

PR-Journal Newsletter

Nr. 459 / 07. KW 2015

Seite 1

Pfeffer startet 19. Ranking zur Analyse des PR-Agenturmarktes in Deutschland

Das PR-Umsatzranking für 2014 ist gestartet. Gerhard A. Pfeffer, Gründer und Herausgeber des „PR-Journals“, hat für die 19. Auflage seiner Abfrage zum PR-Agenturmarkt in Deutschland 1.630 deutsche Agenturen und PR-Berater per E-Mail angeschrieben und zur Teilnahme eingeladen. Sie haben nun Zeit bis zum 10. März ihre Angaben zur Geschäfts-, Umsatz- und Mitarbeiterentwicklung zu machen. Bis zum 13. April liegen die Ergebnisse dann zur Veröffentlichung im „PR-Journal“ und den weiteren Branchenmedien vor. Sollten Agenturen die Einladung nicht erhalten haben, aber dennoch teilnehmen wollen, können sich die Interessenten direkt beim „PR-Journal“ unter der E-Mail-Adresse ranking@pr-journal.de melden. Sie werden dann in den Online-Verteiler aufgenommen, einer Teilnahme am Ranking steht dann nichts mehr im Weg. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Weltweit größtes Forschungsprogramm zur Unternehmenskommunikation gestartet

Bringt das nun die Unternehmenskommunikation in ihrer öffentlichen Wahrnehmung voran? Jedenfalls standen die Zeichen selten so günstig: Denn erstmalig hat sich in Europa eine Gemeinschaftsinitiative von mehr als 30 Unternehmen und vier Universitäten zusammengefunden, um sich gemeinsam der Forschung über Unternehmenskommunikation anzunehmen. Die Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation hat mit

„Value Creating Communication“ ein neues Forschungsprogramm aufgesetzt. Die zentralen Ziele: die Zukunft der Unternehmenskommunikation gestalten, ein konsistentes Profil der Profession erarbeiten und den Beitrag zur Wertschöpfung klar herausstellen. Wissenschaftler der Universitäten Leipzig, Hohenheim und Münster sowie der Humboldt-Universität zu Berlin werden gemeinsam mit internationalen Forschern und Kommunikationschefs führender deutscher Unternehmen wesentliche Bereiche des Kommunikationsmanagements vermessen.



Foto: Die akademische Leitung des Forschungs-

programms Value Creating Communication (v.l.n.r.): Die Professoren Ansgar Zerfaß, Universität Leipzig, Claudia Mast, Universität Hohenheim (Stuttgart), Günter Bentele, Universität Leipzig, Ulrike Röttger, Westfälische Wilhelms-Universität Münster sowie Joachim Schwalbach, Humboldt-Universität zu Berlin. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Marianne Dölz leitet Facebook in der D-A-CH-Region



Marianne Dölz (Foto, 47) wird ab Februar 2015 die Leitung von Facebook in Deutschland, Österreich und der Schweiz übernehmen. Als Country Director D-A-CH tritt sie damit die Nachfolge von F. Scott Woods an, der sich auf eigenen Wunsch neuen Aufgaben innerhalb von Facebook widmen wird. Dölz wird an Martin Ott, Managing Director Northern, Central and Eastern Europe bei Facebook, berichten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Inhaltsverzeichnis

Der 459. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 38 Einzelmeldungen.

1. *Pfeffer startet 19. Ranking zur Analyse des PR-Agenturmarktes in Deutschland*
2. *Weltweit größtes Forschungsprogramm zur Unternehmenskommunikation gestartet*
3. *Marianne Dölz leitet Facebook in der D-A-CH-Region*
4. *Personalien compact - Unternehmen (5) (07. KW-2015)*
5. *Personalien compact - Sonstige (3) (07. KW-2015)*
6. *Personalien compact - Agenturen (8) (07. KW-2015)*
7. *Etats compact (18) (07. KW-2015)*
8. *Eigentümer von One Billion Voices übernimmt BZ.Comm*
9. *„PR-Journal-Umfrage“ zur Bezahlung von PR-Ausbildung in Agenturen*
10. *Kommunikation von Versicherungen: Umfrage Schadenmanagement der Generali Versicherungen*
11. *DPRG begrüßt Gesetzentwurf zu Karenzzeiten*
12. *Vom Bauchgefühl zur Strategie*
13. *PR-Interview Nr. 126 – Christopher Graves: „Ogilvy sollte selbst weiter lernen“*
14. *Gericht: Manchmal muss es doch Kaviar sein - Terrine von Gambas nach Thai-Art mit dreierlei Kaviar*
15. *ECC '15 - Ein Kongress im Mai in drei Ländern am Bodensee*
16. *Inhalt zählt – Content Strategy Camp an der Hochschule Darmstadt*
17. *Termine compact (1) (07. KW-2015)*
18. *Seminare compact (2) (07. KW-2015)*
19. *Unternehmen vernachlässigen mobile Nutzung ihrer Presseseiten*
20. *Bevölkerungsumfrage: Dax-CEOs als unbekannte Wesen*
21. *Preise und Awards compact (1) (07. KW-2015)*
22. *Jobbörse*
23. *Impressum*

Alaaf und Helau – Rosenmontag am Rhein. Unser Chefredakteur feiert wohlverdient die fünfte Jahreszeit am Rhein. Und ich darf als Rosenmontags-Vertreter heute die Schluss-Redaktion und den Newsletter machen. Denn Sie warten ja Morgen um sieben Uhr auf Neues aus der PR-Welt. Wenn alles fertig ist, gönne ich mir auch noch ein Fläschen Wein! Alles Gute!

