

## PR-Journal Newsletter

Nr. 425 / 18. KW 2014

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 425. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 54 Einzelmeldungen):

1. [Nachwuchsdebatte: Studentische PR-Initiativen positionieren sich gemeinsam und fordern Wertschätzung](#)
2. [Flexible Arbeitszeiten bei der Berliner Agentur wegework](#)
3. [Heck wird Partner bei DAA](#)
4. [Geschäftsführer Laurin Paschek verlässt die Zimpel Media-Daten GmbH](#)
5. [Personalien compact - Unternehmen \(5\) \(18. KW-2014\)](#)
6. [Personalien compact - Sonstige \(4\) \(18. KW-2014\)](#)
7. [Personalien compact - Agenturen \(9\) \(18. KW-2014\)](#)
8. [Apotheker starten Imagekampagne „Näher am Patienten“](#)
9. [Etats compact \(16\) \(18. KW-2014\)](#)
10. [Sabre-Awards vergeben: fischerAppelt Agentur des Jahres in der Region DACH](#)
11. [Grayling bleibt trotz Verlusten die Nr. 1 unter Österreichs PR-Agenturen](#)
12. [Agenturen compact \(5\) \(18. KW-2014\)](#)
13. [DPRG-Bayern verjüngt Vorstand und bereitet sich auf internationale PR-Tagung vor](#)
14. [Kommunikationsverband vergibt Awards für B-to-B-Kampagnen](#)
15. [Beim PR-Nachwuchswettbewerb in Cannes dabei: Anna Groos und Claudia Becker](#)
16. [Branche compact \(2\) \(18. KW-2014\)](#)
17. [Champions-League beschert ZDF klare Führung beim TV-Gesamtpublikum](#)
18. [Umfrage bei freien Journalisten: magere Einkommensbilanz](#)
19. [Medien compact \(3\) \(18. KW 2014\)](#)
20. [Johannes Winter, Condor: Über den Wolken in der Intranet-Cloud](#)
21. [Social Media-Nutzer sehen Unternehmenskommunikation kritisch](#)
22. [CSR-Strategie: EU bittet um Feedback](#)
23. [Die Medien und der ADAC: ein Appell für mehr Gelassenheit](#)

24. [Gericht: Grüne Lichtgestalten - Spargel mit Pinienkernbutter](#)
25. [Schlechte Eigen-PR von Agenturen](#)
26. [Bildung compact \(5\) \(18. KW-2014\)](#)
27. [Studie zur Mitarbeitermotivation: „Unternehmensbewohner“ lähmen die Wirtschaft](#)
28. [Content Marketing: Es geht um Qualität](#)
29. [Termine compact \(3\) \(18. KW-2014\)](#)
30. [Suchmaschinen-Optimierung: Die eigene Webseite durch einen gezielten Linkaufbau puschen](#)
31. [Tipps compact \(2\) \(18. KW-2014\)](#)
32. [Aha. Ja. Nein. Schon viel Schönes dabei.](#)
33. [Für Brancheneinsteiger und Heckenschneider: Was genau bringt eigentlich Werbung?](#)
34. [Stamm Medien-Newsletter Mai 2014](#)
35. [PR-Journal: 34.882 Besucher im April 2014 und 49 neue Jobangebote - 15,6 Prozent nutzen die Mobilversion](#)
36. [Hamburg-Korrespondent Weinberg twittert für das „PR-Journal“](#)
37. [Internes compact \(1\) \(18. KW-2014\)](#)
38. [Jobbörse](#)
39. [Impressum](#)

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site  
Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PRJ

### Seite 1

#### Nachwuchsdebatte: Studentische PR-Initiativen positionieren sich gemeinsam und fordern Wertschätzung

Die vier PR-Initiativen campus relations e.V. (Münster), kommoguntia e.V. (Mainz), LPRS e.V. (Leipzig) und PRSH e.V. (Hannover) kämpfen nun Seite an Seite für bessere Bedingungen beim Berufseinstieg. Im Kern fordern sie eine höhere Wertschätzung ein und wollen mit Agenturvertretern einen Anforderungskatalog an akademische Berufseinsteiger in die Kommunikationsbranche festlegen. Erstmals haben sich die vier Initiativen somit gemeinsam zur Nachwuchsdebatte positioniert. Mit einer geschlossenen Stellungnahme

fordern die studentischen Vereine die Berufspraktiker der Branche zu einem offenen Dialog mit Ausbildungsinstitutionen und Studierenden auf. „Einem Berufseinstieg in PR-Agenturen sind wir generell nicht abgeneigt. Potenzielle Arbeitgeber sind gut beraten, das Potenzial der Bewerber im Agenturalltag wertschöpfend einzusetzen und Praktikanten, Volontären und Trainees mit einer fachbezogenen Vorbildung eine adäquate Wertschätzung entgegenzubringen“, erklären die Führungsspitzen der PR-Initiativen.



Foto: Die Vorstände der PR-Initiativen campus relations, kommoguntia, LPRS, PRSH (v.l.n.r.).  
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Flexible Arbeitszeiten bei der Berliner Agentur wegework



Die Berliner Agentur wegework betreibt Mitarbeiterbindung auf ihre Art: Mit Beginn des Monats April 2014 führte die Kampagnenagentur Zeitwertkonten für ihre Mitarbeiter ein. Damit sollen die Gesamtarbeitszeit und Überstunden mittels Arbeitszeit- und Zeitwertkonten erfasst werden.

Die Erfassung von projektbezogenen Arbeitsstunden ist für die Agenturbranche nichts Neues. Bei wegework aber sollen die Beschäftigten nun geleistete Überstunden über Gleitzeit ausgleichen oder auf einem Zeitwertkonto gut schreiben lassen können. Die Zeitwertkonten, so heißt es in einer Mitteilung der Agentur, „sind insolvenzgeschützt und real in Euro geführt. Sie können zudem bei Zustimmung der Beschäftigtenvertreter den Ausgleich branchenüblicher Schwankungen in der



Auftragslage ermöglichen und erhöhen so die Arbeitsplatzsicherheit.“ (Foto: Geschäftsführer Juri Maier)  
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### Heck wird Partner bei Deekeling



Im Oktober des vergangenen Jahres, als sich abzeichnete, dass der langjährige Leiter der Konzernkommunikation bei der RWE AG in Essen, Volker Heck (Foto), zu neuen beruflichen Ufern aufbrechen würde, ließ er dem „PR-Journal“ gegenüber noch offen, wohin es geht. Jetzt hat es sich geklärt: Heck wechselt auf die Agenturseite und wird Partner bei der Kommunikationsberatung Deekeling Arndt Advisors (DAA) in Düsseldorf. Heck, der die Unternehmenskommunikation von RWE während der vergangenen sieben Jahre leitete, ließ sich in dieser Zeit von DAA beraten. Nun wechselt er die Seiten und soll in den Branchen Energie und Umwelt DAA-Kunden betreuen und in den Aufgabenbereichen Corporate Communications, Public Affairs und Strategie beraten. Mit Heck bekommt die Partner-Riege bei DAA weiteren Zuwachs. Erst Anfang April wurde bekannt,

dass der langjährige Berater Michael Fuchs neuer Partner bei DAA geworden ist. Heck, der Zeit seines Berufslebens bei RWE war, soll im Laufe des Jahres Anteilseigner bei DAA werden. Sein Nachfolger bei RWE wurde Peter Heinacher.

