

PR-Journal Newsletter

Nr. 432 / 25. KW 2014

Neuer Website-Check

Alle PR-Agenturen, die wollen, können ihre Website erneut vom „PR-Journal“ bewerten lassen. Fünf PR-Studentinnen und ein männlicher Kollege aus Hannover überprüfen die angemeldeten Websites unter anderem im Hinblick auf Usability, PR-Wirkung und Aktualität. **Interessenten melden sich bitte bis 30. Juni** an

websitecheck@pr-journal.de

Weitere Informationen direkt auf der „PR-Journal“-Website.

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 432. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 27 Einzelmeldungen):

1. [Norbert Minwegen neuer DPRG-Präsident](#)
2. [Cannes: PR-Jury-Mitglied Petra Sammer zieht beachtenswertes Fazit im „PR-Report“](#)
3. [PR-Studenteninitiativen nehmen Stellung zum Mindestlohn](#)
4. [Personalien compact - Sonstige \(2\) \(25. KW-2014\)](#)
5. [Personalien compact - Agenturen \(4\) \(25. KW-2014\)](#)
6. [Personalien compact - Unternehmen \(3\) \(25. KW-2014\)](#)
7. [Etats compact \(6\) \(25. KW-2014\)](#)
8. [Agentur wbpr baut Führung um](#)
9. [Cannes: Jung von Matt gewinnt bronzenen PR-Löwen – das war's aus deutscher Sicht](#)
10. [European Communications Convention: Dialog und Austausch über drei Tage](#)
11. [Lösung im DRPR-Streit in Sicht?](#)
12. [Zwischen ernsthafte Kunst und Storytelling](#)
13. [Branche compact \(1\) \(25. KW-2014\)](#)
14. [Medien compact \(2\) \(25. KW 2014\)](#)
15. [HealthShare Award von DocCheck: Gewinner stehen fest](#)
16. [Content Strategy Forum: Internationaler „Wanderzirkus“ für Praktiker](#)

17. [Gericht: Unser Sommermenü III - Wolfsbarsch im Salzmantel mit Zitronen-Püree](#)
18. [Appell: Technik darf journalistische Inhalte nicht verändern](#)
19. [Bildung compact \(4\) \(25. KW-2014\)](#)
20. [6. Sommer Symposium: Karriere im Wandel](#)
21. [Termine compact \(4\) \(25. KW-2014\)](#)
22. [Versicherungsschutz von Agenturen: Umfrage zu größten Risiken](#)
23. [Literatur compact \(1\) \(25. KW-2014\)](#)
24. [Jobbörse](#)
25. [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

Norbert Minwegen neuer DPRG-Präsident



Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) hat einen neuen Vorstand. Die Abstimmung bei der Mitgliederversammlung am 19. Juni in München fiel aus wie erwartet, Überraschungen blieben aus. Neuer DPRG-Präsident wurde Norbert Minwegen, Leiter der Unternehmenskommunikation der Sparkasse Köln/Bonn, erhielt 134 Ja-Stimmen, acht Nein-Stimmen und sechs Enthaltungen. Mit dem besten Ergebnis aller vier neuen Präsidiumsmitglieder wurde Philipp Schindera zum Stellvertreter Minwegens gewählt. Er vereinigte 151 Ja-Stimmen auf sich und bekam nur eine Enthaltung und eine Nein-Stimme. Zweiter Stellvertreter Minwegens wurde Stefan Hencke, der mit 122 Ja-Stimmen, 20 Enthaltungen und neun Nein-Stimmen ebenfalls eine breite Zustimmung für sich verzeichnen konnte. Etwas schwächer fiel das Ergebnis für Schatzmeister Gerhard Vilsmeier aus, der sich zur Wiederwahl stellte. Vilsmeier wurde mit 86 Ja-Stimmen, 41 Nein-Stimmen und neun Enthaltungen im Amt be-

stätigt. Das neu geschaffene Vorstandsamt für Nachwuchsförderung soll – wie vorgeschlagen - Thomas Lüdeke bekleiden. Auch er freut sich über die breite Zustimmung von 138 Ja-Stimmen. Gegen ihn stimmten 15 Wahlberechtigte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Cannes: PR-Jury-Mitglied Petra Sammer zieht beachtenswertes Fazit im „PR-Report“



