

PR-Journal Newsletter

Nr. 463 / 11. KW 2014

PRJ-Umfrage zur Bezahlung in der PR

Die Umfrage zur Bezahlung in der PR-Ausbildung von „PR-Journal“ und Faktenkontor ist noch online. Wer teilnehmen will, findet die wenigen Fragen unter [diesem Link](#). Nähere Informationen zum Hintergrund und zu den Details finden sich direkt auf der [„PR-Journal“-Website](#).

Seite 1

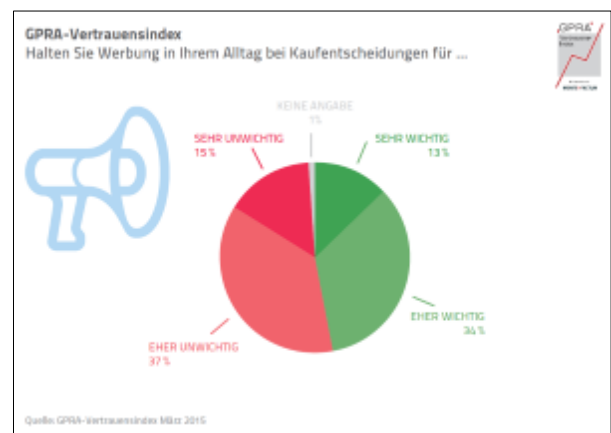
Müller-Dünow contra Kohrs: „Gros der Werber um Lichtjahre weiter als PR-Agenturverband“



Jetzt hat der Präsident des PR-Agenturverbandes GPR A. Kohrs (Foto) einmal das getan, worauf viele Kommunikations- und PR-Leute vielleicht insgeheim schon lange gewartet haben: Er hat die Stärken der PR gegenüber den anderen Kommunikationsdisziplinen hervor gehoben. In seinem Interview mit „Horizont“ vom 12. März ([wir berichteten](#)) hat er einmal von der sonst üblichen Tonspur des weichgespülten Konsens-Sprech auf die Klartext-Spur gewechselt. Er hat aus seinem Herzen keine Mördergrube gemacht und die Fahne der PR hoch ausgestreckt in den Wind gehalten, da kommt prompt – um im Bild zu bleiben – schwerer Gegenwind. Die steife Brise weht aus Richtung von Jörg C. Müller-Dünow, der Geschäftsführer und Managing Partner der Frankfurter markenzeichen Agentur für Marketing-Kommunikation GmbH ist. Müller-Dünow, dessen Agentur nicht Mitglied der GPR A ist, hält Kohrs in einer Replik – ebenfalls in „Horizont“ – entgegen: „... das Gros der Werber ist im Kopf um Lichtjahre weiter als der PR-Agenturverband.“ [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPR-Präsident Kohrs im „Horizont“-Interview: „Das kann keiner so gut wie wir PR-Leute“

Befeuert von aktuellen Ergebnissen des Vertrauensindex‘ der Gesellschaft PR-Agenturen (GPR A) kritisiert deren Präsident Uwe Kohrs die Werbebranche. Der aktuelle Vertrauensindex der GPR A weist aus (*siehe Schaubild*), dass Werbung für mehr als die Hälfte von Käufern unwichtig und sehr unwichtig ist. Für seriös halten Werbung nur gut ein Viertel der Befragten. In einem Interview mit „Horizont“ nimmt



Kohrs Stellung zu den Ergebnissen. Dabei stellt er Werbung ein schlechtes Zeugnis aus und lobt die eigene Klientel der PR-Schaffenden. Speziell, wenn es um Inhalte geht, glaubt er: „Das kann keiner so gut wie wir PR-Leute.“ Weiter sagte er im Gespräch mit „Horizont“-Redakteur Jürgen Scharrer: „Es genügt doch nicht, sich schöne Geschichten auszudenken und die dann irgendwie kreativ zu inszenieren. Nein, es geht auch darum, auf gesellschaftliche Veränderungen und Veränderungen in der Produktwahrnehmung zu reagieren – und das manchmal auch tagesaktuell. Das ist eine Herausforderung, die PR-Leute am besten meistern können, weil sie es gewohnt sind, redaktionell und adaptiv zu denken.“ Lesen Sie das ganze Interview unter der Überschrift [„Die Titanic geht unter“ auf „Horizont.net“](#).

Beachten Sie zu diesem Thema auch einen [neuen Beitrag vom 13. März](#), in dem wir über eine Entgegnung von Jörg C. Müller-Dünow in "Horizont" berichten.

Inhaltsverzeichnis

Der 463. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 42 Einzelmeldungen.

1. *Nachwuchsdebatte quo vadis? Interview mit dem Hannoveraner PR-Professor Szyszka*
2. *Müller-Dünow contra Kohrs: „Gros der Werber um Lichtjahre weiter als PR-Agenturverband“*
3. *GPRA-Präsident Kohrs im „Horizont“-Interview: „Das kann keiner so gut wie wir PR-Leute“*
4. *Bild, Porsche, Vorwerk gewinnen Marken-Award 2015 – Fonds of Bag den Sonderpreis*
5. *Feith neue Leiterin Öffentlichkeitsarbeit und Pressesprecherin bei Saturn*
6. *Personalien compact - Sonstige (4) (11. KW-2015)*
7. *Personalien compact - Unternehmen (1) (11. KW-2015)*
8. *Personalien compact - Agenturen (4) (11. KW-2015)*
9. *Etats compact (16) (11. KW-2015)*
10. *Medienfabrik verstärkt die Bereich Unternehmenskommunikation und Employer Branding*
11. *komm.passion-Dossier 02/2015: Eine Kopie, ist eine Kopie, ist eine Kopie*
12. *Neue Kommunikationsagentur mit Schwerpunkt Pflegewirtschaft gegründet*
13. *Agenturen compact (5) (11. KW-2015)*
14. *Unternehmen compact (1) (11. KW-2015)*
15. *Vorstandswechsel bei den PR-Studierenden Hannover*
16. *Medien compact (4) (11. KW-2015)*
17. *European Trusted Brands 2015: Vertrauenswürdigste Marken ermittelt*
18. *Studie: Automobilhersteller verlieren bei jungen Zielgruppen an Ansehen*
19. *Gericht: Marokkanischer Kichererbsentopf - das Öl bringt den Pfiff*
20. *Termine compact (1) (11. KW-2015)*
21. *Seminare compact (1) (11. KW-2015)*
22. *Studien compact (1) (11. KW-2015)*
23. *Lesehinweise compact (2) (11. KW-2015)*
24. *PR-Bild-Award lädt ein zur 10. Auflage*
25. *Young Lions PR-Wettbewerb wird auch 2015 fortgesetzt*
26. *Preise und Awards compact (1) (11. KW-2015)*
27. *Neue Plattform zum Handel von journalistischen Geschichten*
28. *e-Book: 27 Fallbeispiele zum Thema „Data Driven Marketing“*
29. *Tipps compact (1) (11. KW-2015)*
30. *Jobbörse*
31. *Impressum*



