

PR-Journal Newsletter

Nr. 465 / 13. KW 2015

Seite 1

Zwischen Anerkennung und Scham - vom kommunikativen Umgang mit dem Absturz der Germanwings-Maschine



Noch sind nicht alle Opfer identifiziert, der Flugschreiber ist nicht gefunden und der Hergang der Ereignisse an Bord der abgestürzten

Germanwings-Maschine in Teilen unklar. Es verbietet sich also aus Respekt vor dem Leid der Angehörigen vorschnell irgendwelche Schlüsse zu ziehen oder Deutungen anzustellen, die am Ende möglicherweise den tatsächlichen Ereignissen nicht entsprechen. Doch unabhängig von den ausstehenden Ermittlungsergebnissen wird bereits der kommunikative Umgang mit dem Unglück diskutiert. Auf der einen Seite wird analysiert, wie das Krisenmanagement von Lufthansa und Germanwings gelingt, auf der anderen Seite wird die Art und Weise der Berichterstattung der Medien diskutiert. Als Zwischenfazit – mehr kann es zu diesem Zeitpunkt nicht sein – wird insbesondere Lufthansa-CEO Carsten Spohr (Foto, © Lufthansa) Anerkennung für seine Medienauftritte und den offenen Umgang mit dem Unfassbaren zuteil. Die Diskussion über die Rolle der Medien fällt deutlich kritischer aus.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gerücht: Leichenfledderei, Krokodilstränen und der Abschied von der Zivilisation

(nsb) Mal kurz gefragt: Wie viele Sendeminuten, wie viele Tonnen bedrucktes Papier und wie viele lust-

volle Schlagzeilen in den Live-Tickern hat die Germanwings-Tragödie gebracht? Ein Satz aus der unvermeidlichen Brennpunkt-Sendung am Tag des Absturzes: „Zu diesem Zeitpunkt verbietet sich natürlich jede Spekulation – aber sagen Sie mal: Was kann sich an Bord des Flugzeugs abgespielt haben?“

Darf man das? Gefühl genau so viel Raum wie all der Info-Schrott beanspruchen seitdem die Zeilen der Kritiker in allen Medien: Wie kann man nur aufgrund so weniger Informationen so vollmundig senden, schreiben, twittern und posten? Schreiben exakt dieselben Medien, die zuvor und zugleich munter mitspekuliert haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DPRG startet mit Zukunftsforum neue Veranstaltungsreihe



Unter dem Motto „Die Trends von heute für morgen

denken“ veranstaltet die Deutsche Gesellschaft für Public Relations (DPRG) am 12. und 13. Juni in der Westfälischen Hochschule in Gelsenkirchen erstmals das DPRG „ZukunftsForum“. Dabei handelt es sich um ein neues Veranstaltungsformat, das der Verband jährlich wiederkehrend im Frühsommer platzieren will.

Die Veranstaltung orientiert sich an den aktuellen Fragestellungen und Entwicklungen der Branche sowie den inhaltlichen Arbeitsschwerpunkten des Verbands, die sich insbesondere in der Arbeit der Facharbeitskreise und der Landesgruppen zeigen. Eingeladen sind die Verbandsmitglieder sowie alle PR-Schaffenden und Kommunikationsmanager und -managerinnen in Deutschland und im deutschsprachigen Ausland. Der eigene Anspruch ist hoch, im vorläufigen Programm heißt es: „Das Forum demonstriert die Problemlösungskompetenz des Verbands und damit den Mehrwert der DPRG für die Branche und seine Mitglieder“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Inhaltsverzeichnis

Der 465. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 36 Einzelmeldungen.