„... das war's aus deutscher Sicht“, endete die *Überschrift im „PR-Journal“* zum enttäuschten Fazit aus deutscher PR-Sicht zum Kreativitätsfestival in Cannes. Doch, das war's noch nicht. Denn Petra Sammer, in diesem Jahr Jurymitglied bei den PR Lions in Cannes und Chief Creative Officer bei Ketchum Pleon in München, hat ein beachtenswertes Fazit gezogen und im *„PR-Report“*, Hamburg, veröffentlicht. Schon zuvor hatte sie täglich in ihrer Kolumne ihre Eindrücke aus Cannes geschildert. Eine Lektüre aller sechs Folgen im *„PR-Report“* lohnt sich. Als ihre persönliche Zusammenfassung der Tage vor Ort schildert sie, vier Faktoren, die die Gewinner der PR-Lions auszeichnen. In diesen Faktoren sieht sie klare Signale für die künftige Entwicklung der PR.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Studenteninitiativen nehmen Stellung zum Mindestlohn

Am 10. Juni berichtete das *„PR-Journal“* darüber, dass Unternehmen nach Schlupflöchern suchen, um dem geplanten Mindestlohn entgehen zu können. Hintergrund ist, dass Betriebspraktika, die länger als sechs Wochen dauern, unter den Mindestlohn von 8,50 Euro pro Stunde fallen sollen. Demnach müsste ein Unternehmen 1.360 Euro für einen Praktikanten pro Monat bezahlen. Jetzt nehmen auch die Studenteninitiativen aus der PR-Branche Stellung zum Thema. Allen voran haben



die PR-Studenten Hannover (PRSH) und die Leipziger PR-Studenten (LPRS) auf ihren Websites die Einführung des Mindestlohns begrüßt. Die Vertreterinnen des PRSH sagen: „Der Mindestlohn wird benötigt, um die notwendigen Kosten wie Lebensunterhalt, Miete und Fortbewegung zu decken.“ Au der LPRS sieht die Bezahlung von PR-Praktikanten als unverzichtbar an. Lesen Sie selbst die ausführlichen und differenzierten Stellungnahmen der [PR-Studenten Hannover](#) und der [Leipziger PR-Studenten](#).

Personalien

Personalien compact - Sonstige (2) (25. KW-2014)

1. **Martin Jäger**, seit 2013 Deutscher Botschafter in Afghanistans Hauptstadt Kabul, wird ab Oktober neue Aufgaben für die Bundesregierung übernehmen. Er wird in Berlin Pressesprecher von Bundesfinanzminister **Wolfgang Schäuble** (CDU) und gleichzeitig die Führung des Leitungs- und Planungsstabs im Finanzministerium von **Matthias Haß** übernehmen. Haß wird zum Leiter der Abteilung Federale Finanzbeziehungen befördert. Vor seiner Zeit als Botschafter war Jäger von 2008 an Leiter Politik und Außenbeziehungen bei Daimler.

Zuvor war er im Auswärtigen Amt Sprecher von Bundesaußenminister **Frank-Walter Steinmeier** (SPD).

2. **Frank Bleydorn** (43) spricht seit dem 16. Juni für die Deutsche Volleyball-Liga in Berlin. Die Stelle war seit April unbesetzt. Bleydorn berichtet an den Geschäftsführer **Klaus-Peter Jung**. Zuvor war er vier Jahre lang Pressesprecher bei Sauerland Event.

Personalien compact - Agenturen (4) (25. KW-2014)

1. **Sandra Kohler** steigt als Partnerin und Mitglied der Geschäftsführung bei der Badener Agentur Schaerer und Partner in der Schweiz ein. Ihre Agentur werkhalle kohler fusioniert mit Schaerer und Partner. Nach mehrjähriger Tätigkeit als Journalistin und PR-Beraterin gründete Kohler ihre Agentur werkhalle. Jetzt, nach dreijähriger Geschäftstätigkeit und dem Abschluss ihres Masterstudiums hat sie sich nun entschieden, mit einer Partneragentur zusammenzugehen.
2. **Michael Prellberg** (53) wird ab dem 1. August neuer Mitarbeiter im Team der Hamburger Medien-Agentur Bissinger plus. Als Executive Editor soll der Journalist Pitches konzeptionell und redaktionell vorbereiten, Textchefaufgaben bei Bestandskunden übernehmen und die Bissinger plus-Autoren betreuen. Prellberg arbeitete lange Zeit für Gruner + Jahr-Medien. 2001 ging er von der „Berliner Zeitung“ zur „Financial Times Deutschland“. 2010 wechselte er als Textchef und Teamleiter in die Chefredaktion des Unternehmermagazins „Impulse“. (Quelle: „CP-Monitor.de“)
3. **Michael T. Schröder** (64), Geschäftsführer von Orca Affairs in Berlin und München, wird ab Mai 2015 Präsident des internationalen Netzwerks inhabergeführter Agenturen IPREX. Im Rahmen seiner jährlichen weltweiten Partnertagung in Chicago wählte das Executive Committee den Public Relations- und Marketing-Experten einstimmig zum President-elect. „Ich freue mich, diese verantwortungsvolle Aufgabe ab der nächsten weltweiten IPREX Tagung vom 6. bis 8. Mai 2015 in Berlin von dem jetzigen Präsidenten John Scheibel übernehmen zu dürfen“, so Schröder zu seiner Wahl in Chicago.