Ihr Gerhard A. Pfeffer



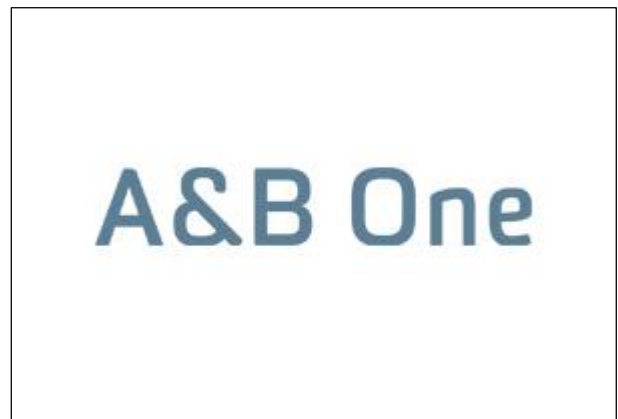
Personalien compact - Unternehmen (5) (07. KW-2015)

1. **Plettenberg-Görlitzer von Vorwerk zum Sportartikelhersteller Hudora: Verena Plettenberg-Görlitzer** (42) ist seit Januar neue Leiterin der Bereiche Marketing und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Sportartikelhersteller Hudora in Remscheid. Die Position wurde neu geschaffen. Plettenberg-Görlitzer war zuletzt Kommunikationsverantwortliche für den Geschäftsbereich „Kobold Staubsauger“ bei Vorwerk. Bei Hudora berichtet sie an die Geschäftsleiter Evelyn und Maximilian Dornseif.
2. **Valentina Wehr** (33) wird ab dem 1. Mai Pressechefin des Pay-TV-Senders Fox in München. Sie wird Nachfolgerin von **Tobias Tringali**, der bereits Anfang des Jahres zu Amazon wechselte. Zuletzt war Wehr Senior Manager Consumer Communications beim Pay-TV-Sender Sky. Sie wird an den Geschäftsführer und Senior Vice President, **Marco de Ruiter**, berichten.
3. **Jan Bärwalde** (40) steigt auf, und zwar zum Matterhorn. Ab dem 1. Mai wird er neuer Leiter der Unternehmenskommunikation und Mediensprecher bei dem Schweizer Touristikunternehmen Matterhorn Gotthard Bahn/BVZ Holding in Zermatt. Er wurde Nachfolger von **Melanie Truffer**, die zum 1. März als Leiterin Marketing und Kommunikation zur Fernuni Schweiz in Brig wechselt. Bärwalde ist seit 2013 Leiter Marketingkommunikation Technology & Production bei der Messe Frankfurt. In seiner neuen Position wird er an Chief Executive Officer **Fernando Lehner** berichten.

4. **Fitnesstrainer neuer Pressesprecher bei McFit in Berlin: Pierre Geisensetter** (42) verstärkt ab sofort das Team der Fitnesskette McFit, Unternehmenssitz in Schlüsselfeld.. Als Unternehmenssprecher repräsentiert er das Fitnessunternehmen und berichtet in seiner neuen Funktion direkt an die Leiterin der Unternehmenskommunikation **Miryam-Jeanine Minaty**. Geisensetter, der selbst ausgebildeter Fitness-trainer ist, begann seine berufliche Laufbahn 1995 mit einem Redaktionsvolontariat in der Funkhaus GmbH Nürnberg. Als Moderator verschiedener Fernsehformate stand er ab 1999 unter anderem für die ARD, RTL und zuletzt acht Jahre für das ZDF vor der Kamera.
5. **Spirituosenhersteller Brown Forman mit neuer Kommunikationsstelle: Miriam Hiller** (38) ist bereits seit Oktober 2014 neue Leiterin des neu geschaffenen Bereichs Communications and External Affairs des Spirituosenherstellers Brown-Forman Deutschland in Hamburg. Zuvor war Hiller in der Tabakindustrie tätig, zuletzt als Regulatory Affairs Manager bei British American Tobacco. In ihrer neuen Funktion bei Brown-Forman berichtet sie an **Svenja Dimke**, HR-Direktorin und verantwortlich für Personal und Kommunikation, sowie an **Kerry Walsh Skelly**, Director Corporate Affairs Europa und Mittlerer Osten.

Personalien compact - Sonstige (3) (07. KW-2015)

1. **Breiding in Brandenburg vom Bildungszum Wissenschaftsministerium: Stephan Breiding** (46) ist als Nachfolger von **Hans-Georg Moek** seit Januar neuer Pressesprecher und Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg in Potsdam. Breiding war zuvor als Pressesprecher des Ministeriums für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg tätig. Er berichtet an Wissenschaftsministerin **Sabine Kunst**. Vor seinem Wechsel in die Politik im Jahr 2006 war Breiding Redakteur bei der „Märkischen Allgemeinen Zeitung“.
2. **Stephanie Reisinger** (45) übernimmt die Elternzeitvertretung für **Christian Honnes** in der Pressestelle des Landesverbands der Grünen in Berlin. Seit dem 1. Februar ist sie für acht Monate die neue Ansprechpartnerin in der Pressestelle der Grünen in Berlin. Reisinger



- berichtet an **Bettina Jarasch** und **Daniel Wesner**, die Vorsitzenden des Landesverbands. Zuletzt war sie als stellvertretende Pressesprecherin für die Kreisverwaltung Havelland tätig.
3. **Leonie Heitmüller** (31) arbeitet seit dem 1. Februar als neue Pressesprecherin für den Bundesverband Direktvertrieb Deutschland (BDD) in Berlin. Zuvor war Heitmüller Leiterin der PR-Abteilung beim Startup-Unternehmen Blacklane. Sie wurde Nachfolgerin von **Verena Coscia** und berichtet an den Geschäftsführer **Jochen Clausnitzer**. Der BDD vertritt Direktvertriebsunternehmen des privaten Konsumgüter- und Dienstleistungsbereichs.