## Geschäftsführer Laurin Paschek verlässt die Zimpel Media-Daten



Der Geschäftsführer der Zimpel Media-Daten GmbH, Laurin Paschek (Foto, 42), verlässt das Unternehmen Ende Oktober, um sich einer neuen beruflichen Herausforderung zu stellen. Wohin ihn der berufliche Weg führt, ist noch nicht bekannt. Die Trennung erfolgt nach Pascheks Angaben im besten gegenseitigen Einvernehmen. Im März 2013 hatte die dpa-Tochter news aktuell sämtliche Anteile an der Zimpel Media-Daten GmbH, Frankfurt am Main, vom Verlagskonzern Springer Science+Business Media übernommen. Einen Zusammenhang zwischen seinem Abschied und dem Einstieg von Edith Stier-Thompson als neuer Geschäftsführerin der news aktuell GmbH neben Frank Stadthoewer, wollte Paschek gegenüber dem „PR-Journal“ nicht bestätigen. Gleichwohl liegt die Vermutung nahe, dass die Zusammenarbeit von insgesamt drei Geschäftsführern sicher an der einen oder anderen Stelle zu Reibungsverlusten hätte führen können.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien compact - Unternehmen (5) (18. KW-2014)

1. **Karolin Hewelt** (29) wird zum 1. Juni Senior Communications Manager bei der Berliner Rocket Internet GmbH, einem Unternehmen, das an zahlreichen Internet-Startup-Firmen beteiligt ist. Sie verstärkt das Team von **Andreas Winiarski**, Global Head of Public Relations, und verantwortet die strategische und operative Kommunikation verschiedener nationaler wie internationaler Ventures. He-



welt kommt von Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation, wo sie zuletzt als Juniorberaterin und Projektleiterin tätig war. Erst im April wurde sie bei den „PR Report“-Awards als Young Professional des Jahres ausgezeichnet.

2. **Claas Belling** (33) ist als Nachfolger von **Chritoph Müller** neuer Leiter der externen Kommunikation bei Airbus Helicopters Deutschland, Donauwörth. Vorgänger Müller hat innerhalb des Unternehmens eine neue Position übernommen. Belling ist zuständig für die Pressearbeit der Airbus Helicopters Gruppe im deutschsprachigen Raum sowie in einigen internationalen Exportmärkten. Er berichtet an **Stéphane Chéry**, Head of External Communications bei der Airbus Helicopters Gruppe. Vor seinem Wechsel war Belling seit 2008 bei der Airbus Defence and Space als Media Relations Manager tätig.
3. **Diana Heinrichs** (29) arbeitet seit dem 1. April als PR Managerin für vernetztes Arbeiten bei Microsoft Deutschland, Unterschleißheim. In dieser Funktion ist sie für die Kommunikation zu Microsoft Office, Lync und Yammer verantwortlich. Sie berichtet an **Ines Gensinger**, die die Bereiche Business & Consumer Communication und Analyst Relation leitet. Heinrichs ist bereits seit 2010 bei Microsoft Deutschland tätig, zunächst als PR-Volontärin, seit 2012 dann als Managerin Wettbewerbsstrategie & Social Enterprise.
4. **Christoph Hermes** (47) ist seit dem 1. Mai als Nachfolger von **Peter Döring** neuer Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher bei „Der Kreis“ in Leonberg, einer europäischen Verbundgruppe für mittelständische Küchenspezialisten. Er ist dort für die

interne und externe Kommunikation zuständig und berichtet an den geschäftsführenden Gesellschafter **Ernst-Martin Schaible**. Zuletzt war Hermes seit 2010 Leiter der Unternehmenskommunikation an der Stuttgarter Börse. Von 2008 bis 2010 war er Pressesprecher und Kommunikationsleiter für die CDU-Fraktion im Landtag Baden-Württemberg.

5. **Nina Meyer** (39) wird ab dem 1. Juni neue PR- und Marketingleiterin beim Reise-Direktanbieter Berge & Meer in Rengsdorf. Meyer kommt vom Last Minute-Experten L'TUR, wo sie seit fünfzehn Jahren tätig ist. Zuvor arbeitete sie zwölf Jahre als Journalistin im Axel Springer-Verlag, unter anderem auch als Ressortleiterin für die „Bild“-Zeitung. Im Rahmen ihrer Tätigkeit für Berge & Meer wird Meyer auch für die Tochterunternehmen Fox-Tours und Oft Reisen sprechen und direkt an die Geschäftsführer **Thomas Klein**, **Tim Dunker** und **Marcel Mayer** berichten.

#### Personalien compact - Sonstige (4) (18. KW-2014)

1. **Christoph Hammerschmidt**, zuletzt Marketingverantwortlicher beim Hessischen Rundfunk (hr) in Frankfurt am Main, ist seit dem 1. Mai neuer Kommunikationschef des Senders. Vorgänger **Tobias Häuser** arbeitet künftig als Fernsehkorrespondent in Wiesbaden. Hammerschmidt ist verantwortlich für die Bereiche Marketing, Presse, Event-Management, interne Kommunikation sowie den Hörer-Zuschauerservice. In Personalunion ist er zudem Geschäftsführer von hr media. Nachfolgerin als Marketingleiterin wird **Anneka Kolster**, die bisher beim Sender hr4 für Marketing und strategische Projekte zuständig war. Die Programmressortarbeit übernimmt **Brigitte Schulz**.
2. **Jürgen Frech** leitet seit dem 15. April die Unternehmenskommunikation beim Katholischen Klinikum in Bochum. Frech kam vom Immobilienkonzern Annington, wo er ebenfalls Kommunikationsleiter war. Zuvor war er von 2006 bis 2012 Leiter der Konzernpresse bei RWE. Seine Position im Klinikum Bochum wurde neu geschaffen. Er berichtet dort direkt an die Geschäftsführung.
3. **Susan E. Knoll**, seit 2004 beim Verband der forschenden Pharma-Unternehmen (vfa) in



Berlin als Geschäftsführerin verantwortlich für die gesamte Kommunikationsarbeit, verlässt den Verband zum 30. April. Nach Informationen des [Internetportals der „Deutschen Apotheker Zeitung“](#) erfolge die Trennung auf eigenen Wunsch und aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die künftige kommunikative Ausrichtung des Verbandes. Knoll wolle sich neuen Aufgabenstellungen im Kommunikationsbusiness zuwenden, hieß es.

4. **Philipp Sälhoff** (27) ist neuer Leiter der am 12. April ins Leben gerufenen Online-Mobilisierungskampagne zur Europawahl „iChange Europe“, deren Geschäftsstelle in Berlin sitzt. Initiiert wurde die überparteiliche Kampagne von „Das Progressive Zentrum“ und der Schwarzkopf Stiftung Junges Europa, gefördert wird sie von der Stiftung Mercator. Vor seinem Wechsel war Sälhoff Berater für PR & Digitale Kommunikation in der Kommunikationsberatung IFOK.

#### Personalien compact - Agenturen (9) (18. KW-2014)

1. **Martin Sieler** (34) übernahm am 1. Mai die neu geschaffene Stelle Leiter Strategie und Konzeption bei consense communications. Damit baut die Münchner Agentur für PR und Marketingkommunikation ihre Beratungskompetenz im Bereich Strategie weiter aus. Der Kommunikationsprofi, der bereits seit dem Jahr 2006 bei consense ist, verantwortet vor allem die Strategieentwicklung und -überprüfung für Kunden aus dem Mittelstand.