KOMM·PASSION

4. **Marcus Birkmeir** (45) verstärkt ab sofort das Führungsteam der Mannheimer Agentur Callies & Schewe und wechselt damit über den Rhein. Zuletzt war Birkmeir als Leiter Brand und Business Development bei cyperfection in Ludwigshafen tätig. Birkmeir leitet das Beratungsteam, verantwortet Markenprojekte und den weiteren Ausbau des Neugeschäfts. Darüber hinaus soll er verschiedene Agenturkunden in Strategiefragen beraten. In der Mannheimer Region ist er gut vernetzt, unter anderem war er vor einigen Jahren als Mitglied der Geschäftsleitung von Hübner & Sturk in Bensheim tätig.

Personalien compact - Unternehmen (3) (25. KW-2014)

1. **Katja Srajek** (50) wurde als Nachfolgerin von **Heiner Dageförde** am 16. Juni Director Human Resources & Communications Europe and Asia beim Hersteller von Dämmmaterial und Dachsystemen Johns Manville in Augsburg. Vorgänger Dageförde wird in den Ruhestand gehen. Srajek, die von Tetra Pak Deutschland kommt, berichtet an den Vice President HR am Stammsitz Denver sowie an den Senior Vice President in Deutschland.
2. **Alain Bichsel**, zuletzt Head Media Relations beim Schweizer Finanzmarktinfrastruktur- und Börsenbetreiber SIX in Zürich ist befördert worden und seit dem 16. Juni neuer Head of Corporate Communications. Er wurde Nachfolger von **Ruth Stadelmann**, die das Unternehmen verlässt. Bichsel, der vor seinem Wechsel zu SIX im Jahr 2011 Kom-

munikationsleiter bei FINMA war, berichtet an Group Chief Executive Officer **Urs Rüeeggger**.

3. **Priska Roelli** ist seit dem 1. Juni neue Marketing- und PR-Leiterin in der schweizerischen Niederlassung des Computerunternehmens Lenovo in Schlieren bei Zürich. In enger Abstimmung mit dem lokalen Management und der Marketingleitung Central Region ist sie für die Entwicklung und Umsetzung aller Marketing- und PR-Maßnahmen verantwortlich. Roelli bringt 25 Jahre Erfahrung IT-Erfahrung mit. Vor ihrem Wechsel arbeitete sie als Consultant und stellvertretende Geschäftsführerin bei der PR- und Marketingagentur in marketing in Schwerzenbach.



6. Schwedische Online-Auktionsplattform Auctionet, Stockholm
was: PR-Etat für den Markteintritt in Deutschland
an: **Mashup Communications GmbH**, Berlin

Etats

Etats compact (6) (25. KW-2014)

1. Inhorgenta, Fachmesse für Schmuck und Uhren, München
was: Nationale und internationale Pressearbeit, Events, Social Media und Newsletter
an: **Convensis Group**, Stuttgart
2. E-Mail-Marketing-Dienstleister optivo GmbH, Berlin
was: Kommunikation für den deutschen Markt, Medienarbeit, Events
an: **Element C GmbH Agentur für PR+Design**, München
3. Spirituosenunternehmen Sierra Madre Trend Food GmbH, Hagen
was: Werbung und PR für sechs Einzelmarken
an: **Yamaoka International PR GmbH** und **Gummig Kommunikation**, beide Hamburg
4. Stadtwerke Frankenthal
was: Strategische Kommunikationsberatung und Positionierung
an: **profitext.com GmbH**, Speyer
5. IT-Sicherheitsanbieter McAfee GmbH, München
was: PR zur Positionierung von McAfee in Deutschland und Großbritannien
an: **Hotwire Public Relations Germany GmbH**, Frankfurt am Main

Agenturen

Agentur wbpr baut Führung um



Die Agentur wbpr_ Kommunikation mit Hauptsitz in München verändert ihre Führungsstruktur. Ab sofort wird die Kommunikationsagentur mit weiteren Büros in Berlin, Stuttgart und Köln von den Geschäftsführern Dietrich von Gumpenberg (*Foto*) und Markus Eicher sowie einem vierköpfigen Kompetenzteam geführt. Das dritte Mitglied der Geschäftsführung, Andreas Bachmeier, verlässt wbpr zum 30. Juni und widmet sich neuen Aufgaben. Agenturinhaber von Gumpenberg ist für den Standort Berlin sowie die Bereiche politische Kommunikation und Krisenkommunikation zuständig. Eicher leitet das operative Geschäft der Agentur und verantwortet die Bereiche Markenkommunikation, Projektkommunikation, Kampagnen sowie den Standort Stuttgart.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Cannes: Jung von Matt gewinnt bronzenen PR-Löwen – das war's aus deutscher Sicht