Personalien compact - Agenturen (8) (07. KW-2015)

1. **Indre Zetsche neue Business Directorin bei JK in Berlin. Indre Zetsche** (42) verstärkt als Business Direktorin das Kompetenzfeld Dialogkommunikation bei Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation GmbH (JK) in Berlin und führt eine Beratungseinheit mit acht Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Sie war vorher zehn Jahre bei IFOK beschäftigt, wo sie als Geschäftsfeldleiterin zuletzt die Themenfelder Technik- und Wissenschaftskommunikation, Innovation und Digital verantwortete.
2. **Martin Becker wird Senior Director bei Burson-Marsteller. Martin Becker** (42) wechselt in Berlin von Fleishman-Hillard als Senior Director für das Beratungsfeld Energie und Umwelt zu Burson-Marsteller. Becker wird zudem stellvertretender Leiter des Berliner Standorts

und Mitglied im Management Team der internationalen Agentur für Public Relations und Public Affairs. Er wird direkt an **Christian Thams**, Chief Operating Officer und Leiter des Berliner Büros, berichten. **Alexander Fink**, CEO von Burson-Marsteller, führt mit der Einstellung von Becker den angekündigten Ausbau seines Senior-Teams konsequent fort.

3. **Hamburger Agentur Frau Wenk wächst auf neun Mitarbeiter: Katharina Vanzella** (32) und **Cara Hönkhaus** (22) sind neue Mitarbeiterinnen der Agentur Frau Wenk. Vanzella kommt von der Kommunikationsberatung a+o, wo sie 2009 zunächst als Volontärin ihre PR-Laufbahn startete und dann als PR-Beraterin für Kunden wie Google Deutschland und YouTube tätig war. Bei Frau Wenk arbeitet sie im Bereich Consumer-PR und berät eigene Kunden wie das Versicherungs-Start-up Community Life. Hönkhaus beginnt ihre Ausbildung als PR-Volontärin im Werbetechnologie-Team und berichtet an Teamleiterin **Susanne Hopenhshuh**.
4. **vitamin e holt in Hamburg neue Senior Projektmanagerin an Bord: Katrin Schmalfeldt** (37) unterstützt seit dem 1. Januar als Senior Projektmanagerin im Bereich Events das Team von vitamin e Hamburg. Sie kommt von east end communications, wo sie seit 2007 tätig war. Dort steuerte Schmalfeldt als Senior Projektmanagerin diverse Veranstaltungen aller Größenordnungen für Kunden aus den Bereichen Beauty & Lifestyle, Automotive und Kreuzfahrt. Bei vitamin e wird sie zukünftig für die Konzeption und Leitung von Projekten im Event-Bereich verantwortlich sein.
5. **komm.passion mit zwei neuen Mitarbeiterinnen: Eike Koch** (33), seit Ende 2014, und **Ann-Kristin Kolodziej** (24), seit Jahresbeginn 2015, sind neu im Team der Düsseldorfer Kommunikationsagentur komm.passion. Koch, die bei komm.passion in Hamburg eingesetzt wird, kam von Faktor 3, ebenfalls Hamburg, wo sie als Beraterin tätig war. Zuvor arbeitete sie fünf Jahre bei MPR Dr. Muth Public Relations. Kolodziej, die als Trainee eingestellt wurde, weist neben ihrem universitären Abschluss in Germanistik und Spanisch PR-Erfahrung sowohl auf Agentur- als auch auf Unternehmensseite auf.
6. **Kölner Agentur Leven erweitert die Geschäftsführung: Antje Borm-Flammersfeld**, seit vier Jahren bei der Kölner Agentur Leven

KOMM·PASSION

GmbH & Co. KG, ist seit Januar neue stellvertretende Geschäftsführerin. Ihre erste Amtshandlung: ein Markenrelaunch mit neuer Website für die Agentur und die Unit Plus PR. Borm-Flammersfeld soll Nachfolgerin von Agenturchef **Wilfried Leven** werden. Laut Pressemitteilung kennt sie sich aus mit Below und Above the Line Kommunikation. Bisher hatte sie Stationen in der PR, im Eventmarketing, in der Live Kommunikation und in der Werbung.

7. **Christina Hübl** (33) ist neues Mitglied im Team Hotel & Hospitality der Münchner PR-Agentur w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH. Die PR-Beraterin betreut nationale und internationale Kunden im Team und verantwortet unter anderem die Etats von Preferred Hotel Group und des Sonnenalp Resort im Allgäu. Hübl kommt vom Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband Dehoga Bayern, wo sie zuständig war für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Die gelernte Hotelbetriebswirtin verfügt über mehrjährige Erfahrung in der Luxushotelserie in Schottland und der Schweiz.
8. **Lucy Turpin Communications verstärkt sein Team: Philipp Heilos** ist neuer Mitarbeiter im Team der Münchner MarCom Agentur Lucy Turpin Communications (LTC). Er unterstützt als Account Executive seine Kolleginnen und Kollegen im Bereich Hightech, Cleantech und Life Science, mit besonderem Fokus auf Kunden aus dem Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie. Der studierte Politikwissenschaftler hatte bereits vor seiner Anstellung Erfahrungen im Bereich der nationalen und internationalen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gesammelt.