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

Nachwuchsdebatte quo vadis? Interview mit dem Hannoveraner PR-Professor Szyszka



Was ist aus der so genannten Nachwuchsdebatte geworden? Nachdem der Präsident des PR-Agenturverbandes GPRA, Uwe A. Kohrs, sie Ende 2013 angestoßen hat, sind nun fast ein- einhalb Jahre vergangen. Was ist passiert seither? Wer ist mit wem im Gespräch, was hat sich verändert? Das „PR-Journal“ hat dazu Peter Szyszka (Foto) befragt. Er ist Professor für Organisationskommunikation und Public Relations an der Hochschule Hannover und Mitglied im Kuratorium der PR-Studierenden in Hannover (PRSH). Er hat nicht nur verfolgt, was geschehen ist, er war auch zum Teil aktiv beteiligt. Er wünscht sich unabhängig von Vergütungs- und Anforderungsdiskussionen über Berufseinsteiger ein höheres fachliches PR-Bildungsbewusstsein.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Bild, Porsche, Vorwerk gewinnen Marken-Award 2015 – Fonds of Bags den Sonderpreis



Knapp 1.000 Gäste aus Management, Marketing, Medien und Agenturen feierten am 10.

März im Düsseldorfer Musical-Theater „Capitol“ die Verleihung des Marken-Award 2015. Der Preis für das „Beste Marken-Momentum“ ging an die „Bild“-Gruppe für ihre konsequente Digitalstrategie und die Einführung des Bezahl-Abos „Bildplus“. In dieser neu eingeführten Kategorie werden ganzheitlich überzeugende Markenstrategien ausgezeichnet. Der „Beste Marken-Relaunch“ gelang Vorwerk mit der Neupositionierung und Einführung einer konsequenten Dachmarkenstrategie. Den Award für die „Beste Marken-Dehnung“ erhielt Porsche für die Erschließung neuer Käuferpotenziale mit dem neuen Modell Macan. Das Startup F.O. Bags wurde mit einem Sonderpreis für den Aufbau der Marke Ergobag geehrt, die mit ihren Rucksäcken für Grundschulkinder den Markt für Schulranzen neu verteilt hat. „absatzwirtschaft - Zeitschrift für Marketing“ und der Deutsche Marketingverband (DMV) zeichneten mit dem Marken-Award zum 15. Mal im Rahmen der „Night of the Brands“ Unternehmen für exzellente Leistungen in der Markenführung aus.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



tion in Ingolstadt und übernimmt die Pressesprecherfunktion für diese Marke. Den Informationen der Pressemitteilung nach soll es die Hauptaufgabe Feiths sein, Saturn als erfolgreichen und technikaffinen Multichannel-Anbieter für Consumer Electronics zu positionieren. Im Rahmen der deutschlandweiten Öffentlichkeitsarbeit für Saturn soll sie zudem die derzeit 156 deutschen Saturn-Märkte bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer regionalen PR-Arbeit unterstützen. Feith verfügt über langjährige und umfassende Kommunikationserfahrung, sowohl auf Agentur- als auch auf Unternehmensseite. Vor ihrem Wechsel zu Media-Saturn verantwortete sie die interne und externe Kommunikation der MSC Kreuzfahrten GmbH in München.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Feith neue Leiterin Öffentlichkeitsarbeit und Pressesprecherin bei Saturn



Annabell Feith (Foto, 41) verantwortet ab sofort die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Marke Saturn in der Media-Saturn-Unternehmenskommunikation

Personalien compact - Sonstige (4) (11. KW-2015)

1. **Kruse wechselt in Dresden von SPD-Fraktion ins Wirtschaftsministerium: Alexandra Kruse** ist seit dem 9. März im Sächsischen Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (SWMA) in Dresden neue Referentin für Öffentlichkeitsarbeit. Das berichtet der Mediendienst [„Flurfunk Dresden“](#). Kruse arbeitete bislang in der Pressestelle der SPD-Fraktion im Sächsischen Landtag. Dort war sie bisher ebenfalls als Referentin tätig. Wer dort ihre Nachfolge antritt, ist noch nicht bekannt. Die Pressestelle des SWMA hingegen verlassen hat Florian Schaefer, der eine neue Aufgabe in

einem Fachreferat des Ministeriums übernommen hat.

2. **Liechti wechselt als Kommunikator die Sportart: Lorenz Liechti** (39) bleibt dem Sport treu, wechselte aber vom Ski- zum Motorsport. Seit dem 1. März ist er als Nachfolger von **Michael Kramp** neuer Leiter des Bereichs Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Tourenwagen-Rennserie DTM. Liechti berichtet an den Vorstand der Internationalen Tourenwagen-Rennen (ITR) um den Vorsitzenden **Hans Werner Aufrecht**. Der Verband ITR ist der Ausrichter und Vermarkter der DTM mit Zentrale in Stuttgart. Liechti war zuletzt Leiter Medien & Kommunikation bei Swiss-Ski, zuvor war Programm Manager bei T-Systems.
3. **Neue PR-Referentin beim Bundesverband Paket und Expresslogistik: Elena Marcus-Engelhardt** (28) ist als Nachfolgerin von **Johana Carolina Schöttler** seit dem 1. Januar neue Referentin für Public Relations und Politik beim Bundesverband Paket und Expresslogistik (BIEK) in Berlin. Vorgängerin Schöttler hat den Verband verlassen. Marcus-Engelhardt kam von der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung, wo sie zunächst Volontärin in der Kommunikation und später Referentin im Stabsbereich Politik war. Bei BIEK berichtet sie an den Geschäftsführer **Marten Bosselmann**.
4. **Max-Planck-Gesellschaft schafft Stelle für Interne Kommunikation: Constanze Steinhauser** (35) verantwortet seit dem 1. Januar die Interne Kommunikation der Generalverwaltung (GV) der Max-Planck-Gesellschaft in München. Die Position wurde neu geschaffen und ist direkt mit der Personal- und Organisationsentwicklung der GV zugeordnet. Steinhauser berichtet an deren Leiter, **Caroline Hein** und **Philipp Lünighöner**. Vor ihrem Wechsel leitete sie die Hochschulkommunikation der Dualen Hochschule Baden-Württemberg am Standort Mosbach.