Enttäuschendes Abschneiden für die deutschen Teilnehmer bei den Cannes Lions in der Kategorie PR. Den einzigen deutschen PR-Löwen errang Jung von Matt, Hamburg. Die im Auftrag des Deutschen Roten Kreuzes und in Kooperation mit der Fußball-Bundesliga umgesetzte Blutspendekampagne „Give Blood. Give Power“ wurde mit einem PR-Löwen in Bronze ausgezeichnet. Das war's dann auch schon. Die übrigen drei deutschen Agenturen, die es auf die Shortlist geschafft hatten, gingen mit ihren Nominierungen leer aus. Im Vergleich zum Vorjahr, als noch 13 deutsche Beiträge auf die Shortlist kamen, war das Ergebnis also in diesem Jahr sehr mager. Petra Sammer, deutsches Jurymitglied von Ketchum Pleon kritisierte, den deutschen Beiträgen fehle in diesem Jahr die Leidenschaft. Insgesamt schafften es 181 Beiträge auf die PR-Shortlist, also 23 mehr als im Vorjahr. Den PR-Grand Prix Award gewann mit der New Yorker Vertretung von Edelman immerhin eine PR-Agentur.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche

ECC: Dialog und Austausch über drei Tage

Drei Tage spannende Vorträge hören, fachliche Themen diskutieren, in Workshops vertiefen, sich mit Kollegen aus 14 Ländern austauschen und nicht zuletzt über ethische Fragen des PR-Berufs reflektieren, das war – kurz gefasst – die European Communications Convention. Sie fand vom 19. bis 21. Juni in München, Garmisch-Partenkirchen und im Kloster Ettal statt. Die Tagung begann zweige



teilt: Etliche DPRG-Mitglieder nahmen an der Mitgliederversammlung teil, zu der die DPRG an den Münchner Flughafen eingeladen hatte. Obwohl die Versammlung mit Neuwahl und richtungsweisenden Anträgen wichtig war, entschied sich eine ganze Reihe von Mitgliedern, gleich zur Macromedia Hochschule an der Münchner Theresienwiese zu kommen, wo sich auch Nichtmitglieder und zahlreiche ausländische Gäste trafen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Lösung im DRPR-Streit in Sicht?

Es gab Ärger im Deutschen Rat für Public Relations (DRPR). Ausgerechnet im freiwilligen Organ der Selbstkontrolle des PR-Berufsfeldes gab es interne Auseinandersetzungen, die sich über Monate hinzogen und nicht beigelegt werden konnten. Man mag es kaum glauben, aber es gab Streit um die korrekte Auslegung des Vereinsrechts. Hintergrund war, dass der Vorsitzende des Träger-

vereins, Stephan Cremer, nicht fristgerecht zur Jahreshauptversammlung eingeladen hatte und in Folge dessen auch nicht fristgerecht die potenziellen neuen Mitglieder für den Rat für 2014 benannt werden konnten. Das alles spielte sich noch im vergangenen Jahr ab. Seither streiten sich die Träger de'ge'pol (Deutsche Gesellschaft für Politikberatung) auf der einen und GPRA (Gesellschaft PR-Agenturen), DPRG (Deutsche Public Relations Gesellschaft) und der BdP (Bundesverband deutscher Pressesprecher) auf der anderen Seite, wie mit der Situation umzugehen sei.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zwischen ernsthafter Kunst und Storytelling



Während sich die Digital Natives regelmäßig neu erfinden, Kultur für sich selbst entwickeln und zum generationenübergreifenden Trend erheben, hat es der klassische Kulturzweig um Museen, Theater und Oper immer schwerer, Aufmerksamkeit zu generieren. Einzelne Veranstaltungsabende müssen zu Events erhoben, Geschichten für die Social Media neu erzählt werden; Zielgruppenerschließung setzt im Vorschulalter an. Bettina Bermbach (Foto), Pressesprecherin der Hamburgischen Staatsoper, hat den Wandel der Theater-Kommunikation in den letzten Jahren miterlebt und beschreibt drei Aspekte, auf die sich die Oper heute einlassen muss, um in den Medien stattzufinden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (1) (25. KW-2014)

1. Aus der Kölner **Medienproduktionsagentur „Die Druckkompanie“** wird **„Medienrausch“**. Die Geschäftsführer Mathias Vaupel und Jan Bruns wollen sich den Herausforderungen eines sich wandelnden Marktumfelds besser stellen können und **erweitern** parallel zur Umfirmierung die **Angebotspalette** um

Mit uns ist gut Kirschen essen.