Etats

Etats compact (18) (07. KW-2015)

1. **IC AG startet 2015 mit vier Neukunden.**
 - a) spanische MedGroup (touristische Konzepte)
 - b) englischer Verlag Eaglemoss (Sammelwerke)
 - c) Airport Dallas/Fort Worth
 - d) portugiesische Associação Portuguesa de Resorts (APR)

was: PR fürs Resort Abama auf Teneriffa / PR für Mercedes 300 SL / PR für neue Konzessionen / Veranstaltungen in Düsseldorf
an: **Industrie-Contact (IC) AG für Öffentlichkeitsarbeit**, Hamburg
2. **Engel & Zimmermann gewinnt bayer. Entsorgungsunternehmen**
Verband der Bayerischen Entsorgungsunternehmen (VBS), München
was: Kampagne gegen Rekommunalisierung in der Entsorgungsbranche
an: **Engel & Zimmermann AG** Unternehmensberatung für Kommunikation, Gauting
3. IT-Karriereportal 4Scotty und Personalberatung i-potentials, Berlin
was: strategische Positionierung und sämtliche Kommunikationsfragen
an: **piäbo medienmanagement GmbH**, Berlin
4. RB Reckitt Benckiser (Hersteller von Markenprodukten wie Scholl, Durex, Finish, Strepsils, Nurofen),
was: Public Relations Consumer Health und allgemeine Medienarbeit
an: **ikp Wien GmbH** und **The Skills Group**, Wien
5. **RAG-Mitarbeitermagazin an Bissinger plus**
RAG Aktiengesellschaft, Herne
was: Mitarbeitermagazin „Steinkohle“
an: **Bissinger plus**, Hamburg
6. **Edelman exklusiver Kommunikationspartner für Gründer-Netzwerk**
Start-up-Accelerator für Hardware-Gründungen Hardware.co, Berlin
was: Planung und Umsetzung sämtlicher Kommunikationsaktivitäten in Deutschland
an: **Edelman**, München und Berlin
7. Maritim Hotel Galatzó, Paguera (Mallorca)
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



- an: **Global Communication Experts GmbH**, Frankfurt am Main
8. **Mapa GmbH vertraut ihre Kondome der Agentur kleiner und bold an**
Kondomhersteller Billy Boy, Zeven
was: Webrelaunch und Entwicklung einer neuen Kampagne
an: **Agentur kleiner und bold GmbH**, Berlin
9. **muxmäuschenwild organisiert Netzwerktreffen für EO Entrepreneurs'**
Unternehmernetzwerk EO Entrepreneurs' Organization Germany e. V., Rosenheim
was: Netzwerktreffen unter dem Motto „Embrace the struggle“ vom 1.-4. Juli
an: **Event- und PR-Agentur muxmäuschenwild**, Berlin
10. **Koob unterstützt Daimler-Vertriebspartner Lueg AG**
Fahrzeug-Werke Lueg AG,
was: Corporate Publishing, Social Media, PR
an: **Koob Agentur für Public Relations GmbH**, Mülheim an der Ruhr
11. **Schwartz PR für zwei Unternehmen der Frowein & Co Beteiligungs AG**
 - a) Medizintechnikunternehmen Simeon Medical, Tuttlingen
 - b) Spezialwerkzeughersteller Müller Präzisionswerkzeuge, Sien (Rheinland-Pfalz)
was: Kommunikation und Medienarbeit zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades
an: **Schwartz Public Relations**, München
12. **cdk macht Pressearbeit für Pure in Deutschland**
Britischer Hersteller von Unterhaltungselektronik Pure, Stockstadt/Rhein
was: Pressearbeit
an: **cdk - Claudia Dolle Kommunikation**, Mainz
13. **KGK Kommunikation gewinnt Craft als Kunden zurück**
Hersteller von Sport-Funktionsbekleidung

Craft, Borås (Südschweden)
was: PR-Etat
an: **KGK – Kern Gottbrath Kommunikation**,
Münch

14. **vitamin e für Puma auf Messen**
Sportartikelhersteller Puma SE, Herzogenaurach
was: Auftritt auf der Intersport Ordermesse
an: **vitamin e**, Nürnberg

Agenturen

Eigentümer von One Billion Voices übernimmt BZ.Comm



Die Agentur BZ.Comm, Frankfurt am Main, hat einen neuen Eigentümer. Sven Meyer (37) übernimmt das Beratungsunternehmen von Beate Zwermann (Foto). Die BZ.Comm-Beraterteams um Nadine Vicente Schaadt und Stefanie Schudlich sowie das Marketingteam um Johanna Wittmann bleiben an Bord. Der Verkauf greift zum 1. März. Dann wird Meyer beide Agenturen unter einem Dach in der Gutleutstraße in Frankfurt führen.
Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

„PR-Journal-Umfrage“ zur Bezahlung von PR-Ausbildung in Agenturen

Transparenz, Transparenz, Transparenz – dieser Dreiklang steht für das Ziel, das Motto und den Beweggrund einer neuen Umfrage in der PR-Branche. Zum dritten Mal nach 2010 und 2013 startet das „PR-Journal“ daher mit Unterstützung des Hamburger-Befragungsspezialisten Faktenkontor ab dem 10. Februar eine Umfrage bei PR-Agenturen zu den Themen Ausbildung und Vergütung von Praktikanten, Volontären und Trainees. Also, helfen Sie mit und beteiligen Sie sich als Agenturgeschäftsführer oder –inhaber an der Umfrage, so dass es in diesem Jahr mindestens 83 Agenturen sind, die teilnehmen. 2010 hatten sich 35 Agenturen beteiligt, 2013 waren es 82. An der Befragung können Sie bis zum 25.