1. *Gerücht: Leichenfledderei, Krokodilstränen und der Abschied von der Zivilisation*
2. *DPRG startet mit Zukunftsforum im Juni in Gelsenkirchen neue Veranstaltungsreihe*
3. *Zwischen Anerkennung und Scham - vom kommunikativen Umgang mit dem Absturz der Germanwings-Maschine*
4. *Silke Bernhardt wird Kommunikationschefin bei der Leica Camera AG*
5. *Personalien compact - Unternehmen (2) (13. KW-2015)*
6. *Personalien compact - Agenturen (6) (13. KW-2015)*
7. *Etats compact (16) (13. KW-2015)*
8. *Edelman Deutschland strukturiert strategische Geschäftsentwicklung neu*
9. *komm.passion-Dossier 03/2015: Geschichten mit Geschichte*
10. *media consultata startet erfolgreich in das Jahr 2015*
11. *Agenturen compact (3) (13. KW-2015)*
12. *Doppelspitze führt künftig „Süddeutsche Zeitung“*
13. *Medien compact (1) (13. KW-2015)*
14. *Call for Paper: CSR & Interne Kommunikation*
15. *CSR compact (1) (13. KW 2015)*
16. *Whitepaper über „Interim Management in Kommunikation und Marketing“*
17. *Die ganze „Welt“ für etwas Geld - wir sind dann mal so frech! Über gekaufte Stories.*
18. *Rezension: Die Revolution kommt in leisen Schritten*
19. *Terminhinweis: Wie viel Medienschele verträgt die Pressefreiheit?*
20. *Termine compact (1) (13. KW-2015)*
21. *Bildung compact (1) (13. KW-2015)*
22. *Regionale PR im Medienwandel: Mit dem Aufbau eigener Medienkanäle die Zielgruppen erreichen.*
23. *Lesehinweise compact (2) (13. KW-2015)*
24. *Deutscher Marketing Preis mit Neuerungen*
25. *Preise und Awards compact (2) (13. KW-2015)*
26. *Brandwatch launcht Social Media-Warnsystem*
27. *„Content Marketing News“ per App*
28. *Tipps compact (1) (13. KW-2015)*
29. *Jobbörse*
30. *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



Personalien

Silke Bernhardt wird Kommunikationschefin bei der Leica Camera AG



Silke Bernhardt (Foto, 44) übernimmt ab dem 1. April 2015 die Position des Global Director Corporate Communications bei der Leica Camera AG in Wetzlar. Sie verantwortet in dieser Funktion weltweit die Unternehmenskommunikation und Pressearbeit sowie die interne Kommunikation und berichtet an Oliver Kaltner, Vorstandsvorsitzender der Leica Camera AG. Bernhardt blickt auf eine langjährige Karriere im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zurück und sammelte ihre berufliche Erfahrung sowohl auf Agentur- als auch auf Industrieseite. Zuletzt verantwortete sie seit 2006 als Head of PR die Unternehmens- und Produkt-PR für den Bereich Consumer Electronics von Sony Deutschland in Berlin. Zuvor war die studierte Politikwissenschaftlerin und Germanistin sechs Jahre in der Unternehmens- und Programm-PR des TV-Senders ProSieben in München sowie mehrere Jahre in der internationalen PR-Agentur Burson Marsteller in Hamburg tätig.

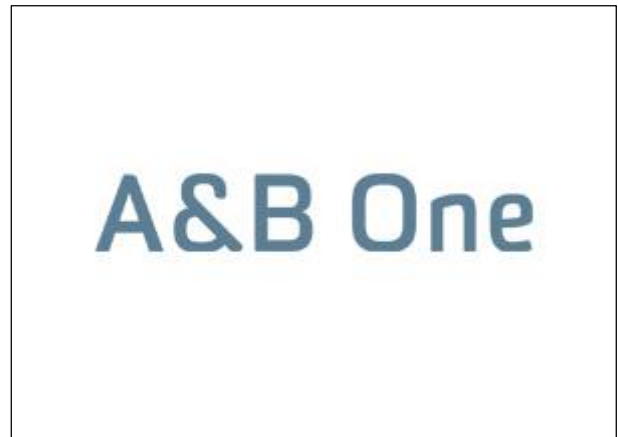
Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Personalien compact - Unternehmen (2) (13. KW-2015)

1. **Jacobsen von Benteler in Salzburg zu Haribo nach Bonn: Sven Jacobsen** (42) wird ab Mitte Mai Leiter der Unternehmenskommunikation International bei Haribo in Bonn. Er wechselt von Benteler in Salzburg, wo er seit 2013 Leiter Unternehmenskommunikation ist. Jacobsen folgt auf **Alexander Kukla**, der Anfang des Jahres die Aufgaben von PR-Chef **Marco Alfter** kommissarisch übernommen hatte. Jacobson war vor seiner Zeit bei Benteler Leiter Corporate Communications bei Beiersdorf und Vice President Corporate Communications bei Media-Saturn.
2. **Heil übernimmt PR für internationale Wirtschaftskanzlei: Simone Heil** arbeitet seit März als PR-Specialist im Team globale PR der internationalen Wirtschaftskanzlei Latham & Watkins LLP in Frankfurt am Main. Von dort aus verantwortet sie die Presse- und Medienarbeit in Deutschland. Zu ihrem Aufgabenbereich gehören zudem das Online Content Management sowie die Social Media-Strategie der Kanzlei. Heil bringt Expertise im Bereich der Corporate und Financial Communications mit. Zuletzt war sie Seniorberaterin im Bereich Corporate & Finance bei fischerAppelt.

