom **25. bis 29. November in Oberursel** (Taunus) statt. Veranstalter ist die AFK Akademie Führung und Kommunikation. Das Seminar richtet sich an PR-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Kommunikationsabteilungen und -agenturen, die ihr Wissen und Können in der Assistenz vertiefen und eigenverantwortlich Projekte übernehmen wollen. Weitere Informationen auf der [AFK-Website](#).

Studien

Markenstudie: Konsumenten erwarten viel



Der Markenauftritt auf Facebook, ein Corporate Blog mit Kommentarfunktion oder Sponsoring von Konzerten: Marken und die Unternehmen dahinter tun heute einiges, um ihre Zielgruppen einzubinden. Aber tun sie genug? Und vor allem: Tun sie das Richtige? Die PR-Firma

Edelman mit dem deutschen Hauptsitz in Frankfurt am Main hat mit der Markenstudie brandshare 11.000 Menschen in acht Ländern – darunter 1.000 in Deutschland – befragt, was Konsumenten von Marken heute erwarten, wie sie eingebunden werden wollen und welchen Einfluss die Einbindung auf die Kaufbereitschaft hat. Das Ergebnis ist eindeutig: Fast alle Konsumenten in Deutschland (87 Prozent) wünschen sich, dass Marken ihnen mehr Möglichkeiten bieten, um an ihrer Markenwelt teilzuhaben. Aber nur sieben Prozent sind der Meinung, dass Marken darin heute bereits gut sind. Dabei zahlt sich die Einbeziehung von Konsumenten wirtschaftlich aus, wie die Untersuchung zeigt. Allerdings ist Einbeziehen nicht gleich Einbeziehen. Es geht um das Wie.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien compact (1) (44. KW-2013)

1. **Com-X-Studie 2013**: Was leistet die Unternehmenskommunikation? Die Studie der GfK Marktforschung im Auftrag der ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation zeigt: Kommunikationskontakte führen nachweislich zu höheren Zufriedenheits- und Glaubwürdigkeitswerten bei der Einschätzung der Kommunikation von Unternehmen und Organisationen. So liegt die **Glaubwürdigkeit der Unternehmenskommunikation** bei Personen, die sich an die Kommunikation von Unternehmen erinnern können, um zehn Prozent höher. Weitere Informationen direkt bei [ComMendo](#).

Termine

Cherrypicker startet Neugeschäfts-Initiative für Agenturen

Gemeinsam mit mehr als 20 Agenturen ruft der Hamburger Agentur-Dienstleister cherrypicker den New Business Circle – die erste Plattform für Neu-

geschäfts-Manager von Kommunikationsagenturen – ins Leben und lädt zeitgleich zur ersten New Business Conference am 29. November nach Hamburg ein. Der New Business Circle Germany (NBC) bietet Neugeschäftsverantwortlichen und Geschäftsführern von Agenturen ein Forum, sich zum Thema New Business auszutauschen. So soll der Dialog mit Kunden über die Anforderungen an Agenturen der Zukunft und die Diskussion über aktuelle Branchenthemen gefördert werden. Auch die Aus- und Fortbildung für das wachsende Berufsbild des New Business Managers steht auf der Agenda des NBC.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (3) (44. KW-2013)