Was tun, wenn der Ruf völlig ruiniert ist?

In einem lesenswerten Artikel für den Guardian beschreibt Chris Calland, Account Director bei der Londoner Kommunikationsberatung Hanover Communications, gleich fünf Vorgehensweisen für eine der schwierigsten Herausforderungen des Reputationsmanagements:

Was tun, wenn der Ruf einer Person schon geradezu komplett zerstört ist? Die eigene, persönliche „Marke“ keinen Marktwert mehr hat? **Lesen Sie hier seine fünf Strategien.**

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Februar teilnehmen: einfach auf den [diesen Link](#) klicken und die 4 Fragen beantworten. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

Unternehmen

Kommunikation von Versicherungen: Umfrage Schadenmanagement der Generali Versicherungen

Versicherungen sind komplexe Produkte, abstrakt und wenig greifbar. Schutz und Absicherung wünschen sich viele, mit Versicherungen beschäftigen möchte sich kaum jemand. Gleichzeitig steht die Assekuranz wie die gesamte Finanzbranche seit der Wirtschafts- und Finanzkrise nahezu permanent in der Kritik. Hohe Kosten, mangelnde Renditen, Falschberatung oder Intransparenz: So lauten die Vorwürfe. Das schlägt sich auch in den Zahlen zum

Vertrauen nieder. Eine repräsentative Umfrage der GfK Marktforschung ergab, dass lediglich 17 Prozent der Befragten noch volles Vertrauen in Banken haben. Bei den Versicherungen sind es sogar nur 13 Prozent. Was können Finanzdienstleister tun, um das Vertrauen wiederherzustellen? Kommunikation allein reicht nicht aus, kann jedoch einen Beitrag dazu leisten, wie das Beispiel Umfrage Schadenmanagement der Generali Versicherungen zeigt.



Diese Umfrage ergab - siehe Grafik -, dass die breite Mehrheit (mehr als 80%) ist mit ihren Versicherungen insgesamt bzw. im Schadenfall zufrieden ist. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Organisationen

DPRG begrüßt Gesetzentwurf zu Karenzzeiten



Viele Verbandsmitglieder haben sich zu Beginn der Amtszeit des neuen Vorstands der Deutschen Public Relations Gesellschaft e. V. (DPRG) gewünscht, dass der Vorstand sich häufiger in öffentliche Diskussionen einmischt. Aktuelles Beispiel: Die DPRG unterstützt den Gesetzentwurf der Bundesregierung zur Einführung von Karenzzeiten für Bundesminister und Parlamentarische Staatssekretäre. Die Bundesregierung schlägt vor, zwi-

Zu schnell für Ziele?

Kommunikationsplanung mit Lautenbach Sass.

Telefon + 49 69 257 82 65 - 0
www.lautenbachsass.de

schen dem Ausscheiden von Ministern und Staatssekretären und der Aufnahme einer neuen Tätigkeit eine Abkühlzeit von bis zu 18 Monaten einzuführen, sofern ein Interessenkonflikt zu erwarten ist. Dazu Norbert Minwegen (Foto), Präsident der DPRG: „Der aktuelle Gesetzentwurf ist aus Sicht der DPRG ein praxistauglicher Kompromiss zwischen der grundgesetzlich garantierten Berufsfreiheit und ethischen Anforderungen an eine transparente Interessenvertretung. Uns als DPRG ist die Prüfung des Einzelfalls wichtig. Nur durch Transparenz und klare Regelungen sowohl für politische Funktionen als auch für die Interessenvertretung können wir die besten Köpfe gewinnen.“ [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR + Reputation

Vom Bauchgefühl zur Strategie

Die IHK München bietet einen neuen Leitfaden für mehr unternehmerische Verantwortung. Mit der Broschüre „Verantwortung lohnt sich“ zeigt die IHK

für München und Oberbayern, wie Betriebe verantwortungsvolles Wirtschaften als Erfolgsstrategie im zunehmenden Wettbewerb um Marktanteile, Kunden und Fachkräfte einsetzen. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 126 – Christopher Graves: „Ogilvy sollte selbst weiter lernen“

„Das PR-Interview“ wird realisiert von **k1 gesellschaft für kommunikation**.



Anlässlich eines Deutschlandbesuchs hatte das „PR-Journal“ die Möglichkeit, mit Christopher Graves (Foto), dem Global Chairman von Ogilvy Public Relations, zu sprechen. Im Interview äußerte sich Graves über unbezahlte Pitches, das Selbstverständnis von Ogilvy und den Einfluss der Wissenschaft auf das Storytelling.