Personalien compact - Agenturen (6) (13. KW-2015)

1. **CP-Anbieter corps erweitert die Geschäftsführung: Thorsten Giersch** (34) wird zum 1. April neuer Geschäftsführer Digital bei corps. In dieser Position verantwortet Giersch, der bislang als Programmdirektor bei „Handelsblatt Online“ tätig war, den Auf- und Ausbau des digitalen Neugeschäfts. Im Zuge des Wechsels übernimmt corps zudem den Bereich Content Marketing für „Handelsblatt“ und „WirtschaftsWoche“ und wird künftig intensiv mit den Vertriebseinheiten der iq digital und dem 360 Grad-Team zusammenarbeiten. Giersch ist seit 2008 für das „Handelsblatt“ tätig. Zunächst hat er das Unternehmensressort bei „Handelsblatt Online“ geleitet, seit 2012 hat er den Aufbau der digitalen Tageszeitung „Handelsblatt Live“ begleitet.
2. **Hill+Knowlton baut Gesundheitskommunikation aus: Berit Abel** (38) ist ab sofort neue



Beraterin im Gesundheitskommunikations-Team von Hill+Knowlton Strategies (H+K) in Deutschland, Frankfurt am Main. Vor ihrem Wechsel zu H+K sammelte die auf verschreibungspflichtige Präparate spezialisierte Diplom-Biochemikerin Erfahrungen in den Bereichen Produktkommunikation und Awareness-Campaigning. In den vergangenen zehn Jahren betreute und beriet sie nationale und internationale Kunden wie Mundipharma, Olympus, Gerlach, Ipsen, Photocure, B. Braun, Novartis, Exini.

3. **Dr. Schenker Kommunikation baut Social Media und digitale Kommunikation aus: Patrick Moeschler** (43) wird Social-Media-Experte bei der Berner Agentur. Der Jurist war bisher bei der Swisscom AG für die Social Media-Präsenz verantwortlich. Er arbeitet zudem als Dozent in Social-Media-Lehrgängen, so an der Schweizer Journalistenschule MAZ und an der Hochschule Luzern.
4. **Pascal Ihle ab September bei furrerhugi: Pascal Ihle** wechselt am 1. September von der Handelszeitung zu furrerhugi. Hier wird er als Senior Consultant und designerter Partner strategische Kommunikationsmandate betreuen. Noch bis Ende August ist Ihle als stellvertretender Chefredakteur bei der Handelszeitung tätig.
5. **fischerAppelt verstärkt sich im Bereich TV-Produktion: Frank Schliefer** (45) soll als neuer Director Production Force bei der Bewegtbild-Agentur fischerAppelt, play in Stuttgart die Content Workflows zwischen den Produktionseinheiten und Standorten weiterentwickeln und das Bewegtbild-Portfolio ausbauen. Zudem wird der IT- und Produktionsexperte die Entwicklung neuer Produkte steuern. Schliefer

war zuletzt Herstellungsleiter bei der TVN Group Holding, einer Tochter der Medien-gruppe Madsack. Dort zeichnete er unter anderem für die Implementierung eines Online-Media-Produktionssystems verantwortlich.

6. **Dornemann und Langhammer verstärken Berliner Büro von pioneer communications:** Anne Dornemann betreut seit dem 1. Februar Kunden aus dem Handels- und Technologiebereich. Zuletzt war sie als Programm- und Marketingmanagerin bei Cornelsen tätig. Ebenfalls seit Februar betreut **Anika Langhammer** die Kunden Alcatel Onetouch und WhiteWall. Sie hatte zuvor ein Volontariat bei Gräfe und Unzer absolviert und war dort für die Social-Media-Aktivitäten zuständig.