2. **Sophie Bourgin** (29), bereits seit 2010 in der Agenturgruppe Scholz & Friends, Berlin, tätig, wird als Group Marketing Director ab sofort die Felder New Business und Public Relations bearbeiten. Damit ist gleichzeitig für das agentureigene Marketing Information Center zuständig. Sie berichtet direkt an CEO **Frank-Michael Schmidt**, der mit dieser Personalie eine stärkere und aktivere Außendarstellung der Gruppe forcieren möchte.
3. **Christian Schober** und **David Bonina** haben in Basel die Kommunikationsagentur Schober Bonina AG gegründet. Sie geht hervor aus den bisher eigenständigen Kommunikationsdienstleistern desktalk und DBO und zählt zu Beginn neun Mitarbeiter. Desktalk war die Agentur Schobers, DBO die von Bonina. Vorhandene Kunden wie Triumph, Coop, Roche oder Basel-Tourismus werden nun gemeinsam betreut.
4. **Thomas Brodowski**, 51, startete zum 1. Mai als Chief Information Officer (CIO) der defacto.x, Erlangen. In dieser Position verantwortet er für eine der größten deutschen inhabergeführten Dialogmarketing-Agenturen die IT-Entwicklung, den IT-Betrieb und das IT-Projektmanagement. Die Position des CIO wurde neu geschaffen, um die Entwicklung neuer Digitalisierungsstrategien und -technologien voranzutreiben.
5. **Christine Bähren** (49) ergänzt ab sofort als Senior-Beraterin das Team von BSKOM. Die PR-Agentur mit Sitz in München unterstützt Healthcare-Unternehmen und Kliniken in der Kommunikation mit ihren Zielgruppen. Vor ihrem Wechsel zu BSKOM war Christine Bähren als Senior-Beraterin bei Medizin & Markt tätig und verantwortete dort den Bereich Publikumskommunikation. Sie verfügt über 14 Jahre Erfahrung im Bereich Healthcare-Kommunikation.
6. **Sascha Zolnai** (43) verstärkt ab sofort das Design-Team der inhabergeführten Markenagentur KMS Team in München. In seiner Position als Design Director ist er für den Kompetenzbereich KMS Branding tätig. Somit verantwortet er das Corporate Design für bestehende und neue Kunden und arbeitet übergreifend mit den vier anderen Kompetenzbereichen der Agentur Strategy, Communication, Interactive und Coaching zusammen. Zuvor war Zolnai sechs Jahre bei der Peter Schmidt Group beschäftigt, zuletzt leitete er



- als Executive Creative Director das Münchner Corporate-Design-Team.
7. **Bianca Eichner** leitet seit Anfang April die Healthcare-Abteilung Deutschland der internationalen Kommunikationsagentur Waggener Edstrom Communications in München. Eichner, die über mehr als 16 Jahre Erfahrung in der Gesundheitskommunikation verfügt, kam von Weber Shandwick, wo sie zuvor das nationale Healthcare Team in Frankfurt am Main führte. Gemeinsam mit **Arne Neumeyer**, Senior Account Manager, baut sie nun die Healthcare Unit bei Waggener Edstrom weiter aus. Vor Kurzem stieß auch **Stephanie Carstensen**, Senior Account Executive, zum Münchner Team der inhabergeführten Agentur.
  8. **Christine Bauer** (47) verantwortet seit Anfang des Jahres den Bereich Redaktionsmarketing, strategische Partnerschaften und Verlagsservice im Berliner Büro der Agentur muehlhausmoers. Die studierte Germanistin und gelernte Werbekauffrau arbeitet schon seit mehr als 20 Jahren in der Medienwirtschaft und war zuletzt als Senior Consultant Sponsoring bei Zanetti, Altstoetter und Team tätig.
  9. **Stefan Körblein** (45) ist seit April 2014 Group Head of Operations bei der Agentur Roth & Lorenz in Stuttgart. Unter der neuen Führung Körbleins werden die bisher eigenständigen Abteilungen Event Logistics und Production zu der neuen Unit „Operations“ zusammengeführt. Körblein gilt als Allrounder, der über langjährige Erfahrung in unterschiedlichen Event-Bereichen verfügt. Zuletzt war er als Executive Director bei der George P. Johnson GmbH tätig.

Etats

**Apotheker starten Imagekampagne „Näher am Patienten“**



Die ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände startete am 5. Mai unter dem Motto 'Näher am Patienten' eine breit angelegte Imagekampagne. „Wir wollen die Öffentlichkeit über das breite Leistungsspektrum der Apotheken informieren. Wir

wollen zeigen, wie die Patienten davon profitieren, und welchen Wert die wohnortnahe Apotheke für die Gesellschaft hat“, erläutert ABDA-Präsident Friedemann Schmidt die Zielsetzung der Kampagne. Unterstützt wird die ABDA durch die Münsteraner Kommunikationsagentur Cyrano. Bereits im vergangenen Jahr hatte sie für die ABDA die Public-Affairs-Kampagne „Gesundheit wählen“ entwickelt und umgesetzt. Über die Zusammenarbeit mit der ABDA hinaus ist Cyrano auch für verschiedene Apothekerkammern und -verbände aus dem Bundesgebiet tätig. (Abbildung: ein zentrales Kampagnenmotiv.)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Etats compact (16) (18. KW-2014)**

1. Evonik Industries AG, Essen  
was: Corporate Publishing Etat  
an: **Bissinger plus**, Hamburg (Quelle: "CP-Monitor.de")
2. Spirituosen-Anbieter Diageo Germany, Hamburg  
was: Public Affairs-Etat  
an: **MSL Germany**, Berlin
3. Lufthansa AG, Frankfurt am Main  
was: Fortsetzung der Medienarbeit in Europa bis 2017  
an: **Burson-Marsteller**, Frankfurt am Main
4. a) Credit Suisse Asset Management  
b) Baring Asset Management



- c) Oddo Asset Management, alle Frankfurt am Main
- d) Unternehmensgruppe PCC (Petro, Carbo, Chem) SE, Duisburg  
was: Presse- und PR-Arbeit  
an: **GFD Gesellschaft für Finanzkommunikation mbH**, Frankfurt am Main
5. Sony Computer Entertainment Europe Limited, London  
was: Medienarbeit und Blogger Relations in Österreich  
an: **Grayling Austria**, Wien
6. Unternehmensberatung Goetzpartners, München  
was: Entwicklung einer kommunikativen Leitidee und des Corporate Designs für die Neupositionierung  
an: **Saatchi & Saatchi**, Frankfurt am Main
7. Wurst- und Fleischfabrikant Nölke-Gruppe, Vermold  
was: Unternehmenskommunikation  
an: Kommunikationsberatung : **relations**, Frankfurt am Main
8. Parfümmanufaktur ars Parfum, Köln  
was: Begleitkommunikation zur Markteinführung der offiziellen WM-Düfte „2014 FIFA World Cup Brazil TM“  
an: **Jeschenko MedienAgentur Köln GmbH**
9. Migros Bank, Zürich  
was: Online-Etat und Launch des neuen Webportals  
an: **Interone GmbH**, München
10. Master Brands (Vertriebsunternehmen für Parfums), Gräfelfing bei München  
was: Lifestyle-, Wirtschafts- und Fachpresse- sowie Öffentlichkeitsarbeit  
an: **Serviceplan Public Relations**, München

11. Ski- und Outdoorbekleidungshersteller Schöffel, Schwabmünchen  
was: Medienarbeit gegen der General-Interest-Presse, Produkt-PR  
an: **eastside communications Braintown GmbH**, München
12. IT-Unternehmen Datalogic, S.p.A., Bologna (Italien)  
was: Begleitende PR zur internationalen Kommunikationskampagne "The vision is yours"  
an: **Porter Novelli Inc.**, München
13. Groß- und Einzelhändler für die Duty-Free-Branche Gebr. Heinemann SE & Co. KG, Hamburg  
was: Relaunch der Corporate Website  
an: **hmmh multimediahaus AG**, Bremen

## Agenturen

### Sabre-Awards: fischerAppelt Agentur des Jahres in der Region DACH

Erst in wenigen Tagen am 20. Mai werden sie in London vergeben, doch die Sieger in der Region EMEA der diesjährigen „SABRE“ Awards stehen schon fest. Vergeben werden die „Superior Achievement in Branding and Reputation Awards“ (SABRE) alljährlich von der New Yorker Holmes Group. Ausgezeichnet werden herausragende Leistungen im internationalen Kommunikationsgeschäft. Sie zählen international zu den angesehensten Preisen in der PR-Branche.

Aus deutscher Sicht freut sich vor allem die Hamburger Agentur fischerAppelt. Sie wurde für die Region Deutschland, Österreich, Schweiz zur Agentur des Jahres 2014 gewählt. Laut „Holmes Report“ zählt sie zu den drei führenden PR-Agenturen und zu den Top 5 der Werbeagenturen. FischerAppelt setzte sich gegen die die Konkurrenten Edelman, Ketchum, Hering Schuppener und Weber Shandwick durch, die allesamt auf der Shortlist standen.