Pitchberatung bei Lautenbach Sass.

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

die Geschäftsbereiche Online & Mobile, Content & Medientechnik sowie Digital Signage. Als Full-Service-Partner will Medienrausch nun umfassende Multimedia- und Crossmedialösungen aus einer Hand anbieten. Weitere Informationen direkt auf der [Medienrausch-Website](#).

Medien

Medien compact (2) (25. KW 2014)

1. Die Zahl der Redakteure, die an Zeitungen arbeiten, ist auf knapp 13.000 gesunken. Der Marktanteil der zehn führenden Verlagsgruppen an der verkauften Tageszeitungsaufgabe liegt 2014 bei knapp 60 Prozent. Die **Werberlöse bei Zeitungsverlagen sind seit dem Jahr 2000 um mehr als 50 Prozent gesunken**. Das sind Schlaglichter aus einer **Bestandsaufnahme zur Konzentration des Pressewesens in Deutschland**, die der **Zeitungsforscher Horst Röper vom Dortmund**

der Formatt-Institut jetzt vorgelegt hat. Lesen Sie den ausführlichen Artikel über von Stefan Winterbauer auf „meedia.de“.

2. „Bild“ und „Welt“ melden erstmals Verkaufszahlen beim neuen IVW-Meldeverfahren für Paid Content. Die erste Ausweisung erfasst die Daten aus Mai 2014 und wurde am 17. Juni 2014, von der IVW veröffentlicht. Für beide Axel-Springer-Medienmarken zeigen die Ergebnisse nach eigenen Angaben ein solides Wachstum des digitalen Abonnenten-Stamms. Laut der IVW-Zahlen für Mai 2014 erreicht „Bild“ insgesamt 200.571 digitale Abonnenten. „Die Welt“ erreicht im selben Monat insgesamt 52.672 digitale Abonnenten, die in der IVW gezählt werden.

Social Media

HealthShare Award von DocCheck: Gewinner stehen fest



Eine Verhütungskampagne aus Italien und ein deutsches Fotoprojekt gegen Kinderkrebs entscheiden den Kampf um den HealthShare Award für sich.

Auch ein „Special Honour“ wird vergeben. Die DocCheck Community hat gevotet und das sensible Blog „*Flugkraft*“ der Fotografin Marina Proksch-Park als Crowd Cup-Sieger erkoren. Das Projekt versucht, das Tabuthema Krebs bei Kindern aufzubrechen – und trifft den Nerv der Community. Die Fotografin besucht und unterstützt betroffene Familien, um ihre „Sturmzeit“ in nachdenklichen, aber auch lebensfrohen Fotografien festzuhalten – und sorgt so für Aufmerksamkeit für das Thema. Bei der Award-Jury gepunktet hat auch Durex Italien mit der Aktion „Durex Loveville“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Content Strategy Forum: Internationaler „Wanderzirkus“ für Praktiker



Content ist derzeit ein viel diskutiertes Schlagwort in Marketing und Unternehmenskommunikation. Vielfältige internationale Perspektiven auf das Thema bietet das [Content Strategy Forum vom 1. bis 3. Juli](#) in Frankfurt am Main. Mehr als 50 Expertinnen und Experten aus 15 Ländern vermitteln ihre Erfahrungen aus Projekten bei BMW, Bosch, E-Plus, eBay, der Europäischen Kommission, Facebook, MLP, Nestlé, dem 1. FC Köln und weiteren Organisationen. Das „PR-Journal“ sprach im Vorfeld mit Organisator Sascha Stoltenow (Foto).

PR-Journal: *Es gibt jede Menge Buzzwords in Kommunikation und Marketing. Content und Content Marketing reihen sich hier ein. Was heißt Content für Sie?*

Sascha Stoltenow: Content ist zunächst ein technischer Begriff. Er bezeichnet die Inhalte, die

Unternehmen, Organisationen und Medien erstellen und veröffentlichen. Neu ist, dass heute auch das Publikum, die Möglichkeit hat, aktiv zu werden. Durch die digitalen Kanäle wächst die Zahl dieser Inhalte exponentiell...

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Unser Sommermenü III - Wolfsbarsch im Salzmantel mit Zitronen-Püree



(nsb) Drei grundverschiedene Fische werden leicht verwechselt, weil sie ähnliche Namen tragen: Wolfsbarsch, Seewolf und Seeteufel. Beginnen wir mit dem Letzteren, auch Anglerfisch oder Lotte genannt. Er ist ein Urviech, das am Meeresgrund auf Stummelarmen läuft, auf vorbei schwimmende Beute wartet und mit seinem riesigen Maul verschlingt. Auch Seewölfe leben am Grund und haben ein kräftiges Gebiss, weshalb sie auch als Steinbeißer gehandelt werden.