PR-Journal: *Inwiefern hat Social Media den PR-Bereich beeinflusst?*

Christopher Graves: Als Social Media vor zehn Jahren aufkam, achteten die Unternehmen zunächst hauptsächlich darauf, wie sich User zu aktuellen Problemen oder Krisen äußerten. Doch mittlerweile dienen Social Media auch immer mehr dem Businesszweck. Durch die sozialen Medien können wir Menschen zuhören und aus dem lernen, was sie sagen und suchen, um ihre Ansichten und Gefühle besser zu verstehen. So können wir respektvoll und auf Augenhöhe mit ihnen kommunizieren. Wir hören zu, analysieren und sind so in der Lage, sehr viel mehr relevanten Content für jede Zielgruppe oder sogar jede einzelne Person zu generieren. Social Media treibt heute die Wirtschaft an – nicht nur die Kommunikation. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*



Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Manchmal muss es doch Kaviar sein - Terrine von Gambas nach Thai-Art mit dreierlei Kaviar



(nsb) Vor drei Jahren zeigte ein russischer Fernsehsender befremdliche Bilder: Ein Dutzend Frauen und Männer kämpfte um den ersten Platz in einem Kaviar-

Wettessen. Jedem echten Feinschmecker dreht sich der Magen um, allein bei dem Gedanken an so etwas. Kaviar war immer teuer und nie dazu gedacht, um die Wette zu futtern.

Echten Kaviar kann sich auch in Russland nur eine winzige Oligarchenclique leisten: Ein Kilo Kaviar bester Qualität kostet aktuell rund 4 500 Euro. Obwohl heute nur noch der kleinere Teil aus Wildfang kommt, steigen die Preise weiter. Reiche und Status-süchtige in aller Welt wollen Kaviar und bezahlen dafür jeden Preis. Wer echten Beluga, Ossieta oder Sevruga genießen will, braucht ein dickes Bankkonto – schließlich gehört auch die Flasche Champagner zum Ritual; vom Besten, versteht sich. Darum gibt es seit langem Ersatzprodukte. Der „Deutsche Kaviar“ ist nicht gemeint – dieses Zeug aus Seehasenrogen ist eher für Leute gemacht, die

sich Kaviar unbedingt abgewöhnen wollen. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

Termine

ECC '15 - Ein Kongress im Mai in drei Ländern am Bodensee

Dass man einen PR-Kongress in drei Ländern abhalten kann ohne das Hotel zu wechseln, beweist die European Communications Convention ECC. Sie beginnt am Donnerstag, 7. Mai in Lindau auf der deutschen Seite des Bodensees. Am 8. Mai geht es in die Schweiz in das fast schon legendäre Würth Haus nach Rorschach. Ein Seedampfer bringt die Teilnehmer am Abend zurück nach Lindau Bad Schachen. Der Abschluss der ECC findet am 9. Mai im Festspielhaus im österreichischen Bregenz statt. Neben den Fachthemen innovative PR und PR für Innovationen steht vor allem Innovationsmanagement auf der Tagesordnung. Dazu sprechen internationale Top-Experten aus UK, Frankreich, Belgien, USA, Russland und Deutschland. "Mindestens ebenso wichtig sind aber die vielfältigen Möglichkeiten des Networkings", betont DPRG-Vorstandsmitglied Christina Kahlert, die zugleich Ko-Organisatorin ist. Immerhin wird die ECC von PR-Verbänden und -Organisationen aus vielen Ländern unterstützt, darunter dem britischen CIPR, der italienischen FERPI, der französischen SYNTEC, dem Schweizer SPRV, der rumänischen ARRP, der bulgarischen BDBO, der russischen RASO sowie Verbänden aus Slowenien, Serbien, Israel, Tschechien, der Türkei und vielen mehr. Aus Deutschland erfährt die ECC Unterstützung durch DPRG und GPRA. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*



Inhalt zählt – Content Strategy Camp an der Hochschule Darmstadt

Ein Thema, zwei Tage, mehr als 150 Expertinnen und Experten – wer am 12. und 13. Juni 2015 zum Content Strategy Camp 2015 (#cosca15) auf den Mediocampus der Hochschule Darmstadt (h_da) nach Dieburg kommt, den erwartet ein abwechslungsreiches Programm rund um Content Strategie und Content Marketing. Das Motto des BarCamps, „Content counts - Inhalt zählt“, wollen die Macherinnen bewusst mehrdeutig verstanden wissen. „Content ist innerhalb kürzester Zeit zu einem zentralen Begriff für Unternehmenskommunikation und Marketing geworden. Unternehmen setzen vermehrt Content-getriebene Projekte um. Agenturen entwickeln neue Angebote. Und ein etablierter Verband wie das Forum Corporate Publishing schreibt sich das Thema auf die Fahnen.“ fasst Thomas Pleil, Professor an der h_da, die aktuelle Entwicklung zusammen. „Das ist genau der richtige Moment, um auch über Wirkungsweisen und wirtschaftliche Aspekte zu diskutieren.“ *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*



Aspekte zu diskutieren.“ *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

Termine compact (1) (07. KW-2015)

1. **Neues PR-Film-Festival im Mai in Frankreich:** Unter der Überschrift „**Films and Companies**“ findet vom **27. bis zum 30. Mai** in La Baule in Frankreich ein neues Film-Festival statt, das vor allem PR-Videos und -Filmproduktionen in den Fokus nimmt. Veranstalter sind die französische PR- und Event-Agentur Le Public Systeme und Denis Harnois, ein Autor, Filmemacher und Vize-Präsident der Gesellschaft „La Compagnie des Reals“, der gleichzeitig auch Direktor des Festivals ist. Zur Teilnahme eingeladen sind PR-Schaffende, die ihre Filme in über 20 Kategorien einreichen können. Weitere Informationen zur Anmeldung und zum Ablauf der [Website zum Festival](#).



deutscher Unternehmen wie Audi und Hornbach. Weitere Informationen zum Seminar direkt auf der [LSoM-Website](#).