Pan-europäische PR-Agentur des Jahres wurde Ogilvy PR. Ausschlaggebend für die Wahl, so der

Mit uns ist  
gut Kirschen  
essen.

Pitchberatung bei  
Lautenbach Sass.

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

„Holmes Report“ sei nach diversen Rückschlägen ein in vielen Regionen überaus erfolgreiches Jahr 2013 gewesen, mit einer ganzen Reihe von namhaften Kundengewinnen. Die weiteren Finalisten waren Edelman, Ketchum, MSLGroup und Weber Shandwick.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Grayling bleibt trotz Verlusten die Nr. 1 unter Österreichs PR-Agenturen

Grayling bleibt die Nr. 1 unter den österreichischen PR-Agenturen. Trotz Verlusten von rund 7,3 Prozent beim Honorarumsatz belegt Grayling den ersten Platz vor Ecker & Partner und Rosam Change. Ecker & Partner hat mit einem Plus von 8,1 Prozent und einen Honorarumsatz von 5,56 Millionen Euro erreicht. Grayling verzeichnete nach 7,28 im Jahr 2012 im vergangenen Jahr noch einen Honorarumsatz von 6,75 Millionen Euro. Rosam Change kam mit einem Minus von 4,4 Prozent noch auf einen Honorarumsatz von 3,65

Millionen Euro. Generell ist die PR-Agenturbranche in Österreich nach Einschätzung des *Branchenmagazins „Extradienst“* durch knappe Budgets gekennzeichnet. Die Nachfrage bewege sich zwar nach wie vor auf hohem Niveau, doch das Umsatzwachstum könne nicht mithalten, hieß es auf



der Website von „Extradienst“, das auch das Ranking durchgeführt hat.

Foto von links: Sepp Tschernutter (CEO), Sigrid Krupica und Bernhard Hudik (beide Managing Directors) von Grayling. (Copyright: Grayling/Foto, Daniela Beranek)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Agenturen compact (5) (18. KW-2014)

1. Die **Deutsche Kinder und Jugendstiftung (DKJS)** und die Kommunikationsberatung **Johannsen + Kretschmer (J+K)**, beide Berlin, arbeiten zukünftig zusammen. Die **unentgeltliche Unterstützung** umfasst die strategische Beratung der Stiftung zu Fragen ihrer Aufstellung, Ausrichtung und Kommunikation. Zudem stellt die DKJS das Projekt für die Abschlussprüfung des diesjährigen J+K Volontärjahrgangs. Die DKJS setzt sich mit ihrer derzeitigen Schirmherrin Daniela Schadt, der Lebensgefährtin von Bundespräsident Joachim Gauck, seit 20 Jahren dafür ein, dass junge Menschen in Deutschland gut aufwachsen können.
2. Aus der Berliner **Agentur Reichert Public Relations** wurde ab dem 1. Mai **Reichert + Communications**. Gleichzeitig eröffnete die von Inhaber David Reichert geführte Agentur in München einen neuen Standort und stellte **Jasmin Weber dort als geschäftsführende Partnerin** ein. Die ehemalige Marketingchefin von Vertu soll für die Agentur die Segmente Fashion, Luxury, Hospitality und Beauty abdecken – ganz im Sinne eines ganzheitlichen Kommunikationskonzepts.
3. Die **antwerpes PR**, Köln, feiert in diesem Jahr ihr **zehnjähriges Bestehen**. Die Agentur ist spezialisiert auf Kommunikationsangebote für den deutschen Healthcare PR Markt. Seit
4. Michael Kausch, Inhaber der in Unterschleißheim bei München ansässigen **PR- und Social-Media-Agentur vibrio Kommunikationsmanagement** und Urs Jenni, Inhaber der in Zürich beheimateten **Agentur Jenni Kommunikation**, wollen **künftig in der Schweiz zusammenarbeiten**. Nach dem Rückzug des langjährigen Geschäftsführers der vibrio Schweiz GmbH, Patrick Hofer hat die deutsche Agentur-Mutter beschlossen künftig auf eine eigene Gesellschaft in der Schweiz zu verzichten. Stattdessen will die Agentur künftig mit den PR-Experten der Jenni Kommunikation zusammenarbeiten.
5. Die **PR- und Kommunikationsberatung Hotwire**, Frankfurt am Main, startet in Deutschland **Dienstleistungen speziell für Marken und Unternehmen der FashionTech-Branche**. Die neu geschaffene Practice Group richtet sich an Unternehmen, die anhand von Produkten oder Dienstleistungen die Welten der Technologie und der Mode so verbinden, dass für modeinteressierte Verbraucher ein Mehrwert entstehen sollen.



2010 wurde das Angebotsportfolio um den Bereich Social Media erweitert. Heute betreut die antwerpes PR unter anderem namhafte Kunden wie Stada im Bereich Social Media, Orifarm in der Corporate Communications, Genzyme in der Rx- oder Medice in der OTC-Kommunikation. Die antwerpes ag beschäftigt rund **80 Mitarbeiter** und gehört zur DocCheck Gruppe.



## Branche

### DPRG-Bayern verjüngt Vorstand und bereitet sich auf internationale PR-Tagung vor

Bayern ruft und die Welt kommt. Zum ersten Mal nach vielen Jahren ist Deutschland wieder einmal Gastgeber einer internationalen PR-Tagung. Die von Kommunikationsexperten aus Bayern organisierte European Communications Convention findet mit hochkarätigen PR-Experten aus vielen Ländern in München, Garmisch-Partenkirchen und im Kloster Ettal statt und beschäftigt sich mit internationaler PR, Sport-PR, CSR, Bewegtbildkommunikation und Kommunikationsmanagement bis hin zur Diskussion über die Ethik mit dem Deutschen Rat für PR und dem Abt des Klosters Ettal.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Kommunikationsverband vergibt Awards für B-to-B-Kampagnen



Zum 16. Mal verlieh der Kommunikationsverband führenden Unternehmen und Dienstleistern der Branche den BoB „Best of Business-to-Business“ Communication Award in Bonn.

Die Jury vergab 2013 insgesamt 42 Auszeichnungen: 10 x Gold, 16 x Silber und 16 x Bronze. Rund 120 Gäste nahmen an der Preisverleihung am 29. April teil und sahen sich die Award Show in der Zentrale der Deutschen Telekom an. Moderiert wurde die Preisverleihung von der „n-tv“ Börsenexpertin, Corinna Wohlfeil. Gewinner des Abends war die schweizerische Agentur am Flughafen, die dreimal Gold sowie je einmal Silber und Bronze gewann. Zweiterfolgreichste Agentur war Publicis.



Die Münchner nahmen einen kompletten Medallensatz mit.