Personalien compact - Unternehmen (1) (11. KW-2015)

1. **Harder für Quaritsch am Hamburger Flughafen: Stefanie Harder**, Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Pressesprecherin des Hamburger Flughafens, hat als Nachfolgerin von **Matthias Quaritsch** die Leitung der Unternehmenskommunikation übernommen.

KOMM-PASSION

Vorgänger Quaritsch verlässt das Unternehmen, um sich neuen Aufgaben zuzuwenden. So heißt es in einer Pressemitteilung der Flughafen Hamburg GmbH. Quaritsch, der zehn Jahre lang die Geschicke in der Öffentlichkeits- und Pressearbeit geleitet hat, geht auf eigenen Wunsch. Der Vorsitzende der Geschäftsführung, **Michael Eggenschwiler**, dankt Quaritsch ausdrücklich für die gute und produktive Zusammenarbeit.

Personalien compact - Agenturen (4) (11. KW-2015)

1. **Torben Gefken wechselt die Agentur:** Von **fischerAppelt**, wo er in Stuttgart tätig war, geht er zu **VCCP Berlin**. Als Account Director leitet er dort ab sofort das BMW Motorrad-Team. Bei **fischerAppelt**, wo Gefken mehr als sechs Jahre in verschiedenen Positionen arbeitete, war er zuletzt Projektleiter für Mercedes-Benz Vans. **VCCP** wurde vor 13 Jahren gegründet. Die Agentur ist heute mit 600 Mitarbeitern an sechs Standorten (London, Berlin, Sydney, Prag, Bratislava und Madrid) international vertreten und eine 100-prozentige Tochter des **Chime Communications PLC Networks**.
2. **Zwei neue Mitarbeiterinnen für die Ludwigs-hafener Agentur Publik: Ulrike Martin** (44) und **Susanne Heringer** (24) sind bei der Agentur für Kommunikation neu an Bord. Die Diplom-Oecotrophologin **Ulrike Martin** studierte an der Technischen Universität München-Weihenstephan und ist seit über 15 Jahren für öffentliche Institutionen, Unternehmen und Agenturen tätig – dabei immer mit Blick auf

Themen rund um die Gesundheit. Susanne Heringer ist neue Volontärin bei Publik. Die Social-Media-Expertin studierte Literatur- und Filmwissenschaft (B.A.) an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und sammelte während des Studiums in Journalismus und Pressearbeit erste Erfahrungen.

3. **Kommunikationsagentur CB.e Clausecker | Bingel AG expandiert: Hans-Georg Stavginski** (43) ist neuer Senior Berater am Berliner Agenturstandort von CB.e Clausecker | Bingel AG. Er wird im Corporate Communications-Team eingesetzt und übernimmt unter anderem die Projektleitung „Netzentwicklungsplan Strom“. Stavginski war zuletzt bei der A&B One Kommunikationsagentur als Seniorberater tätig. Insbesondere die Konzeption und Umsetzung von integrierten Kampagnen wie auch die Realisierung digitaler Kommunikationsprojekte standen dabei im Mittelpunkt seiner Arbeit.
4. **Richter neuer Geschäftsführer bei behle & partner: Florian Richter** (37) ist bei behle & partner KG, Agentur für Kommunikation und Marketing in Fürstfeldbruck, neues Mitglied der Geschäftsführung. Richter verfügt über Erfahrung in den Bereichen PR, Marketing, Produktmanagement und Social Media und ist in den Branchen Unterhaltungselektronik sowie Sport und Outdoor gut vernetzt. Er ergänzt damit die Kompetenzen des Gründers und Geschäftsführers **Jean Marc Behle** und verantwortet künftig das Wachstum der Agentur in den Disziplinen PR und Social Media. Richter war zuletzt seit Juli 2010 bei der Münchner Niederlassung der Bite Consulting GmbH und Bite Communications GmbH tätig.



- Bayerischer Handwerkstag e.V.
was: Nachwuchskampagne
an: **achtung! GmbH**, Hamburg
3. **Storymaker baut Kommunikation für TDM Systems aus**
IT-Unternehmen TDM Systems GmbH, Tübingen
was: PR und Kommunikation zur Steigerung der Bekanntheit
an: **Storymaker Agentur für Public Relations GmbH**, Tübingen
 4. **Bissinger plus präsentiert „650 Jahre Messen in Hamburg“**
Hamburg Messe und Congress GmbH
was: Corporate Book zum 650-jährigen Bestehen der Hamburger Messe
an: **Bissinger plus GmbH**, Hamburg
 5. **Einladungen und Pressematerial: piäbo mit drei neuen Kunden**
 - a) Vertical Media GmbH, Berlin
was: PR-Unterstützung für die Heureka! Conference am 5. Mai in Berlin
 - b) Verband der Deutschen Zeitschriftenverleger, Berlin
was: Organisation einer Gründer-Tour beim Digital Innovator's Summit (DIS)
 - c) tools - Expo + Konferenz, Berlin
was: Eventbegleitung am 16. und 17. Juni
an: **piäbo medienmanagement gmbh**, Berlin
 6. **Straub & Linardatos spielt auf für Hohner Musikinstrumente**
Hohner Musikinstrumente GmbH & Co. KG, Trossingen (Nähe Stuttgart)
was: Unternehmens- und Produkt-PR sowie Social Media
an: **Straub & Linardatos GmbH**, Hamburg
 7. **webguerillas wollen WestLotto zum digitalen Glück verhelfen**
Staatliche Lottogesellschaft Westdeutsche Lotterie GmbH & Co. OHG. Münster
was: Strategisch und operative Betreuung im

Etats

Etats compact (16) (11. KW-2015)

1. **Comedian Hoëcker unterstützt Imagekampagne für Apotheken**
ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände, Berlin
was: Imagekampagne „Apotheke. Hilft immer.“ und Begleitkommunikation
an: **Cyrano Kommunikation GmbH**, Münster
2. **achtung! sucht Macher für das bayerische Handwerk**