Der Wolfsbarsch ist ein eleganter Schwimmer mit silbrigem Schuppenkleid. Nur von ihm ist hier die Rede, der als Lubina (Spanien), Branzino (Italien) oder Loup de Mer (Frankreich) überall ein begehrter Tischgenosse ist. Darum kommen die meisten Exemplare inzwischen aus Zuchtbetrieben. Unser Rezept verwendet große Mengen Salz. Für diese Art der Zubereitung ist das graue, unraffinierte, grobe Salinensalz vonnöten. Im deutschen Delikatesshandel ist es viel zu teuer. Wer kann, bringt es sich in Zwei-Kilo-Päckchen aus Frankreich oder anderen südlichen Ländern mit Salinenkulturen mit. Ich bevorzuge das graue, grobe Salz aus dem bretonischen Ort Guerande.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Lesehinweise

Appell: Technik darf journalistische Inhalte nicht verändern

„Ich bin noch jung, 19 Jahre alt. Ich will Journalistin werden. Mittlerweile hat (hoffentlich) auch der Letzte begriffen, dass zukünftig Journalisten nicht mehr am Netz vorbeikommen werden. Das ist gut. Aber nun beginnen unsere Lehrer, die quantitative Leserforschung zum Bestandteil unserer Ausbildung zu machen - und zwar ohne uns vor ihren Gefahren zu warnen. Oft kennen sie diese Gefahren nicht einmal selbst.“ Mit dieser lesenswerten Kritik an ihrer Ausbildung wartet die angehende Journalistin Helke Ellersiek aus Köln auf. In einem Beitrag mit der Überschrift „Das kälteste Gewerbe“, erschienen auf *„derFreitag“*, kritisiert sie, dass Marketingexperten den Fortbestand des Journalismus sichern wollten, doch dass genau dieser Versuch ihn kaputt machen könne. Als Kronzeugen führt sie den am 12. Juni verstorbenen Frank Schirrmacher, Herausgeber der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ (FAZ), an. Lesen Sie das beachtliche Stück einer 19-Jährigen auf *„derFreitag“*.

Bildung

Bildung compact (4) (25. KW-2014)

1. Ein siebenköpfiges „**Board of Trustees**“ wird die private **Macromedia Hochschule** zukünftig in Prozessen der Internationalisierung, Organisationsentwicklung und Ausbau des Kooperationsnetzwerks beraten. Das teilte der Hochschulpräsident Jürgen Faust anlässlich der konstituierenden Sitzung des Gremiums am 23. Juni in München mit. Die Position des **Chairman wird von Heidi Stopper bekleidet**, Vorstand Human Resources der ProSiebenSat.1 Media AG, Juristin und langjährige hochrangige Führungskraft in Medien- und Technologiekonzernen. Wer die weiteren Mitglieder sind, erfahren Sie direkt auf der [Website der Macromedia-Hochschule](#).
2. Bessere Kommunikationsarbeit: Ab dem **Wintersemester 2015/2016** soll es an der **Hochschule Osnabrück** einen neuen **Studienschwerpunkt „Medien- und PR-Management in der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft“** geben. Das berichtet „[topagrar.com](#)“, ein Nachrichtendienst für Agrarpolitik und Landwirtschaft aus Münster. Die Hochschule will dann jährlich zehn Studierende vertieft im Bereich „Agrarkommunikation“ ausbilden. Lesen Sie den Beitrag auf „[topagrar.com](#)“.
3. Vorbehaltlich der ausstehenden Genehmigung durch die Bezirksregierung Köln startet das **Joseph-DuMont-Berufskolleg in Köln** am 2. Februar 2015 die **neue Fachschule für Medien- und Eventmanagement**. Das Angebot richtet sich als **berufsbegleitende Weiterqualifizierung** an Kaufleute, die im Medien- und Eventbereich arbeiten. Das achtsemestrige Fachschulstudium soll an drei Abenden in der Woche stattfinden. Nach der Abschlussprüfung erwerben die Absolventen den Titel „staatlich geprüfte/r Betriebswirt/in mit dem Schwerpunkt Medien- und Eventmanagement“. Es werden keine Studiengebühren erhoben. Weitere Informationen direkt auf der [Website des Joseph-DuMont-Berufskollegs](#).
4. Medien bestimmen heute unser aller Alltag – allen voran die digitalen. Im Leben und im Job gilt es, den Herausforderungen der sich ständig verändernden digitalen Gesellschaft nicht



nur professionell zu begegnen, sondern auch die digitale Zukunft mitzugestalten. Wer als Manager, Kommunikator, Designer oder Journalist Karriere machen will, ist jetzt herzlich eingeladen den **Master's Day in München am 21. Juni oder in Berlin am 28. Juni**, jeweils an der Macromedia Hochschule, zu besuchen. Dort können sich **Bachelorabsolventen und andere Studieninteressenten aus erster Hand über die Master-Studiengänge der Macromedia Hochschule informieren**.