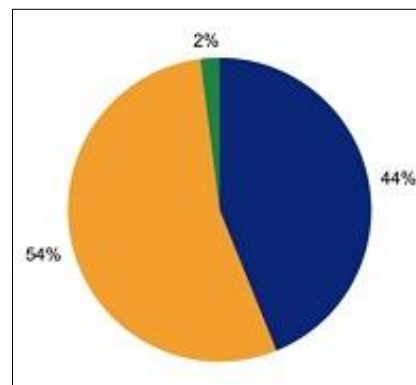
Seminare

Seminare compact (2) (07. KW-2015)

1. **Praxistage Onlinekommunikation der SCM in Frankfurt am Main:** Zum 7. Mal in Folge veranstaltet die **SCM – School for Communication and Management am 14. und 15. April** die Praxistage Onlinekommunikation in Frankfurt am Main. Experten für Social Media und Onlinekommunikation arbeiten mit den Teilnehmern in zehn Workshops an Themen wie Content-Marketing, SEO, Responsive Webdesign, Community Management und der erfolgreichen Nutzung von Pinterest, Facebook und Google+ für B2B- und B2C-Unternehmen. Keynotes von Condor und der Verdenner Keks- und Waffelfabrik eröffnen die Workshoptage. Weitere Informationen zu den Praxistagen direkt auf der [SCM-Website](#).
2. **Storytelling-Seminar an Leipzig School of Media im März:** Brand Storytelling ist eine Schlüsselkompetenz der modernen Unternehmenskommunikation. Wie erfolgreiche Stories entwickelt und im Marketing eingesetzt werden, lernen Teilnehmer aus Unternehmen und Agenturen vom **12. bis zum 14. März** an der Leipzig School of Media (LSoM). Dozenten sind unter anderem der Storytelling-Experte Dieter Georg Herbst von der Universität der Künste Berlin und die erfolgreiche Fachbuchautorin Miriam Löffler. Dazu kommen Fallstudien zu den Storytelling-Strategien großer

Studien

Unternehmen vernachlässigen mobile Nutzung ihrer Presseseiten



Mehr als die Hälfte der größten deutschen Unternehmen (54 %) hat ihren Presseauftritt im Web nicht für die mobile Nutzung angepasst.

(Siehe Grafik). Nur 44 % haben das sogenannte responsive Webdesign bereits eingeführt). Journalisten muten sie zu, sich mit winzigen Schriften auf ihren Smartphones und Tablets herumzuschlagen. Das ist eines der zentralen Ergebnisse einer Studie der Münchner Kommunikationsagentur PR-Com. Im Dezember 2014 und Januar 2015 hat PR-COM die Presseauftritte der 100 größten deutschen Unternehmen im Internet hinsichtlich ihrer Tauglichkeit für Journalisten untersucht. Zwei Unternehmen hatten entweder gar keine (Schwarz-Gruppe) oder nur eine englischsprachige Website (Airbus-Group), und rund fünf Prozent der Firmen mit deutscher Website hatten gar keinen oder einen sehr reduzierten Pressebereich. Aldi-Süd beispielsweise veröffentlichte ausschließlich eine an „presse“ gerichtete

E-Mail-Adresse, sonst nichts. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

 <p>European Communications Convention 15</p>	<p>7.-9. Mai Lindau, Bregenz, Würth-Haus Rorschach</p> <p>Thema "Innovation", PR für Innovationen, innovative PR, Innovationsmanagement</p> <p>www.communications-convention.eu</p>
---	---

Bevölkerungsumfrage: Dax-CEOs als unbekannte Wesen



Die Chefs der im Dax versammelten 30 deutschen Top-Unternehmen sind weiten Teilen der Öffentlichkeit unbekannt. Fast die Hälfte der Bevölkerung im Alter von 16 bis 65 Jahren (43 Prozent) vermag keinen einzigen Dax-CEO zu benennen. Vor allem unter den Frauen kennen viele (60 Prozent) keinen Chef eines Dax-Unternehmens auch nur „dem Namen nach“. Dies belegt eine repräsentative Bevölkerungsumfrage des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doebelin in Heroldsberg („Reputationsmonitor Dax-CEO“) vom Dezember 2014 bei rund 1.000 Personen im Alter von 16 bis 65 Jahren. Relativ am besten schneiden Martin Winterkorn (Foto), VW, Dieter Zetsche, Daimler, und Jürgen Fitschen, Deutsche Bank, ab. Winterkorn ist immerhin 43 Prozent der Deutschen ein Begriff. An Zetsche erinnern sich 36 Prozent und von Fitschen meinen 22 Prozent, den Namen schon einmal gehört zu haben. BMW-Chef Norbert Reithofer, Frank Appel von der Deutschen Post und Joe Kaeser von Siemens beschließen die Gruppe derjenigen Dax-CEOs, die jeweils (knapp) mehr als zehn Prozent der Bevölkerung bekannt sind. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

Preise und Awards

Preise und Awards compact (1) (07. KW-2015)

1. **Weischer.Media repräsentiert Cannes Lions in Deutschland:** Weischer.Media, Hamburg, ist künftiger deutscher Repräsentant des International Festival of Creativity in Cannes. Seit 1996 hat das Weischer.Media-Tochterunternehmen WerbeWeischer als offizieller Partner der Cannes Lions die Kreativität von Werbung in Deutschland aktiv gefördert – nun wird

die Repräsentanz des Festivals auf die gesamte Unternehmensgruppe ausgeweitet. Weitere Informationen unter auf der [Website der Cannes Lions](#).