Bereich Social Media und digitale Kommunikation

an: **webguerillas GmbH**, Köln

8. **Zwei Verbände als Neukunden für muehlhausmoers**
 - a) Rheinisch-Westfälische Genossenschaftsverband (RWGV), Münster was: Jahresbericht 2014
 - b) Landschaftsverband Rheinland (LVR), Köln was: Leadagentur für Gestaltung an: **muehlhausmoers**, Köln
9. **MetaDesign gewinnt E.ON-Etat nach internationaler Ausschreibung**
Energieversorger E.ON SE, Düsseldorf
was: Markenentwicklung und strategischen Markenführung
an: **MetaDesign AG**, Düsseldorf
10. **CLY Communication für Samsonite: PR Etat für sechs Marken**
Samsonite Deutschland GmbH, Köln
was: Pressearbeit für die Marken Samsonite, Hartmann, Lipault, American Tourister, High Sierra und Disney by Samsonite
an: **CLY Communication GmbH**, Berlin
11. **Sputnik kommuziniert für Handelsunternehmen von Edelmetallen**
Online-Händler von Edelmetallen CoinInvest GmbH, Frankfurt am Main
was: Finanz- und Verbraucherkommunikation in Deutschland und Österreich
an: **Sputnik GmbH**, Münster
12. **PR für Online-Service, der Männer vom Shopping befreit**
Curated Shopping Service für Männer Modomoto, Berlin
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Steigerung der Bekanntheit
an: **Schlösser PR**, Berlin
13. **Wilde & Partner stylt Berliner Start-up-Unternehmen**
Online-Portal für Friseur- und Beautytermine Salonmeister.de, Berlin
was: Öffentlichkeitsarbeit und B-to-C-Pressearbeit
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München

Die Top-Ten der Schande

Auf dieser Liste möchten Sie den Namen ihres Unternehmens nicht finden: Die Schweizer RepRisk AG veröffentlicht jährlich einen Report über die weltweit „**Most Controversial Companies**“ des vorangegangenen Jahres.

Gemeint sind Firmen, die in Bezug auf Umweltschutz, gesellschaftliche Verantwortung und ihre Unternehmensführung besonders im Kreuzfeuer der öffentlichen Kritik standen. [Lesen Sie hier](#), wer auf der gefürchteten Liste steht.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Agenturen

Medienfabrik verstärkt die Bereich Unternehmenskommunikation und Employer Branding



Im November 2014 haben [wir darüber berichtet](#), dass sich die Gütersloher Medienfabrik GmbH neue Strukturen gegeben hat. Die drei Geschäftsfelder empower, engage und embrace sollten als autonome Submarken positioniert werden. Nach der strategischen Neuausrichtung folgt jetzt die personelle Verstärkung: die Medienfabrik konnte Experten für ihre Geschäftsfelder empower (Unternehmenskommunikation) und embrace (Employer Branding und Personalmarketing) gewinnen. Silke Springensguth (*Foto*) leitet ab sofort den Bereich Strategic Planning im Geschäftsfeld empower. Springensguth und ihr Team bieten Kunden neben

der Markt-, Medien- und Trendforschung strategische Kommunikationsplanung und -beratung. Auch der Bereich embrace meldet die Verpflichtung neuer Führungskräfte.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

komm.passion-Dossier 02/2015: Eine Kopie, ist eine Kopie, ist eine Kopie



Alles ist eine Kopie, ist eine Kopie, ist eine Kopie. Das ist nicht nur ein Zitat aus dem Kultfilm „Fight Club“. Sondern

tägliche Realität. Glauben Sie nicht? Dann lesen Sie mal einen Tag lang Kommunikations- oder Strategiekonzepte aus der Feder von Unternehmen, Agenturen und Beratungsfirmen. Am besten die eigenen. Woher kommt die Gleichförmigkeit des Denkens? Wer bestimmt den geistigen Management-Mainstream unserer Zeit? Sind es die Porters und Druckers? Sind es die internationalen MBA-Studiengänge? Alles Unsinn. Das komm.passion-Dossier 2/2015 der beiden Autoren enttarnt den Mann, der dem Denken der globalen Wirtschaft Form und Richtung gibt. Eine Enthüllungsgeschichte.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Neue Kommunikationsagentur mit Schwerpunkt Pflegewirtschaft gegründet

Der Wandel in der Pflege braucht einen Wandel der Kommunikation. So fehle es in der Pflegewirtschaft nicht nur an schlüssigen Konzepten, neuen Berufsbildern und Fachkenntnissen für den Blick nach vorne. Die Veränderungen in „der Pflege“ benötigen auch ein neues Denken in der Pflege und – damit eng verbunden – grundlegende Veränderungen in der Kommunikation dieser Branche. Mit diesen Leitmotiven geht nun mit fokus > p die erste Kommunikationsagentur an den Start, die sich auf das Thema Pflege und die Pflegewirtschaft konzentriert. Als Spezialagentur in Berlin gegründet, verfolgt sie

Zu schnell für Ziele?

Kommunikationsplanung mit Lautenbach Sass.

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

ausdrücklich das Ziel, die Pflegewirtschaft sichtbarer, hörbarer, politisch wirksamer und optisch attraktiver zu machen. Als starke Zukunftsbranche brauche die Branche, so sind sich die Agenturgründer sicher, begleitende Kommunikationskanäle, um



neue Konzepte und innovative Lösungen verständlich vermitteln zu können. Fokus > p wurde gegründet von (auf dem Foto von links nach rechts) Detlef Friedrich, Sabine Herrmann, Steffen Ritter und Ulrich Allkemper, die allesamt geschäftsführende Gesellschafter sind. Vom Start weg verfügt die Agentur über einen Stamm von 20 festen Mitarbeitern, der nun sukzessive wachsen soll.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Agenturen compact (5) (11. KW-2015)

1. **Public Relations Network bekommt Zuwachs in Zürich:** Der internationale Agenturverbund Public Relations Network (PRN) ist mit

der Zürcher Agentur open up nun auch in der Schweiz vertreten. Die Agentur Sympra in Stuttgart ist der deutsche Vertreter des Networks, dem 28 inhabergeführte Agenturen auf fünf Kontinenten angehören. Die 2001 gegründete Agentur open up beschäftigt 13 Mitarbeiter und wird von den Partnern Kilian Borter und Melanie Schneider geführt. Sie betreut Kunden aus der Finanz- und Versicherungsbranche, aus IT und Telekommunikation, dem Tourismus- und Transportbereich und dem Bildungs- und Gesundheitswesen. open up ist seit 2010 Mitglied beim Bund der Public Relations Agenturen der Schweiz (BPRA).