*Foto: Nominierte und Sieger der 16. BoB Awards. (Quelle: obs/Kommunikationsverband)*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### PR-Nachwuchswettbewerb in Cannes mit Anna Groos und Claudia Becker



Sie haben sich beim Vorentscheid für die Teilnahme am Young-Lions Wettbewerb in Cannes durchgesetzt: Anna Groos (Foto links) und Claudia Becker (Foto rechts) vertreten Deutschland als PR Team vom 15. bis zum 23. Juni beim großen internationalen Kreativitätsfestival. Organisiert wurde die nationale Vorentscheidung vom „PR-Report“ und dem deutschen Cannes Lions Repräsentanten WerbeWeischer. Anna Groos (Profilwerkstatt) und Claudia Becker (Lessing von Klenze) konnten sich als Sieger durchsetzen gehen somit als deutsche Vertreter bei dem Nachwuchswettbewerb an den Start, der in diesem Jahr erstmals auch in der Kategorie „PR“ stattfindet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Branche compact (2) (18. KW-2014)

- Über einen **Förderpreis der Marion und Bernd Wegener Stiftung** für ihre **ideenreiche und nachhaltige Öffentlichkeitsarbeit** freut sich die **Deutsche Selbsthilfe für angeborene Immundefekte**, dsai e.V., in Schnaitsee. Die Selbsthilfeorganisation belgte beim Wettbewerb um die beste Patientenkommunikation den mit 1.500 Euro dotierten zweiten Platz. Mit der dsai freut sich die Agentur Ball : Com aus Heusenstamm, die die Patientenorganisation seit einigen Jahren betreut. Agenturinhaber Steffen Ball arbeitet selbst im Vorstand der dsai mit.
- Die tagesaktuelle Pressedatenbank der **PMG Presse-Monitor GmbH** präsentiert sich seit dem 9. April in einem **frischen Design** und mit **neue Strukturen**. Die Verantwortlichen versprechen vereinfachte Abläufe bei der Einrichtung und Verwaltung von Rechercheaufträgen und der Kontenführung sowie eine **schnellere Medienauswertung**. Mit Blick auf die Medienbeobachtung und -auswertung wurden Prozesse und Oberflächen optimiert. Damit folgt man den Wünschen vieler Nutzer, die zu Beginn des Relaunchs befragt wurden. Vom Berlin aus bedient die PMG über 3.000 Kunden aus Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Institutionen ebenso wie Medienbeobachtungsdienste und PR-Agenturen.

## Medien

### Champions-League beschert ZDF klare Führung beim TV-Gesamtpublikum

Die Entwicklung der Marktanteile beim TV-Gesamtpublikum im Monat April 2014 ist schnell berichtet: Das ZDF steht dank der Übertragungsrechte für die Fußball-Champions-League mit 12,7 Prozent wieder unangefochten auf Platz 1 in der Gunst der Fernsehzuschauer. Die spannenden Spiele von Borussia Dortmund und Bayern München im Viertel- und Halbfinale bescherten den Mainzern im Vergleich zum Vormonat eine Steige



**Jetzt anmelden!**

**Der internationale Kommunikationskongress 2014!**

**19. - 21. Juni in München, Garmisch-Partenkirchen und Kloster Ettal**

**Sport-PR, CSR, internationale PR, Ethik und Kommunikationsmanagement**

**www.communications-convention.eu**

European Communications Convention '14

rung um 0,4 Prozent. Demgegenüber verzeichneten alle anderen Konkurrenten Stillstand oder Verluste. Das Erste – im März noch gleichauf mit dem ZDF auf Platz 1 bei 12,3 Prozent – rutschte auf 11,4 Prozent ab. Dritter blieb RTL mit unveränderten 10,6 Prozent vor Sat.1, das auf Platz vier 0,5 verlor. Fünfterfolgreichster Sender war im April ProSieben, das bei 5,6 Prozent Marktanteil blieb. Die **TV-Marktanteile für April 2014** beim Gesamtpublikum - ab drei Jahren. 1. Das Erste (12,7 %) 2. ZDF (11,4), 3. RTL (10,6) 4. Sat.1 (8,1), 5. ProSieben (5,6). (Quelle: „[meedia.de](http://meedia.de)“)

### Umfrage bei freien Journalisten: magere Einkommensbilanz

Die Einsparungen der Verlagshäuser in Deutschland wirken sich offensichtlich erheblich auf den Markt der freien Journalisten aus. Rückläufige Ho-

norare sind die Folge. Der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) stellt zum Tag der Arbeit das Zwischenergebnis seiner Umfrage unter freien Journalistinnen und Journalisten vor. Durchschnittlich 2.180 Euro Bruttoeinkommen im Monat verdienen die Freien in Deutschland. Sie erlösen damit weniger als die Hälfte des Einkommens angestellter Redakteure. Inflationbereinigt ist das durchschnittliche Realeinkommen der Freien gegenüber 2008 sogar um acht Prozent gesunken. „Die mageren Einkommensbilanz macht deutlich, dass zum



Tag der Arbeit auch gerade die schwierige Situation der freien Mitarbeiter in den Medien thematisiert werden muss“, erklärte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken (Foto). „Das niedrige Einkommen der Freien steht in einem krassen Missverhältnis zu ihrer Bedeutung für die Medien.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (3) (18. KW 2014)

1. Das ging schnell: Die erst 2010 zum 175. Bertelsmann-Jubiläum gegründete „**International Academy of Journalism**“ mit Sitz in Hamburg wird laut „Spiegel“ wieder **geschlossen**. Das Angebot der Akademie richtete sich vor allem an Journalisten aus Ländern, in denen keine Pressefreiheit herrscht. Seit dem Start wurden 36 Journalisten aus 27 Ländern ausgebildet, **Bertelsmann** hat dafür eine siebenstellige Summe investiert. Über die Gründe für das schnelle Aus wurde bisher nichts bekannt. (Siehe auch „[dwdl.de](#)“).
2. Die **Gesamt-Auflage deutscher Zeitungen, die als ePaper erscheinen, stieg** im Vergleich zum Vorjahr um **60 Prozent**. Die Zahl der Abonnements verdoppelte sich im gleichen Zeitraum sogar auf 257.000. Aktuell werden in Deutschland 564.000 ePaper verkauft. Das ergab eine Auswertung der aktuellen IVW-Erhebung durch die **ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft** in Frankfurt am Main. Allein die Tageszeitungen verzeichnen 436.000 ePaper-Verkäufe pro Tag.
3. „Hallo! Hallo! Hier Radio!“ So begann vor 90 Jahren die **Geschichte des Rundfunks in Norddeutschland**. Zum **90. Geburtstag** startet die „Forschungsstelle Geschichte des



Rundfunks in Norddeutschland“ in Hamburg am **2. Mai eine Online-Artikelserie** auf ihrer [Homepage](#). Schlüsseldokumente, die eine spannende Geschichte erzählen, stehen im Zentrum jedes Beitrags. Historische Fotografien machen die Radio-Vergangenheit anschaulich.

### Social Media

#### Johannes Winter, Condor: Über den Wolken in der Intranet-Cloud



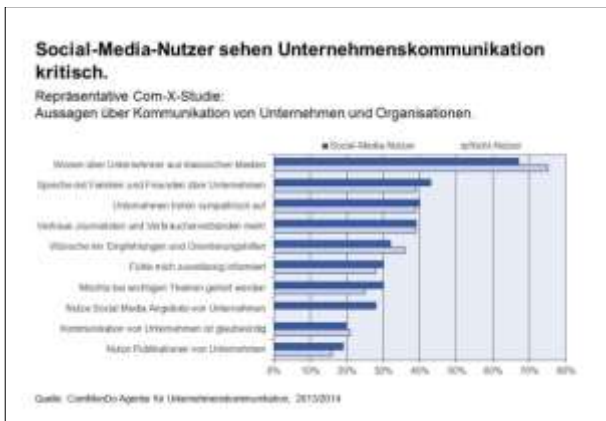
Fünf Jahre sind nicht lang, wenn man sich vornimmt, die Kommunikation einer Airline komplett umzukrempeln. Im Gegenteil: Die neuen Kommunikationskanäle lassen ein gestern noch durchdachtes PR-Konzept wie ein verblasendes Flugblatt aus den 60-ern wirken. Immer ein Schritt hinterher. Immer ein Flügelschlag zu wenig. Doch Beständigkeit und Ausdauer zahlen sich aus.