Termine

6. Sommer Symposium: Karriere im Wandel



Die Kommunikationsbranche verändert sich: Ebenso wie digitale Medien einen immer größeren Raum einnehmen, entstehen immer speziellere Berufsbilder. Doch wie können Berufsein- und -aufsteiger in der Kommunikationsbranche „Karriere in Zeiten des Wandels“ machen? Das erfahren die Teilnehmer beim 6. Sommer Symposium des PR Career Centers am 20. September 2014 in Düsseldorf – und zwar von Top-Referenten mit langjähriger Branchenexpertise. Auf der Bühne diskutieren Kommu-

nikationsexperten aus Agenturen und Unternehmen. In Workshops, Diskussionsrunden und Einzelgesprächen vermitteln sie den Teilnehmern, wie junge Menschen heute erfolgreich ihre Karriere in der Kommunikationsbranche starten und welches Rüstzeug sie dazu im Gepäck haben sollten.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Termine compact (4) (25. KW-2014)

1. Im Herbst setzt die **Convento GmbH ihre Veranstaltungsreihe der PR-Frühstücke** fort. Jeweils referiert ein PR-Professional über ein Thema, anschließend tauschen sich die Teilnehmer beim Frühstück mit ihren Kollegen aus. Convento organisiert und sponsert die Veranstaltungen, die Teilnahme ist kostenlos. Für den Herbst ist eine Veranstaltung in **Hamburg am 9. September**, Thema: „Willst Du, dass man Gutes von Dir sagt, so sage es nicht selbst.“ und eine in **München am 7. Oktober**, Thema: „Reputationsmanagement und Krisenkommunikation im Shitstorm.“, geplant. Programm und Online-Anmeldeformular finden sich auf der [Convento-Website](#).
2. Der **LPRS - Leipziger Public Relations Studenten e.V.** – hat am **30. Juni Katrin Münch zu Gast**. Die Abteilungsleiterin Kommunikation bei der SPD ist Referenten beim letzten PR-Salon dieses Semesters. Ab 19 Uhr dreht sich in der Villa Ida, Menckestraße 27, alles um das Motto „**Zwei Kreuze für die SPD!? – Herausforderungen bei der Wahlkampf-kommunikation**“. Beim PR-Salon wird sie über die Herausforderungen bei der Wahlkampf-kommunikation und den kommunikativen Alltag der SPD berichten.
3. Nie zuvor gab es vielseitigere Möglichkeiten, um unternehmensrelevante Inhalte zu platzieren, nie effektivere Kanäle, sein Publikum zu erreichen. Die **Deutsche Presseakademie (depak)** nimmt sich daher des Themas an und veranstaltet vom **9. bis zum 13. September** das intensive **Seminar „Content Marketing“**. Von Storytelling bis zum journalistischen Arbeiten, vom Themen-Monitoring bis zum Agenda-Setting und den Möglichkeiten der Social Media – in Workshops, Gruppenarbeit und Exkursionen werden die Teilnehmer mit wesentlichen Elementen des Content Marketing vertraut gemacht und lernen wie Journa-



4. listen zu arbeiten. Weitere Informationen und Anmelde-möglichkeit auf der [depak-Website](#).
4. Vom **4. bis 6. Juli** findet in den Räumlichkeiten der Bene AG in **Wien** unter dem Titel **#prcamp14** zum dritten Mal ein Barcamp zum **Thema Public Relations und Unternehmenskommunikation** statt. Organisiert wird die Veranstaltung wieder von den Public Relations Newcomers Austria (prNa) und dem Public Relations Verband Austria (PRVA). Zusätzlich gibt es ein Rahmenprogramm, um das Netzwerken zu erleichtern. Den Auftakt bildet ein Warm-up-Event am 4. Juli. Für den Erhalt der kostenfreien Tickets ist eine Registrierung auf der [Website für das prcamp](#) nötig.

Tipps

Versicherungsschutz von Agenturen: Umfrage zu größten Risiken

Wenn ein Versicherungsunternehmen behauptet, dass der Risikoschutz ihrer Klientel unzureichend ist, ist Skepsis angesagt. So auch in Bezug auf eine aktuelle Umfrage des Spezialversicherers Hiscox, München, unter 240 deutschen Agenturen. Demnach wüssten Agenturen um ihre Risiken, seien jedoch vielfach nicht ausreichend abgesichert.