2. **Der Pitchblog stellt gleich drei Beispiele für zweifelhafte Ausschreibungen vor:** Die **Landeshauptstadt München** verlangte, fast alle Leistungen für das Corporate Design der Münchner Philharmoniker als Teil des Angebots und somit unentgeltlich zu erbringen. Das **Bundesverteidigungsministerium** forderte für eine Personalmarketingkampagne ein „Grobkonzept“ von „75 DIN A 4-Seiten“, in dem eine fiktive Personalwerbekampagne dargestellt wird. Der **Bundesrat** erwartete für eine Veranstaltung ein umfassendes Kreativkonzept, ohne die Detailinformationen zum Event zu liefern. Dies bedeutete für teilnehmende Agenturen einen Wettbewerbsnachteil gegenüber der Bestandsagentur.
3. **Weiterer Zuwachs für PROI-Agenturnetzwerk:** Nachdem sich die Frankfurter **Kommunikationsagentur Klenk & Hoursch** in der vergangenen Woche dem globalen PROI Netzwerk unabhängiger PR- und Marketing-Agenturen angeschlossen hat, gibt es in dieser Woche weiteren Zuwachs aus Europa. Wie PROI Worldwide bekannt gab, ist die **Luxemburger Agentur Distinct Communication** neues Mitglied geworden. Andreas Fischer Appelt, Chairman des Agenturverbundes, begrüßte die Neuaufnahme. Sie stärke die Fähigkeit, die globalen und regionalen Kunden des Netzwerks zu unterstützen.
4. **oelenheinz+frey baut PR- und Social Media-Kompetenzen aus:** Die Mannheimer Werbeagentur will ihren Kunden ab sofort sämtliche Kommunikationsmaßnahmen in klassischen und digitalen Medien anbieten. Deshalb baut sie ihre Kompetenzen in den Bereichen PR und Social Media aus. Dafür hat die Agentur **Christian Konzack** (33) an Bord geholt. Er verantwortet er nun die strategische Konzeption



tion und operative Umsetzung der Maßnahmen in diesen Bereichen. Zuvor war Konzack für die Offenbacher PR-Agentur Möller Horcher tätig.

5. **Jordi Medienhaus gründet Kommunikationsberatung WeLoveYou:** Das Unternehmen hat Grafik, Beratung, Web und Schulung in der neuen Agentur gebündelt. Die Firma mit Sitz in Belp im Kanton Bern möchte damit ihr Angebot im Bereich Unternehmenskommunikation klarer positionieren. Das Jordi Medienhaus ist vor allem als Offset- und Digitaldruckerei bekannt. Dass in Belp auch Kommunikationskonzepte, Publikationen und Weblösungen entstehen, sei bislang noch wenig ins öffentliche Bewusstsein gerückt, so die Aussage der Agentur.

Unternehmen

Unternehmen compact (1) (11. KW-2015)

1. **Restriktive Akkreditierungspolitik bei Eröffnung der EZB-Zentrale:** Der Deutsche Journalisten-Verband, Berlin, hat die Verantwortlichen der Europäischen Zentralbank aufgefordert, zur Eröffnung der neuen EZB-Zentrale in Frankfurt am Main am Mittwoch, 18. März, Berichterstatter im üblichen Umfang zuzulassen. DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken nannte es einen „krassen Verstoß gegen Transparenz und Freiheit der Berichterstattung“, dass nur eine Handvoll Journalisten die

Eröffnungsveranstaltung besuchen dürften. Nach DJV-Informationen hat die EZB nur einige Agenturjournalisten und ein Team des Hessischen Rundfunks akkreditiert. Eine Stellungnahme der Bank war bis Montagmorgen nicht zu bekommen.

Organisationen

Vorstandswechsel bei den PR-Studierenden Hannover

Der Verein der Public Relations Studierenden Hannover e.V. (PRSH e.V.) hat einen neuen Vorstand. Zum Sommersemester 2015 geben Lan Anh Nguyen (23), Kristin Becke (22), Lara Wöhrmann (23) und Janine Riedel (23) den Vorsitz des PRSH



ab. Als erste Vorsitzende führt Loreen Abedi (Foto r.; 26) ihre Vorstandstätigkeit fort und leitet gemeinsam mit Jan Reinholz (2. v. r., 21) und Carina Temmen (l., 22) sowie der Finanzverantwortlichen Katharina Striewe (2. v. l., 23) die sechste Vorstandsgeneration der PR-Initiative auf der Expo Plaza in Hannover. Für die kommenden zwölf Monate hat das Vorstandsteam ein interessantes Programm zusammengestellt. Etablierte Veranstaltungsformate wie die PR-Lecture, die Podiumsdiskussion „PRSH im Gespräch“ und #ThePitch ([nächste Veranstaltung am 24. März, wir berichteten](#)) werden fortgeführt. Zudem wollen die Studierenden in Workshops den Fokus auf den Erwerb von Zusatzqualifikationen legen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Medien

Medien compact (4) (11. KW-2015)

1. **„CNN Journalist Award“ 2015 für NDR Autor Augustin:** Lukas Augustin bekommt für seine NDR Dokumentation „Unversöhnt“ den **„CNN Journalist Award 2015“** in der Kategorie TV. CNN International ehrt mit der Auszeichnung, die pro Kategorie mit 1.000 Euro dotiert ist, „qualitativ hochwertigen Journalismus junger Talente aus Deutschland, Österreich und der Schweiz“. Die Preisverleihung ist am 24. März in London. Dort wird neben den Preisträgern in den einzelnen Kategorien auch ein Gesamtgewinner ausgezeichnet, der „CNN Journalist of the Year“.
2. **Neuer Chefredakteur bei der Neuen Zürcher Zeitung:** Eric Gujer (52) ist ab dem 11. März Chefredakteur der „Neuen Zürcher Zeitung“ (NZZ) und Nachfolger des im letzten Dezember abgesetzten Markus Spillmann. Seit Juli 2013 leitet Gujer das Auslandressort. Zuvor arbeitete er als Korrespondent in Berlin, Moskau und in der ehemaligen DDR. Gujer ist seit 1986 für die "NZZ" tätig. Weitere Personalien bei der "NZZ": Felix E. Müller, seit 2002 Chefredakteur der „NZZ am Sonntag“, wird Mitglied der Geschäftsleitung, Anita Zielina (35) wird neue Digitalchefin. In ihren Verantwortungsbereich fallen die Webauftritte "NZZ.ch" und "NZZ.at" sowie die Konzeption

neuer Angebote. Zielina war zuvor stellvertretende Chefredakteurin und Onlinechefin des „Stern“.