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (58)

Volontariat/Trainee

Die 14 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *Team-Assistenz, Junior und Senior Consultant für Klenk & Hoursch, Hamburg*
- *Junior Consultant (2x) für Klenk & Hoursch, Frankfurt*
- *Senior Berater (m/w) in Köln gesucht*
- *Trainee/Volontariat "Unternehmenskommunikation/Presse" (w/m), München*
- *PR-Berater (m/w) gesucht für Agentur in Berlin*
- *PR-Berater/in, Karlsruhe*
- *PR-Redakteur (m/w) in Teilzeit, Berlin*
- *Junior PR-Berater (m/w) Corporate Affairs, Berlin*
- *MASALI PR & Kommunikation sucht (Senior) PR-Manager (m/w), Berlin*

- Senior PR-Consultant (m/w) Bereich Lifestyle in München
- PR-Berater (m/w), Berlin
- Juniorberater / Berater (m/w), Berlin
- PR-Berater (m/w), München
- Junior PR-Manager Unternehmenskommunikation mit Perspektive, Stuttgart
- Junior Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf
- Junior Berater/in PR in Frankfurt am Main
- PR-Berater (m/w), München
- PR-Assistent (m/w), Hamburg
- Volontariat/Trainee, Frankfurt
- Senior Account Manager PR (m/w), Hamburg
- Junior Account Manager PR – Schwerpunkt Lifestyle, Hamburg
- PR-Berater/in Marke und Lifestyle, Hamburg
- Dr. Haffa & Partner sucht PR-Juniorberater (m/w), München
- Junior und Senior Consultant für Klenk & Hoursch, München
- PR-Berater/Account Manager PR (m/w), Hamburg
- Freier PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Beauty/Lifestyle zur Projektunterstützung
- PR-Berater (m/w) Fashion, Düsseldorf
- Consultant/Projektmanager (m/w), Essen
- Digital Content Manager/-in, Düsseldorf
- Multimedia-Redakteur/-in, Düsseldorf
- PR-Volontariat in Hamburg
- Junior Account Manager PR (m/w), Hamburg
- Juniorberater/in in Kölner PR-Agentur
- Senior Berater/in PR- und Social Media (Vollzeit, unbefristet), Hamburg
- Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)

Unternehmen

- Referent Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (m/w), Düsseldorf
- Referent (m/w) Unternehmenskommunikation - Digitales und Kampagnen, Düsseldorf
- Referent (m/w) Unternehmenskommunikation - Pressearbeit und Issue Management, Düsseldorf
- Junior PR-Mitarbeiter/in für Wirtschaftskanzlei, Berlin
- Novartis Oncology sucht einen Communications Manager (w/m), Nürnberg

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

16. Februar 2015 um 19:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.067 Empfänger** versandt.

Impressum

Gründer + Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg (seit 2004/1996), (pfeffer@pr-journal.de), Chefredakteur von 11/2004 bis 04/2014

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) (dillmann@pr-journal.de),

Postadresse: Linzer Straße 72 b, 53604 Bad Honnef, Telefon: 02224

901616, Telefax: 02224 901615, Mobil: 0171 3326139. Mathias Scheben, Andernach; Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen - Rubrik: „Norbert: Gerüchte + Gerichte“; Riccardo Wagner, Köln - Ressort: „CSR + Reputation“.

Redaktionsrubrik „Das PR-Interview“: Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Karte, Rahel Camps und Gunter Ortlieb.

Rubrik „PR-Websitecheck“: Lan Anh Nguyen, Hannover, (nguyen@prsh.de) (Teamleiterin); Kristin Becke; Carina Bogus; Jan Jasper Dundurs; Janine Riedel; Lara Wöhrmann.

Rubriken „PR-Jobbörse“ + „PR-Termine“: Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere@pr-journal.de).

Korrespondenten:

Internationales: Thomas Achelis, München,

Achelis & Partner;

USA: Dr. Markus Lemmens, New York

Neuseeland: Linda Sasse, Wellington

München / Oberbayern: Frederic Sturm, München;

Düsseldorf / Rhein-Ruhr: Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept;

Köln / Bonn / Aachen: Riccardo Wagner, Köln, BetterRelations;

Berlin / Potsdam: Birgit Grigoriou, Berlin;

Hamburg / Norddeutschland: Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation;

Frankfurt a.M. / Rhein-Main: Marcus Eichhorn, Frankfurt am Main, BetterRelations.

Rezensionen: Annett Helbig, Hamburg (helbig@mastermedia.de); Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg; Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach; Manfred Piwinger, Wuppertal.

Die Gesichter zu den Namen der „Mitmacher“ in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir auf unserer neuen Serviceseite dokumentiert:
<http://www.pr-journal.de/fotos.html>.

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (Anschrift + Telefon siehe nachfolgend), E-Mail: [anzeigen\[at\]pr-journal.de](mailto:anzeigen[at]pr-journal.de).

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
Telefon: 02241 2013060, Telefax: 02241 2013061,
Mobil: 0160 94635777

E-Mail: redaktion@pr-journal.de

URL: pr-journal.de; 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.



Auflage kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin.

Für 2014 wurden von InfOnline, Bonn für die

Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: 343.712 Visits und 828.038 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 1.011 Besuchern.

Laufend neue Informationen und Meldungen aus der Kommunikationsbranche finden Sie wie immer auf unserer Homepage

- und auch bei Twitter: [@prjournal](https://twitter.com/prjournal) und [@prjobboerse](https://twitter.com/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](#)