1. Die **Landesgruppe Nord der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG)** lädt ein zum **Jahresausklang am 18. November**. Ab 19.00 Uhr geht es in der Hamburger Private Lounge, An der Alster 47, an diesem Tag darum, das Jahr Revue passieren zu lassen und gemeinsam Pläne für das neue Jahr zu schmieden. Der Vorsitzende der DPRG Norddeutschland Jürgen Braatz bittet um Anmeldung bis zum 14. November [per Mail](#).
2. Die **Initiative Kommunikation Heidelberg (IK)** veranstaltet am **29. November ab 15.00 Uhr** einen **Informationstag** zum Fernstudium PR plus. Zu Gast ist Carla Sievers, Absolventin des Fernstudiums PR plus und verantwortlich für PR und Marketing an der Technischen Universität Kaiserslautern. Sie wird mit einem Kurzvortrag Einblick in die Abläufe und Tätigkeiten der Öffentlichkeitsarbeit einer Technischen Universität geben. Daneben erhalten Studieninteressierte oder Personalentscheider einen umfassenden Überblick über das Fernstudium zum akademischen PR-Berater, das erstmals in modularisierter und damit für die Teilnehmer noch flexibleren Form im Januar 2014 startet. Weitere Informationen auf der [IK-Website](#). Anmeldungen werden per [E-Mail](#) erbeten.
3. Zu einer Diskussion zum Thema „**Kommunikation mit Ehrenamtlichen**“ lädt der **Arbeitskreis Verbandskommunikation der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG)** ein. Am **7. November um 18.30 Uhr**

startet der Abend in der Bundesgeschäftsstelle der DPRG (Reinhardtstraße 19, 10117 Berlin) mit zwei Impulsvorträgen von Bastian Roet, Vorstandsmitglied, DRK-Kreisverband Offenbach, und Martina Löw, Leiterin Freiwilligenreferat, BUND. Nähere Informationen und die Anmeldemöglichkeit finden sich auf dieser [Website](#).

Tipps

Tipps compact (1) (44. KW-2013)

1. Der **IT-Anbieter Cision Germany GmbH** aus Frankfurt am Main hat seine **PR-Software CisionPoint** überarbeitet und ein **neues Release** vorgelegt. Die neue Version erleichtert Unternehmen das direkte Teilen von Inhalten über ein breites Netzwerk von digitalen Kanälen sowie Social Influencer zu finden und anzusprechen. Zu den neuen Funktionen zählen unter anderem, dass eine große Anzahl von Tweets in Echtzeit durchsucht werden kann und eine geräteunabhängige Nutzung durch das responsive Webdesign erleichtert wurde. Weitere Informationen über CisionPoint direkt auf der [Unternehmenswebsite](#).

Literatur

Lukas Adda: Face to Face

Lukas Adda: "Face to Face. Handbuch Facebook-Marketing". Verlag: Galileo Press, Bonn. 2013. 504 Seiten. Preis: 29,90 Euro. ISBN-10: 3836222124.

Facebook-Marketing. Ein Phänomen, das PR-Berater zweifelsohne begleitet, bei dem sie jedoch eher ins Schwimmen geraten, als es beispielsweise bei Marketing-Kommunikation der Fall wäre. Ein Herzblut-Berater sieht Marketing sowieso eher als Randgebiet der Public Relations - also warum sich damit beschäftigen? Weil man es irgendwie doch

muss. Zumindest, um mitreden zu können. Um rummeckern zu können.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gabriele Borgmann: Business-Texte

Gabriele Borgmann: "Business-Texte: Von der E-Mail bis zum Geschäftsbericht. Das Handbuch für die Unternehmenskommunikation". Verlag: Linde, Wien. 2013. 220 Seiten. Preis: 19,90 Euro. ISBN-10: 3709304903.

Auf die Plätze. Fertig? Texten! Ob E-Mail oder Geschäftsbericht, Rede oder Presstext: Wer Business-Texte konzipiert, schreibt oder gar vorträgt, muss so vielen Fragezeichen Ausrufungszeichen entgegensetzen, muss so viele Lücken zu kleinen Häufchen aufbauen und aus Informationsträgheit einen enthusiastischen Schwall der Visualisierung formen, dass am Ende meist nur zwei Dinge bleiben: Ein leeres Blatt. Und ein voller Kopf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter November 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 Oktober 2013 wurden 7.209 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 21.350 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](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal verbessert Service für Jobbörse