3. **Europäische Zeitungen gründen gemeinsamen Verbund:** Sieben führende Zeitungstitel aus sechs europäischen Ländern haben sich im Verbund Leading European Newspaper Alliance (LENA) zusammengeschlossen, um ihre journalistischen Kompetenzen zu bündeln und Qualitätsjournalismus in Europa zu fördern. Die Gründungsmitglieder sind „Die Welt“ aus Deutschland, „El País“ aus Spanien, „La Repubblica“ aus Italien, „Le Figaro“ aus Frankreich, „Le Soir“ aus Belgien sowie „Tages-Anzeiger“ und „Tribune de Genève“ aus der Schweiz. Javier Moreno, früherer Chefredakteur von „El País“, wird erster Direktor des Verbundes. Wie die Axel Springer SE mitteilte, steht der Verbund noch unter dem Vorbehalt der kartellrechtlichen Genehmigung.
4. **Neues Online-Magazin „kompraxis“ – Kommunikation in der Praxis:** Gründer Wolfram Schuchardt will mit seinem Magazin eine vermeintliche Lücke im Bereich der Kommunikationsmedien schließen. „kompraxis“ will interdisziplinär alle praktischen Themen rund um die Kommunikation behandeln, so die Ankündigung Schuchardts. Von Branchenregeln, How-To-Artikeln, Begriffserklärungen, Checklisten, Studien, Literatur bis hin zu Veranstaltungen sollen die Leser bei kompraxis Beiträge finden, die von Praktikern für Praktiker geschrieben werden. Die Finanzierung soll über Werbung und Sponsoring erfolgen.



European Trusted Brands 2015. Dazu wurden in sieben europäischen Ländern mehr als 15.000 Konsumenten nach den Marken befragt, denen sie vertrauen. Das Ergebnis: Die vertrauensvollsten Marken in mehr als 30 Produktkategorien. In Deutschland sind das die „üblichen Verdächtigen“: Im Automobilmarkt VW, bei Küchengeräten Miele, bei Banken die Sparkassen, bei Schmerzmitteln Aspirin und bei Haar- und Hautpflege Nivea. (Alle deutschen Gewinner haben wir weiter unten aufgelistet.) Das Besondere an der Studie: Es gibt keine Markenvorgaben, sondern der Befragte nennt seine Favoriten selbst. Allein in Deutschland nannten die Befragten in diesem Jahr knapp 4.400 verschiedene Marken, die sie persönlich über verschiedene Produktkategorien hinweg als besonders vertrauenswürdig ansehen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

CSR + Reputation

European Trusted Brands 2015: Vertrauenswürdigste Marken ermittelt



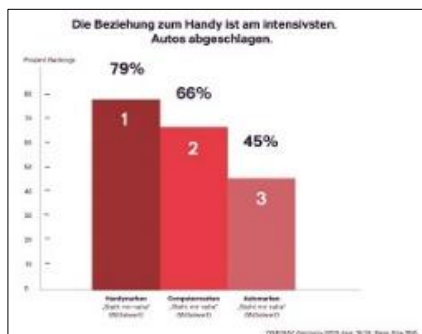
Investitionen in Qualitätsprodukte, innovative Forschung, exzellenter Kundenservice und aufmerksamkeitsstarke Kampagnen – diese und noch viele weitere Faktoren lassen eine Marke strahlen. Welchen Marken das besonders gut gelingt, belegt jetzt die Studie Reader's Digest Eu-

Studie: Automobilhersteller verlieren bei jungen Zielgruppen an Ansehen

Junge Menschen verlieren zunehmend das Interesse am (eigenen) Auto. Das ist keine Neuigkeit und wurde durch Studien bereits mehrfach nachgewiesen. Eine aktuelle Untersuchung des Y&R Brand Asset Valuators zeigt jetzt allerdings, dass nicht nur die persönliche Relevanz des Produktes „Auto“ nachlässt, sondern zunehmend auch das Ansehen

der Hersteller leidet. Für den Brand Asset Valuator™ (BAV) von Young & Rubicam wurden in Deutschland 2.500 Personen befragt.

Carsharing boomt, gleichzeitig nimmt die Autonutzung insgesamt ab und die Führerscheinquote ist rückläufig. Was ist bloß los in Deutschland, dem Land der Autobahnen und Autobauer? In den letzten 15 Jahren hat der eigene PKW, vor allem bei jüngeren Stadtmenschen, rapide an Bedeutung verloren.



Ehemals Statussymbol und heiß ersehnte Eintrittskarte in ein unabhängiges Erwachsenen-dasein, ist das Auto „immer

mehr zu einem bloßen Gebrauchsgegenstand geworden, der zwar durchaus Spaß machen darf, aber ansonsten vor allem seinen Zweck erfüllen soll“, so Katja Metz, Managing Partner von Y&R Deutschland. Handy- und Computermarken schlagen bei den unter 30-Jährigen die Automobilmarken bei weitem: 79 Prozent in dieser Altersgruppe steht ihre Handymarke deutlich näher als ihre Automobilmarke (siehe BAV-Grafik).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Marokkanischer Kichererbsentopf - das Öl bringt den Pfiff



(nsb) Wenn Ziegen im Baum sitzen, sind sie entweder einer Leckerei hinterher gestiegen oder ein geschäftstüchtiger Hirte hat sie hoch oben angebunden, um Fototouristen abzukassieren.

Im Hügelland zwischen Marrakesch, Essaouira und Agadir wachsen Arganien und werden manchmal von Ziegen besiedelt, die das immergrüne Laub



schätzen. Aus den Früchten gewinnen die Einheimischen ein wertvolles Öl, das zu einem der begehrtesten Exportartikel Marokkos geworden ist. Der Arganbaum (*Argania spinosa*) ist ein lebendes Fossil. Vor 80 Millionen Jahren suchten vielleicht schon längst ausgestorbene Saurier seinen Schatten. Damals bedeckten dichte Arganienwälder weite Teile Südeuropas und Nordafrikas. Heute ist der bis zu zwölf Meter hohe, ausladende Baum nur noch in Teilen von Marokko, Algerien und Mauretanien anzutreffen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Termine compact (1) (11. KW-2015)

1. **Wissenschaftlicher Fachkongress zum Thema CSR:** Auf dem **11. Deutschen Forum für Corporate Social Responsibility (CSR)** am **20. und 21. April** in Ludwigsburg findet erstmals der „Academic CSR Summit“ statt. Der Fachkongress wurde konzipiert in Kooperation mit Lars Rademacher, Professor an der Hochschule Darmstadt. Er wendet sich an alle CSR- und Nachhaltigkeitsverantwortliche. Unter dem Motto „Social Innovation & Future Trends in CSR Strategy“ werden die Teilnehmer über die künftige Ausrichtung von CSR als Managementaufgabe diskutieren. Das Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung finden sich auf der [Website zum CSR-Forum](#).

Seminare

Seminare compact (1) (11. KW-2015)

1. **Frühbucherrabatt für DAPR-Frühjahrskurse und Webinar zur Info:** Ende April startet die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) die nächste PR-Grundausbildung (Standort Frankfurt) sowie den DAPR-Social-Media-Manager (Standort Düsseldorf). Für beide Angebote sind noch Plätze zu haben – der Frühbucherrabatt gilt noch bis zum 27. März. Interessenten können sich auf der **DAPR-Website** sowie beim nächsten DAPR-Webinar am 31. März über die beiden Angebote informieren. Beginn ist um 18:30 Uhr, auf **DAPR-Website** können sich Interessenten für das kostenlose Webinar anmelden.