Johannes Winter (Foto), Leiter Unternehmenskommunikation der Condor Flugdienst GmbH in Frankfurt am Main, blickt nicht ohne Stolz auf die Entwicklungen der konzerninternen Kommunikation seit seinem Antritt 2009 zurück. „Die größte Herausforderung lag wohl darin, dem fliegenden Personal kommunikative Wurzeln zu geben. Es ist der nächste Kontaktpunkt zum Kunden und muss in dieser Rolle die Fluggesellschaft verkörpern – authentisch, einheitlich und im Sinne der Konzernphilosophie.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Social Media-Nutzer sehen Unternehmenskommunikation kritisch

Wie ticken die deutschen Social-Media-Nutzer, wenn es um die Kommunikation von Unternehmen und Organisationen geht? Welche Quellen nutzen sie? Wie gut fühlen sie sich informiert? Wie glaubwürdig empfinden sie die Unternehmenskommunikation? Die „Com-X“-Studie der ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation zeigt, dass das Urteil ähnlich kritisch ausfällt wie in der Gesamtbevölkerung ([wir berichteten im Herbst 2013 darüber](#)). Mehr als drei Viertel der Befragten (77 Prozent) nutzen das Internet – davon knapp die Hälfte (37 Prozent) täglich. Fast jeder Zweite (47 Prozent) ist im Social Web unterwegs. Face-



book ist mit 39 Prozent die beliebteste Plattform der Bürger. Am meisten überrascht, dass die Nutzer von Facebook, Twitter und Co. ihr Wissen über Unternehmen und Organisationen in erster Linie (67 Prozent) aus den klassischen Medien beziehen (Nicht-Nutzer: 75 Prozent). Nur 28 Prozent von ihnen nutzen dafür das Social Web – bei den Facebook-Nutzern sind es etwas mehr (31 Prozent). Entsprechend wenige können sich überhaupt an Kommunikationskontakte in den letzten drei Monaten erinnern (11 Prozent).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## CSR Unternehmensverantwortung

### CSR-Strategie: EU bittet um Feedback

Die EU-Kommission arbeitet derzeit an einer Fortsetzung ihrer aktuellen CSR-Strategie, die Ende 2014 ausläuft. Für die Arbeit an dem Nachfolgedokument befragt die EU-Kommission nun die wichtigsten Stakeholder nach ihren Wünschen und Ideen für die künftige Strategie der EU-Politiker zum Thema Unternehmensverantwortung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommentare

### Die Medien und der ADAC: ein Appell für mehr Gelassenheit



Die Hauptversammlung des ADAC am 10. Mai in Saarbrücken steht bevor und in einigen Medien („[Focus.de](#)“, „[newsroom.de](#)“, „[dwld.de](#)“) ist eine Diskussion darüber entbrannt, was Journalisten im Rahmen der Berichterstattung erlaubt sein soll und was nicht. Gefahr für die Pressefreiheit, ein eklatanter Widerspruch zur eigenen Ankündigung, mehr Transparenz walten zu lassen, oder nur ein Sturm im Wasserglas? Klar, der ADAC hat es derzeit schwer. Alles, was er tut oder unterlässt, wird zurecht kritisch beäugt. Da wundert es nicht, dass dem angeschlagenen Automobilclub gleich ein kräftiger Wind entgegen bläst, wenn er die Medien darum bittet, während seiner Hauptversammlung keine Ton- und Bildaufnahmen zu machen. Wohl gemerkt, Journalisten sind eingeladen, sie dürfen der Hauptversammlung beiwohnen und sich Notizen machen und nachher bei einer Pressekonferenz ihre Fragen stellen und anschließend noch Einzelinterviews führen. (Foto (C): ADAC)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Norbert: Gerüchte+Gerichte

### Gericht: Grüne Lichtgestalten - Spargel mit Pinienkernbutter

(nsb) In diesem Jahr ist die Spargelsaison schon weit fortgeschritten, so früh wie selten. Deshalb ist jetzt auch grüner Spargel aus Deutschland im Handel – frisch geerntet und saftig. Hierzulande ist der Grüne immer noch ein Stiefkind, die Deutschen lieben die weißen Sorten. Aber ein Versuch ist überzeugend!

Auch in Spanien und Griechenland wird reichlich Spargel angebaut – die weißen, unterirdisch gewachsenen Sprossen gehen fast ausschließlich in den Export nach Deutschland. Oder sie werden in Dosen und Gläsern konserviert, die besonders in den USA und Großbritannien in den Handel kommen. Die vom Chlorophyll grün gefärbten Stangen verraten, dass sie Sonnenlicht genießen dürften. Das verändert auch den Geschmack – das Aroma des grünen Spargels erinnert an junge Erbsen, ist süß und fruchtig. Die Stangen müssen nicht mehr geschält werden, ihre Haut ist zart. Deshalb darf auch die Kochzeit nur sechs bis sieben Minuten betragen, um ein knackiges Ergebnis zu erzielen. Und „kochen“ heißt hier leichtes Wallen oder Sieden, nicht mehr!

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Lesehinweise

### Schlechte Eigen-PR von Agenturen

Immer wieder kommt es hoch, das Bild von den Schustern, die die schlechtesten Schuhe tragen. Sobald es um die eigene Öffentlichkeitsarbeit geht, werden PR-Agenturen ihren eigenen Standards nicht gerecht. Sie scheinen vollkommen außer Acht zu lassen, was sie ihren eigenen Kunden empfehlen. Tanja Koschade, die seit zehn Jahren

eine eigene Agentur betreibt und zuvor Sprecherin der Agentur Argonauten war, hat sich des Themas mit einem Gastbeitrag in der „W&V“ angenommen. Sie ist davon überzeugt, dass Agenturen ein Gesicht bräuchten. Koschade kritisiert, dass sich nur wenige Agenturen einen internen Pressesprecher leisteten. Lesen Sie den Beitrag „Agentur-PR: ‚Die Branche ist oft viel zu verliebt in sich selbst‘“ direkt auf der [„W&V“-Website](#).

## Bildung

### Bildung compact (5) (18. KW-2014)

1. Eine **Einführung in die PR** und wichtige Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit vermittelt das **B1 Basistraining PR der AFK Akademie Führung und Kommunikation**. Der erste Teil findet vom 23. bis zum 27. Juni in Oberursel bei Frankfurt am Main statt. Auf dem Seminarprogramm stehen: eine Einführung in die Medienarbeit und das journalistische Schreiben, Konzeptionstechnik, Veranstaltungskommunikation, Interne und Corporate Communications sowie Kommunikationsmodelle, PR-theorie und -ethik. Detailinformationen finden sich auf der [AFK-Website](#).
2. Die **Berliner SRH Hochschule für Kommunikation und Design** bietet vier neue **Bachelor-Studiengänge** in Illustration, Fotodesign, Web Development + Interactive Media sowie Film + Motion Design sowie zusätzlich ein **Masterprogramm Unternehmenskommunikation**. Infoveranstaltungen zu den neuen Bachelor-Studiengängen finden vom **18. bis zum 20. Juni** statt. Einzelheiten zum neuen Master Unternehmenskommunikation sowie zu den bestehenden Masterangeboten gibt es am **6. Mai** und **25. Juni**. Ein weiterer Infotag am **23. Mai** lädt richtet sich an Interessenten, die Eindrücke von der Hochschule und Infos zum Studienangebot gewinnen möchten. Auf der [Website der Hochschule](#) finden sich die Details.
3. Die **DAMK Düsseldorfer Akademie für Marketing-Kommunikation** bietet ab Mai ein neunmonatiges **Wochenendstudium** zum

„**Fachwirt Public Relations**“. Es beginnt bereits am **9. Mai**, ein späterer Einstieg ist möglich. Das Studienangebot richtet sich an alle, die ihre Kenntnisse in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf den aktuellen Stand bringen wollen: Berufseinsteiger, Volontäre, Agenturmitarbeiter und Journalisten. Weitere Informationen zum genauen Ablauf und zu den Referenten finden sich auf der [DAMK-Website](#). Für Fragen steht auch Studiengangsleiterin Katrin Jungman per [E-Mail](#) oder Telefon (0211 373900).