Gegen zunehmende Gefahren wie Datenverlust, unbezahlte Leistungen oder Cyber-Kriminalität, so heißt es, würden selten Schutzmaßnahmen getroffen. Doch trotz Skepsis, die Umfrage bringt einige interessante Fakten zutage.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Literatur

Literatur compact (1) (25. KW-2014)

1. Neu, wichtig und interessant? Das sind die Faktoren, an denen Journalisten den Nachrichtenwert von Unternehmensneuigkeiten messen. Wenn Unternehmen mit Öffentlichkeitsarbeit bei den Medien Gehör finden wollen, müssen sie die Bedürfnisse der Medienmacher befriedigen. Wie das geht und wie man im Konkurrenzkampf um Aufmerksamkeit besteht, beschreibt **Autor Kai Oppel** in der zweiten Auflage seines Ratgebers „**Crashkurs PR**“. Die Angaben zum Buch: Kai Oppel, Crashkurs PR, Verlag C.H.Beck, München, Reihe Beck kompakt, 128 Seiten, ISBN: 978-3-406-65978-2, 6,90 Euro. Die Bestellung ist auch online im [Beck-Shop](#) möglich.



Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (51)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- [vom Hoff Kommunikation sucht PR-Volontär \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [vom Hoff Kommunikation sucht Redakteur \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [PR-Junior-Berater \(m/w\) Wirtschaft und Finanzen, Hamburg](#)
- [PR-Volontariat in Berlin](#)
- [\(Junior\) PR-Berater/in für den Standort Berlin](#)

- (Junior-) PR-Berater/in für Finanzkommunikation, Frankfurt
- Trainee Healthcare (m/w), Frankfurt
- PR-Berater (w/m), Hamburg
- Junior PR-Berater (m/w), Hamburg
- Senior Account Manager PR (m/w), Schwerpunkt Lifestyle & Beauty, Hamburg
- PR-Redakteur (m/w), Schwerpunkt Lifestyle & Beauty, Hamburg
- Seniorberater/in für den Bereich Unternehmenskommunikation, Frankfurt a.M.
- Junior PR-Berater/in in Vollzeit, Hamburg
- PR-Traineeship (12 Monate) im Rheingau (Nähe Wiesbaden)
- Studentische Aushilfskraft (m/w), Düsseldorf
- Aufgeweckter Junior Communications Manager (m/w), Düsseldorf
- PR-Trainee Text (m/w) mit Schwerpunkt Mobilität/Technik, Tübingen
- PR-Berater/in mit Schwerpunkt Mobilität & Technik, Tübingen
- PR-Volontär (m/w) zum 1. Juli, Berlin
- Junior Account Manager PR (m/w), Schwerpunkt Automotive, Hamburg
- Junior Account Manager PR (m/w), Schwerpunkt Lifestyle, Hamburg
- Praktikanten (m/w) für Klenk & Hoursch, Frankfurt a.M. und München ab September 2014
- Hamburger PR-Agentur sucht Junior Berater/in zum nächstmöglichen Zeitpunkt
- Volontär/-in PR, Schwerpunkt Lifestyle, Hamburg
- vom Hoff Kommunikation sucht PR-Berater (m/w), Düsseldorf
- PR & Marketing Manager (m/w), Babenhäuser
- PR-Junior-Berater/in, Berlin
- Junior-PR-Redakteur/-in, Starnberg
- PR-Berater/in, Berlin
- Junior-PR-Berater (m/w) bei additiv pr, Montabaur
- Standortleiter (m/w) in Köln
- Assistentin für die Geschäftsleitung, Düsseldorf
- Trainee im Bereich Markenkommunikation, Hamburg
- PR-Berater für eine Kommunikationsagentur in Hamburg
- Jeschenko sucht PR-Trainee und Junior PR-Berater (m/w) für den Standort Köln



- PR Berater/-in im Bereich Unternehmenskommunikation am Standort Frankfurt
- Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)
- Berater Consumer-PR (m/w) ab sofort in München

Unternehmen

- Spezialist Kommunikation (m/w) im Bereich Marketing/Vertrieb, Hallbergmoos bei München
- (Senior) PR Consultant (m/w), Hamburg
- Mitarbeiter (m/w) für Marketing und Kommunikation, Frankfurt
- Novartis Oncology sucht einen Communications Manager (w/m), Nürnberg
- Redakteur/Texter (w/m), Freiburg

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

23. Juni 2014 um 18:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.524 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"; Matthias 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; 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 PageImpressions.** 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](#)