Studien

Studien compact (1) (11. KW-2015)

1. **Klassische Online-Stellenbörsen beliebter als Social Media:** 65 Prozent der Social Media-Nutzer in Deutschland suchen regelmäßig oder von Zeit zu Zeit im Internet nach neuen Jobs. Dabei setzen sie aber in erster Linie auf klassische Web 1.0-Angebote wie Online-Stellenbörsen. Soziale Medien spielen bei der Suche nach einem Arbeitsplatz hingegen auch für die Web 2.0-User nur eine untergeordnete Rolle. Das zeigt der online-repräsentative „**Social Media-Atlas 2014/2015**“ der Hamburger **Kommunikationsberatung Faktenkontor**.

Lesehinweise

Lesehinweise compact (2) (11. KW-2015)

1. **Das Lied vom Ende der Agenturen:** Für Heiko Kretschmer, Geschäftsführer von Jo-



hanssen + Kretschmer, steht das Geschäftsmodell Agentur unter Druck. Daimler verkündet die Gründung einer eigenen Agentur, die künftig als Generalwerbeagentur des Unternehmens dienen soll. Rocket Internet gründet die Kommunikationsagentur RCKT. Laut Kretschmer sehen beide Unternehmen „keinen Mehrwert darin, Beratungsleistungen im freien Markt zu erwerben“. Erfahren Sie mehr in seinem **Strategieblog**.

2. **„Native Advertising führt zum Verlust der Glaubwürdigkeit“:** Christoph Amend (41), Chefredakteur des "Zeit Magazins", hatte dem OSK-Blog von Oliver Schrott Kommunikation ein ausführliches Interview zur Zukunft des Journalismus gegeben. Einen Trend erkennt er in dem Bedürfnis der Leser, angesichts der vielen täglichen Informationsbits auch einmal ausführliche Geschichten zu lesen. Native Advertising sieht er kritisch. Seine Forderung: „Die Grenzen zwischen Redaktion und Anzeigen müssen klar gezogen sein und auch bleiben.“ Lesen Sie **hier** das ganze Interview.

Preise und Awards

PR-Bild-Award lädt ein zur 10. Auflage



Zum zehnten Mal findet in diesem Jahr der PR-Bild-Award statt. Ein neues

Logo, ein Facelift für die Website und Sonderkategorie sind deshalb in diesem Jahr zum Jubiläum neu. Die Bewerbungsphase wurde eröffnet, sie dauert bis zum 19. Juni. Bis dahin haben Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz Zeit, ihre besten PR-Bilder der letzten zwölf Monate einzureichen.

Bewerben können sie sich mit einer unbegrenzten Anzahl von Bildern, auch in mehreren der nachfolgenden Kategorien: Unternehmenskommunikation, Event und Messe, Produktfoto, Portrait, NGO-Foto sowie Tourismus, Freizeit und Sport. Als Sonderkategorie kommt 2015 Social Media-Foto hinzu. Eine unabhängige Jury mit Experten aus Journalismus, Fotografie und PR wird Anfang Juli die Shortlist wählen. Anschließend wird die Öffentlichkeit zum Voten eingeladen. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Bildeinreichung finden sich auf der [Website des Preis-Initiators news aktuell](#), Hamburg.

Young Lions PR-Wettbewerb wird auch 2015 fortgesetzt



Was für viele schon klar schien, wurde am 11. März erst offiziell bestätigt:

Das Cannes Lions Kreativitätsfestival richtet auch in diesem Jahr wieder einen Young Lions Wettbewerb in der Disziplin Public Relations aus. Partner und Unterstützer ist wie im Vorjahr die ICCO, International Communications Consultancy Organisation. Die Teilnehmer an diesem Wettbewerb werden zuvor in nationalen Vorentscheiden ermittelt. In Deutschland ist es wie 2014 der „PR Report“, der den Nachwuchswettbewerb #30u30 ausrichtet und die Sieger und Cannes-Teilnehmer kürt. Im Juni in Cannes geht es dann für die Young Lions PR-Bewerber richtig zur Sache. Sie haben vor Ort 24 Stunden Zeit, ihr Können unter Beweis zu stellen. Anhand von konkreten Aufgabenstellungen sollen sie in dieser Zeit Präsentationen erarbeiten, die aufzeigen, wie effektiv die PR-Disziplin im Kommunikationsmix ist, um bestimmte Ziele zu erreichen. Eine Jury entscheidet dann über die Vergabe der Young Lions.

Preise und Awards compact (1) (11. KW-2015)

1. **Jan Dirk Kemming wird PR-Juror der Cannes Lions 2015:** Die Organisatoren des International Festival of Creativity in Cannes haben am 9. März die Jury-Mitglieder der diesjährigen Wettbewerbe bekanntgegeben. Mit Juroren in 14 von insgesamt 17 Kategorien ist Deutschland stark vertreten. In der Kategorie PR wird Deutschland vertreten durch **Jan Dirk Kemming, Chief Creative Officer von Weber Shandwick Europe**. Im vergangenen Jahr war Kemming bereits beim Eurobest Festival, der kleinen Kreativschwester von Cannes, als Juror tätig. Im Mai startet nun die Jurytätigkeit der diesjährigen Cannes Lions. Vom 21. bis 27. Juni werden die begehrten Löwen an der Côte d'Azur verliehen.

Tipps

Neue Plattform zum Handel von journalistischen Geschichten

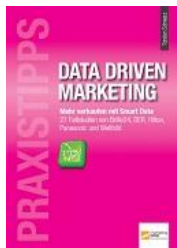


Mit einer neuen Medienbörse auf der Website von [Hasselkus PR, Bad Soden](#), will die PR-Agentur eine kostenfreie Gesuchs- und Angebots-Plattform für Redaktionen und Journalisten schaffen. Das Ziel der Plattform: Publikationen und freie Journalisten sowie deren Bedürfnisse auf einer Seite zusammen zu bringen. Hasselkus PR ermöglicht somit, dass Redaktionen und Publikationen Themen suchen und finden, während Journalisten, ihre Storys in Teasern anbieten können. Journalisten stellen anonym ihre Themen ein, für die sie die Recherche bereits abgeschlossen – sprich die druckfähige Story in der Schublade haben. Redakteure und Redakteurinnen stellen, ebenfalls anonym, die Themenspecials oder Geschichten ein, die sie gerne in ihren Heften, Zeitungen oder Portalen realisieren wollen. In vielen Fällen fehlt

einfach der Input. Dies geschieht ohne jeglichen finanziellen Austausch – zumindest seitens der Plattform!