4. Die **WAK Westdeutsche Akademie für Kommunikation e.V.** in Köln bietet ab dem kommenden Wintersemester ein **dreisemestriges, berufsbegleitendes Abendstudium** zum „**Event-Marketing Manager**“ an. Die Teilnehmer lernen direkt von Praktikern, worauf es im Eventmanagement und im Marketing ankommt. Der Studiengang beginnt am 15. September. Weitere Informationen über diesen Studiengang und das weitere Angebot finden sich direkt auf der [Website der WAK](#).
5. „**Storytelling in der Unternehmenskommunikation**“ heißt ein **Seminarangebot** von **Medienrot**, einem Unternehmen der Landau Media AG. Am 24. Juni können sich die Teilnehmer von 9:30 bis 18 Uhr in Berlin auf die Suche nach Geschichten in ihren Unternehmen machen. Referenten sind Nicole Storch (Magazin-Redakteurin „Print & Digital“) und Michael Falk (TV-Producer). Keynote-Sprecher ist der Chefredakteur vom „YPS-Magazin“, Christian Kallenberg. Die Kosten für die Teilnahme betragen 379 Euro plus Mehrwertsteuer. Weitere Informationen zum Seminar finden sich auf der [Medienrot-Website](#).

## Studien

### Studie zur Mitarbeitermotivation: „Unternehmensbewohner“ lähmen die Wirtschaft

Erschreckende Zahlen: Mehr als jeder vierte Arbeitnehmer in Deutschland ist ein „Unternehmens-

bewohner“: hochzufrieden, aber unmotiviert. Das ist das Ergebnis einer bundesweiten, repräsentativen Studie „Mitarbeiterfocus Deutschland“ von forum! Marktforschung in Mainz. Das Institut befragte 2.400 sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer in Deutschland zu ver-



schiedenen Aspekten ihrer Tätigkeit. Vor allem interessierte die Marktforscherin um Anita Saathoff (Foto), Bereichsleiterin Mitarbeitermotivation bei forum!, dabei der Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit mit dem Arbeitsverhältnis und der Motivation der Arbeitnehmer. Das Ergebnis: Weniger als die Hälfte (40 Prozent) der Beschäftigten in Deutschland zählen zu den „Erfolgsgaranten“ – sind also zufrieden mit ihrem Arbeitgeber und zahlen dies auch mit einer hohen Motivation und Leistungsbereitschaft zurück. Das ist nicht selbstverständlich, wie der Blick auf die Gruppe der „Unternehmensbewohner“ zeigt: Diese Mitarbeiter sind genauso zufrieden wie die Erfolgsgaranten, aber wesentlich weniger motiviert. 28 Prozent der Arbeitnehmer in Deutschland – mehr als jeder Vierte – sind der Studie zufolge Unternehmensbewohner.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Termine

### Content Marketing: Es geht um Qualität



Revolutionen sind ein komplexer Prozess, schwer zu überschauen und ganz unscheinbar beginnend –dies zum Teil weit in der Vergangenheit. Serviceplan hatte im Rahmen eines Competence Circle im Haus der Kommunikation Hamburg die „Content Marketing Revolution“ von allen Seiten beleuchtet und versucht, Klarheit zu schaffen. Dazu hatte Serviceplan Content auf Einladung von Geschäftsführer Harald Gasper (Foto) Experten aus dem In- und Ausland aufgeboden: da-

runter unter anderem auch Robert Rose, Chief Strategist des Content Marketing Institute und Autor des Buches „Managing Content Marketing“, den Serviceplan aus Los Angeles zugeschaltet hatte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Termine compact (3) (18. KW-2014)

1. Die zweitägige Konferenz **Next Berlin** eröffnet am **5. Mai** offiziell die **Berlin Web Week**, zu der 10.000 Teilnehmer der digitalen Wirtschaft und Kommunikationsbranche erwartet werden. Zugleich ist die Next14 eines der Highlights der Veranstaltungswoche: Auf drei Bühnen und in rund 30 Workshops erörtern 180 internationale Experten, welche Technologie- und Marketingtrends in den kommenden Jahren Industrie und Handel entscheidend transformieren werden. Veranstalter sind die Digitalagentur SinnerSchrader und die dfv Mediengruppe.
2. Vom **5. bis 7. Mai** treffen sich wieder Experten aus Medien, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zum **Medientreffpunkt Mitteldeutschland in Leipzig**. Der Veranstalter, die AG Medientreffpunkt Mitteldeutschland, erwartet an den drei Tagen rund 1.200 Teilnehmer. Auf 42 Panels diskutieren rund 200 Referenten über aktuelle Trends und relevante Themen der Branche. Das detaillierte Programm findet sich online auf der [Website zum Medientreffpunkt](#).
3. Unter dem **Motto „Grenzen[los]“** findet vom **8. bis zum 10. Mai** das 26. Heidelberger Symposium an der Universität Heidelberg statt. Der Veranstalter, der Heidelberger Club für Wirtschaft und Kultur, diskutiert das Thema mit renommierten Referenten aus Politik, Forschung und Medien. Alexander Pschera, Geschäftsführer der Münchner Kommunikationsagentur Maisberger spricht am 9. Mai um 16 Uhr über **„Die Entgrenzung der Privatsphäre“**. Schirmherr des Symposiums ist der Journalist Frank Plasberg. Weitere Informationen über die Veranstaltung finden sich auf der [Website zum Symposium](#).

### Tipps

#### Suchmaschinen-Optimierung: Die eigene Webseite durch einen gezielten Linkaufbau puschen



Damit Google & Co bei Suchabfragen eine Webseite weit vorne anzeigen, ist ein Optimieren der Webseite selbst für die Suchmaschinen nötig. Parallel dazu sollte ein Linkaufbau erfolgen.

Denn nur wenn diese beiden Maßnahmen Hand in Hand gehen, sind die Ergebnisse top. Wenn Personen beruflich oder privat heute einen Unterstützer suchen, dann setzen sie sich meist an den PC und geben bei Google & Co passende Suchbegriffe. Zum Beispiel: „Steuerberater Darmstadt“ oder „Patentrecht Anwalt“. Und anhand der angezeigten Treffer verschaffen sie sich einen Überblick: Wer könnte ein geeigneter Unterstützer sein?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

#### Tipps compact (2) (18. KW-2014)

1. Die **Ausschnitt GmbH** in Berlin erweitert ihren Service: Ab sofort erstreckt sich die Medienbeobachtung auch auf **2.000 Sendungen in 80 TV-Kanälen** – und das rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche. Damit sollen die Kunden aktuelle und präzise Informationen zu ihrer TV-Präsenz gewinnen, um auf Basis gesicherter Daten über weitere Kommunikationsmaßnahmen und -strategien entscheiden zu können. Der Service erfasst die reichweiten-relevanten TV-Kanäle Deutschlands, samt ihrer Nachrichten-, Magazin-, Feuilleton- und Informationssendungen sowie der Talkshows. Weitere Informationen auf der [Ausschnitt-Website](#).
2. Ab sofort steht mit **„bpar.de“** Journalisten ein **neues Presseportal rund um Bildende Kunst und Kulturthemen** zur Verfügung. Die Presseplattform speziell für Feuilleton-, Kunst- und Kulturredakteure soll die Recherche nach Presseinformationen von Museen, Kunstver-

einen, Kunstinitiativen sowie Künstlern erleichtern. Die Veröffentlichung der Presseinformationen auf „bpar.de“ ist für Kunstinstitutionen kostenlos. Beisel Public Art Relations, eine Initiative der Healthcom GmbH in Köln, will so Museen, Kunstvereine und Künstler dabei unterstützen, eine breite Öffentlichkeit erreichen.

## Literatur

### Aha. Ja. Nein. Schon viel Schönes dabei.



*Titel: PR-Texte; Autor: Helmut Ebert; Verlag: UVK 2014; 242 Seiten; 29,99 Euro; ISBN-10: 3867643156*

„PR-Texte sind immer als Antwort auf eine Situationseinschätzung zu verstehen.“ Aha. Ja. Nein. Also, teilweise. Wenn man davon

ausgeht, dass ein Unternehmen mit Einführung eines Produktes die Pressemitteilung als Kommunikation der neuen Situation versteht, dann kann man das durchaus so interpretieren. Aber ein PR-Text ist nicht ausschließlich Antwort. Ein PR-Text kann initiierend, koordinierend, aktivierend wirken. By the way: Wer eigentlich ist Helmut Ebert?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Für Brancheneinsteiger und Heckenschneider: Was genau bringt eigentlich Werbung?