Das „PR-Journal“ verbessert seinen Service für die Leser, Leserinnen und Nutzer aller Angebote "aus dem Hause Pfeffer". Aus diesem Grund werden nach den Inhalten der Website mit allen News von jetzt an auch sämtliche Stellenangebote und -gesuche im „responsive Websdesign“ angeboten. Das bedeutet, dass sämtliche Inhalte der „PR-Journal“-Jobbörse in der für die mobilen Endgeräte optimalen Weise dargestellt werden. Der Zugriff auf interessante Stellen ist damit auch unterwegs mit allen Geräten und Browsern problemlos möglich. Während bisher die Darstellung auf dem Handy oder Tablet-Computer nur in der klassischen Webansicht möglich war und deshalb zuweilen ein wenig Geduld der User erforderte, geht der mit HTML 5 programmierte übersichtliche neue Seitenaufbau im responsive Webdesign nun deutlich schneller.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Journal: 33.871 Besucher im Oktober 2013

Die IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin bilanzierte für das "PR-Journal" im Oktober 2013 insgesamt 33.871 Besucher. Knapp 55 Prozent der Besucher starten ihre PR-Journal-Durchsicht auf den Seiten der PRJ-Jobbörse. IVW errechnete insgesamt einen **Tagesdurchschnitt von 1.093 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,3 Seiten an - daraus errechnen sich 78.491 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im Oktober eine Besuchszeit je Visit von 02:33 Minuten festgestellt; 65,4 Prozent waren neue Besucher.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 10 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (36)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- [vom Hoff Kommunikation sucht Junior-Berater \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main](#)
- [vom Hoff Kommunikation sucht Junior-Berater \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [Consultant und Senior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main](#)
- [Teamleiter/-in für Public Relations, Berlin oder Leipzig](#)
- [PR-Berater/-in, Hamburg](#)
- [PR-Berater\(in\) für Fashion, Beauty & Lifestyle, Düsseldorf](#)
- [Junior PR-Berater für Mode- & Lifestylekunden, München](#)
- [Consultant \(m/w\), Frankfurt a.M.](#)
- [\(Senior\) PR-Consultant für Mode- und Lifestylekunden, Hamburg](#)
- [Berater für Marken-PR \(m/w\), Düsseldorf und Hamburg](#)
- [Account Manager Healthcare-PR \(m/w\), Hamburg](#)
- [PR Seniorberater/innen bei Cohn&Wolfe, Frankfurt a.M.](#)

- [Senior PR-Consultant \(m/w\) Telekommunikation, München](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\), Frankfurt](#)
- [Consultant / Senior Consultant \(m/w\) für Public Relations im Bereich Healthcare, Frankfurt oder München](#)
- [CLY Communication mit Sitz in Berlin sucht einen \(Senior\) PR Berater/in](#)
- [PR Junior-Berater \(m/w\) Food- und Konsumgüterbranche, Frankfurt](#)

Unternehmen

- [Presse- und Kommunikationsprofi \(m/w\), Berlin](#)
- [Kommunikationsassistent \(m/w\), Essen](#)
- [Referent \(w/m\) Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation, Neckarwestheim](#)

Verbände (Non-Profit)

- [Campaigner/in bei Campact, Verden](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 4. November 2013 um 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.276 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 (TDI), 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: Gerüche+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, Rahel Camps und Gunter Ortlieb (info[at]pr-journal.de).

Rubrik "PR-Websitecheck": Nina Krake, Hannover, (krake[at]prsh.de) (Teamleiterin); Julia-Maria Blesin; Carolina Bogus; Cirsten Ebeling; Frederike Kouker; Lan Anh Nguyen.

Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine": Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

Korrespondenten: Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (achelis[at]pr-journal.de); **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:** Thomas Beckmann, Frankfurt am Main, corporate text thomas beckmann (beckmann.thomas[at]pr-journal.de).

Rezensionen: Annett Helbig, Hamburg (helbig[at]mastermedia.de); 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).

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: 02241 2013060
Telefax: 02241 2013061
Mobilfon: 0160 94635777
E-Mail: redaktion[at]pr-journal.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>;
<http://www.pr-journal.de/newsletter/archiv.html> .



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 wurde 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-WebsiteCheck](#)
- PR-Datenbank [PR-Termine](#)