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

e-Book: 27 Fallbeispiele zum Thema „Data Driven Marketing“



Titel: Data Driven Marketing – 27 Case Studies; Autor und Herausgeber: Torsten Schwarz, Absolit Dr. Schwarz Consulting, Waghäusel; kostenloser e-Book-Download über die [Absolit-Website](#)

27 Fallbeispiele zum Thema „Data Driven Marketing“ – das bietet ein neues e-Book der Absolit Dr. Schwarz Consulting in Waghäusel. Unternehmen wie Bonprix, Brille24, DER, Hilton, Panasonic und Weltbild verraten darin, wie Big Data im Marketing eingesetzt wird. Die Fallstudien zeigen, wie datengetriebenes Marketing in der Praxis umgesetzt wird. Wie funktionieren Treueprogramme? Wie können Kaufabbrucher umgestimmt werden? Wie werden inaktive Kunden reaktiviert? Wie kann Predictive Intelligence die Kosten pro Neukunde drücken? Wie kann die Wirkung teurer TV-Spots gemessen werden? Was ist ein Next-best-offer? „Jeder redet von Big Data, aber wenige wissen Konkretes. Die meisten sammeln zwar Daten, nutzen sie jedoch nicht.“ kritisiert der Autor Torsten Schwarz.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Tipps compact (1) (11. KW-2015)

- Profact Communications liefert Content für Newsletter:** Die Essener Profact Communications GmbH bietet redaktionelle Inhalte für B-to-B-Newsletter im Abonnement. Wie Geschäftsführer Achim Imlau erklärt, gehe es um werbefreie Ratgeberartikel zu aktuellen Themen aus den Bereichen Finanzen, Internet, Management, Marketing, Personal und Recht. Damit ließen sich ansonsten auf den Abverkauf ausgerichtete Newsletter inhaltlich aufwerten,

erklärt Imlau die Idee. Geliefert werde das Material mit allen Bearbeitungs- und Nutzungsrechten, die Abonnenten könnten somit die Texte beliebig an ihr Angebot anpassen und an ihre Kunden versenden. Profact bietet auch den Versand an. Weitere Informationen auf der [Profact-Website](#).

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 12 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (63)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- *Pflichtpraktikum in Hamburg*
- *PR Berater(in) Vollzeit für Münchner Agentur, Luxushotellerie und -Güter*
- *Consultants (m/w) für Leipzig*
- *Senior PR-Berater (m/w) Corporate Communications, Düsseldorf*
- *Junior Account Manager PR (m/w), Hamburg*
- *Senior Account Manager PR (m/w) für München*
- *PR Junior-Projektleitung, Berlin*
- *Junior Berater Marken-PR (m/w), München*
- *Online-Redakteur/in mit Faible für Print, Hannover*
- *PR-Berater (m/w), München*
- *PR-Berater(in) Beauty/Fashion, Düsseldorf*
- *Junior Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf*
- *Senior PR Berater Markenkommunikation Food & Beverage (m/w), Hamburg*

- *PR-Berater und Junior PR-Berater, Köln und/oder Mülheim a.d.R.*
- *Kommunikationsberater (m/w), Darmstadt*
- *Junior PR-Berater/in Automotive, Rhein-Main*
- *Wanted: Erfahrene PR-Berater (B2C), Düsseldorf*
- *kiecom sucht PR Berater/In, München*
- *Account Manager (w/m) für den Bereich Corporate Communication am Standort Köln*
- *Team-Assistenz, Junior und Senior Consultant für Klenk & Hoursch, Hamburg*
- *Junior Consultant (2x) für Klenk & Hoursch, Frankfurt*
- *Senior Berater (m/w) in Köln gesucht*
- *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*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*

Unternehmen

- *Pressereferent/in mit dem Schwerpunkt Energieversorgung, Hamburg*
- *Leiter Kommunikation und Marketing / Pressesprecher (m/w), Cottbus*
- *PR-Leitung Verlag für Schülermedien, Berlin*
- *Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf*
- *Fachkraft Marketing / Texter B2B (m/w), Hannover*
- *Volontär/ Trainee PR Multimedia (w/m), Hamburg*
- *Senior PR & Communication Manager (m/f), Dresden*
- *Novartis Oncology sucht einen Communications Manager (w/m), Nürnberg*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 16. März 2015 um 19:30 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **11.014 Empfänger** versandt.

Impressum

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Gründer und Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg (seit 2004/1996), (pfeffer[at]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[at]pr-journal.de),

Postadresse: Linzer Straße 72 b, 53604 Bad Honnef, Telefon: 02224 901616, Mobil: 0171 3326139;

Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen - Rubrik: „Norbert: Gerüchte+Gerichte“; Riccardo Wagner, Köln - Ressort: „CSR + Reputation“; Helge Weinberg, Hamburg.

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[at]prsh.de) (Teamleiterin); Kristin Becke; Carina Bogus; Jan Jasper Dundurs; Janine Riedel; Lara Wöhrmann.

Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine":

Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

Korrespondenten:

Berlin/Potsdam: Birgit Grigoriou, Berlin

Düsseldorf/Rhein-Ruhr: Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, Agentur Fürstenberg

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

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

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

München/Oberbayern: Frederic Sturm, München, Indoc-Film

Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner

Neuseeland: Linda Sasse, Wellington

USA: Dr. Markus Lemmens, New York.

Rezensionen:

Annett Helbig, Hamburg (helbig[at]mastermedia.de); Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg; Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach; Manfred Piwinger, Wuppertal.

Autoren:

Dr. Wolfgang Griepentrog, Leichlingen; Manfred Piwinger, Wuppertal; Mathias Scheben, Andernach.

Die **Gesichter zu den Namen der "Mitmacher" in der Redaktionsarbeit des PR-Journals** haben wir auf unserer neuen Serviceseite dokumentiert: 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,
Mobilfon: 0160 94635777

E-Mail: [redaktion\[at\]pr-journal.de](mailto:redaktion[at]pr-journal.de)

URL: www.pr-journal.de; www.prjournal.de;
www.pr-journal.ch; www.pr-journal.at



Auflage 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.

SocialMedia-Seiten des PR-Journals:

Twitter: twitter.com/prjournal; twitter.com/prjobboerse;

Facebook: www.facebook.com/prjournal; www.facebook.com/prjobboerse;

Google+: plus.google.com/u/0/+prjournal/posts;
plus.google.com/114272728529044425944/posts

Pinterest: www.pinterest.com/prjournal

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

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](#)