*Titel: Ökonomie der Werbung; Autor: Ralf Nöcker; Verlag: SpringerGabler 2014; 200 Seiten; 39,99 Euro; ISBN-10: 3834934003*

Man muss immer auch Geld für die Werbung einplanen. Wenn man ein gutes Produkt hat, und keiner erfährt davon, dann kann man sich genauso

gut in den Garten setzen und den Nachbarn beim Grillen zuschauen. Oder zuriechen. Je nach Heckenhöhe. Also: Werbung ist wichtig. Werbebudget ist wichtig. Aber wie hoch ist denn angemessen?

Und was genau bringt Werbung eigentlich? Ralf



Nöcker, Geschäftsführer des Gesamtverbands Werbeagenturen (GWA), beschreibt in seinem aktuellen Buch „Ökonomie der Werbung“ den heutigen Werbemarkt aus Sicht der ökonomischen Theorie. Er schaut sich also die klassische ökonomische

Theorie, Industrieökonomik, Werbung und Marktstruktur an und versucht herauszufinden, wie genau das Buzz-Word Werbewirkung auf Branchenebene zu definieren ist, und wie Agenturen auf dieser Grundlage funktionieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## STAMM Medien-News

### Stamm Medien-Newsletter Mai 2014



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 April 2014 wurden 2.165 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 12.738 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: 34.882 Besucher im April 2014 und 49 neue Jobangebote - 15,6 Prozent nutzen die Mobilversion

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das "PR-Journal" im April 2014 insgesamt **34.882 Besucher** lt. Zählung der IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 1.163 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,5 Seiten an - daraus errechnen sich 86.882 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch GoogleAnalytics im April festgestellt; 61,1 Prozent waren neue Besucher. 54,1 Prozent der Besucher sind männlich, 45,9 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. **15,64 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten über mobile Geräte** (Smartphones und Tablets) auf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Hamburg-Korrespondent Weinberg twittert für das „PR-Journal“



Helge Weinberg (Foto), „PR-Journal“-Korrespondent in Hamburg und Norddeutschland, unterstützt die Redaktion künftig auch in den Sozialen Medien. Insbesondere bei Twitter wird Weinberg verstärkt für das „PR-Journal“ aktiv werden. Damit twittert außer dem Herausgeber und Gründer des „PR-Journals“, Gerhard Pfeffer, und Chefredakteur Thomas Dillmann, nun auch Helge Weinberg im Namen der Redaktion. Im Hauptberuf ist Weinberg Inhaber des Beratungsunternehmens Strategie & Kommunikation in Hamburg und spezialisiert auf Personalkommunikation sowie HR-PR. Darüber betreibt er einen eigenen [Blog](#) und ist Fachjournalist. Direkt per E-Mail ist er unter dieser Adresse zu erreichen: [weinberg@pr-journal.de](mailto:weinberg@pr-journal.de).

## Internes compact (1) (18. KW-2014)

1. Noch ein **Hinweis in eigener Sache**: Im Bereich der „*PR-Journal*“-*Datenbanken* finden sich ab sofort nicht nur die Daten zum **Agenturranking** in Deutschland sondern auch die Informationen über die **Geschäftsentwicklung der PR-Agenturen in Österreich und der Schweiz**. Direkt im Feld „Bereichsnavigation“ finden sich ein [Link](#), der direkt zu den Berichten über die Branchenentwicklung in unseren Nachbarländern führt.

## Jobangebote

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

### GESUCHE

Die 6 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

### ANGEBOTE (56)

#### *Volontariat/Trainee*

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

#### *Praktikum*

Das 1 aktuelle Angebot für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

#### *Agenturen*

- [PR-Berater \(m/w\) für CrossPR Düsseldorf](#)
- [Trainee \(w/m\) Lifestyle/Beauty, Frankfurt a.M.](#)
- [PR-Referent \(m/w\)](#)
- [Junior Consultant \(w/m\) Lifestyle/Beauty, Frankfurt a.M.](#)
- [PR-Berater/in Food/Lifestyle zum 1. Juli in Hamburg](#)
- [CLY Communication sucht PR Berater/in, Berlin](#)
- [PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)

- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*
- *Senior PR Account Executive (m/w) oder Junior PR Manager (m/w), Germering*
- *PR-Berater (w/m), Hamburg*
- *Junior PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *PR-Berater (m/w) Healthcare, Eltville oder Köln*
- *PR-Berater/in Corporate-PR, Ludwigshafen am Rhein*
- *Juniorberater/in, Hamburg*
- *PR-Berater (m/w) im Bereich Mode / Lifestyle, München*
- *Junior PR-Berater (m/w), Frankfurt am Main*
- *Junior-PR-Berater (m/w) im Rheinland*
- *PR-Volontär/in, Ludwigshafen am Rhein*
- *PR-Berater(in) Beauty, Düsseldorf*
- *Assistentin für die Geschäftsleitung, Düsseldorf*
- *(Senior-) PR-Berater(in), Düsseldorf*
- *Trainee (m/w) Innovationskommunikation am Standort Hamburg*
- *(Junior-)Projektmanager PR (m/w) in Berlin*
- *Junior-Berater/in für PR und Social Media, Hamburg*
- *Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Automotive/Technik, Hamburg*
- *PR Junior-Projektleitung, Berlin*
- *PR-Berater (m/w) für den Bereich Corporate Communications, München*
- *PR-Fachkraft zur Führung einer mittelständischen PR-Agentur, Bad Homburg*
- *Berater Consumer-PR (m/w) ab sofort in München*

#### **Behörden (Öffentl.Dienst)**

- *Referent(in) Unternehmenskommunikation (Stabsstelle), Berlin*

#### **Unternehmen**

- *Teamleiter/ -in Presse in Vollzeit, Karlsruhe*
- *PR-Mitarbeiter/in, Kempten (Allgäu)*
- *Press Relations Coordinator (w/m), München*
- *Praktikum Kommunikation/PR im Think Tank von Vodafone, Berlin*
- *Manager Unternehmenskommunikation (m/w) - Schwerpunkt Corporate Branding und Online-/Social Media-Strategie, Hamburg*

- *Manager Unternehmenskommunikation (m/w) - Schwerpunkt Finanzkommunikation und Corporate Publishing, Hamburg*
- *Online PR Profi (m/w), Grevenbroich*
- *Novartis Oncology sucht einen Communications Manager (w/m), Nürnberg*
- *Redakteur/Texter (w/m), Freiburg*

#### **Verbände (Non-Profit)**

- *PR-Referent/in (Teilzeit 20 Std. / Elternzeitvertretung), Köln*
- *Referent/in Strategische Kommunikation, Köln*
- *Referent (m/w) in der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Berlin*
- *Referent/in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Stuttgart*

\*\*\*\*\*

#### **Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

05. Mai 2014 um 20:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.550 Empfänger** versandt.

\*\*\*\*\*

## **Impressum**

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg (seit 2004/1996)

Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg (USt-IdNr.: DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)

**Redaktion:** Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de); Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Ric-



cardo 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; Carina 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: [pr-journal](#); pr-journal.at; pr-journal.ch; pr-journal.com; pr-journal.info; pr-journal.net; agenturcafe.de; neues-prportal.de; 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 **2013** wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: **357.592 Visits und 979.978 Pagelmpressions**. Das ergibt einen **Tagesdurchschnitt von 1.089 Besuchern**. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,5 Seiten aufgerufen. Durch GoogleAnalytics wurde außerdem im Schnitt 08:54 Minuten Besuchszeit ermittelt.

**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](#)