Etats

Etats compact (16) (13. KW-2015)

1. **Fink & Fuchs sollen Bekanntheit von Lytro Inc. in DACH steigern**
Hersteller von Lichtfeldkameras Lytro Inc., Mountainview (Kalifornien, USA)
was: PR-Etat für die Region DACH
an: **Fink & Fuchs Public Relations**, Wiesbaden, in Kooperation mit Compass Network
2. **Sympra unterstützt MBtech Group bei der Öffentlichkeitsarbeit**
Automotive-Kompetenzzentrum MBtech Group, Sindelfingen
was: Medienarbeit und Kommunikationsberatung
an: **Sympra GmbH**, Stuttgart
3. **Swarovski baut Zusammenarbeit mit Wilde & Partner aus**
Swarovski Optik KG, Absam (Österreich)
was: Pressearbeit im Segment Fotografie und Digiscoping
an: **Wilde & Partner Public Relations**, München
4. **Jenni Kommunikation gewinnt zwei neue Kunden**
a) Safe Swiss Cloud AG, Zürich
was: Beratung, Umsetzung der Kommunikationsstrategie
b) Starmind International AG, Zürich
was: Medienarbeit
an: **Jenni Kommunikation**, Zürich
5. **ITMS realisiert Markenoffensive für Seni**
TZMO SA, Biesenthal
was: Kommunikationskampagne / PR & Werbung
an: **ITMS Marketing**, Bad Nauheim
6. **ComMenDo soll Wiener FinTech-Start-up in Fachmedien positionieren**
Online-Plattform für Anlagestrategien wikifolio.com, Wien
was: Pressearbeit in Deutschland
an: **ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation**, München
7. **Straub & Linardatos betreut die Ionischen Inseln**
Verwaltungsbezirk der Ionischen Inseln (Ithaka, Kefalonia, Korfu, Lefkada, Paxos, Zakynthos)
was: Pressearbeit
an: **Straub & Linardatos**, Hamburg
8. **PRfact präsentiert fünf Neukunden**
a) comma, GmbH, Rottendorf
was: Medienarbeit, Präsentation im PRfact Showroom
b) Van Graaf GmbH, Hamburg
was: Events, Medienarbeit
c) Stefi Talman, Zürich
was: Medienarbeit, Präsentation im PRfact Showroom
d) Team 7 Natürlich Wohnen GmbH, Ried im Innkreis
was: Medienarbeit
e) Lumas und WhiteWall / Avenso GmbH, Berlin
was: Medienarbeit
an: **PRfact**, Zürich
9. **Ecker & Partner hilft Merkur beim Ausbau der neuen Positionierung**
Merkur Warenhandels AG, Wiener Neudorf
was: strategische Kommunikation und Medienarbeit

an: Ecker & Partner Öffentlichkeitsarbeit und Public Affairs, Wien

10. **Schlösser PR unterstützt deutschen Launch von eve mattress**

eve mattress Ltd., London
was: nationale Kommunikation
an: **Schlösser PR**, Berlin

11. **schoesslers betreut Social Media Advertising-Spezialisten esome**

esome advertising technologies GmbH, Hamburg
was: Pressearbeit
an: **schoesslers**, Berlin



Agenturen

Edelman Deutschland strukturiert strategische Geschäftsentwicklung neu



Edelman stellt sich für die Neugeschäftsentwicklung in Deutschland mit drei erfahrenen Beratern neu auf. Verantwortlich für das deutschlandweite Business Development ist ab 1. April Thomas Walther (*Foto l., 42*). Der strategische Planer kommt von der Digitalagentur Blast Radius. Als Head of Strategic Development berichtet er direkt an Edelman Deutschland CEO Susanne Marell. Zusammen mit den Teams an den fünf Edelman Standorten in Deutschland wird Walther den Ausbau des Geschäfts mit Bestandskunden sowie Projekte mit Neukunden vorantreiben. Außerdem übernimmt er die fachliche Führung aller strategischen Planer der PR-Agentur.

Gemeinsam mit Walther werden sich zwei langjährige Edelman Berater auf die deutschlandweite Neugeschäftsentwicklung fokussieren. Björn Haße (*Foto M., 39*), Executive Director am Standort Frankfurt und Global Client Relationship Manager für Novartis, übernimmt zusätzlich die Verantwortung für das Kundenbeziehungsmanagement in Deutschland. Anja Guckenberger (*Foto r.*), Head of Strategy and Creative und Deputy Managing Direc-

tor der Edelman Consumer Practice, bringt ihre Expertise in globaler und nationaler Strategie- und Kampagnenentwicklung ins Business Development ein. Guckenberger und Haße berichten direkt an Susanne Marell.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

komm.passion-Dossier 03/2015: Geschichten mit Geschichte



Das Feuer ist die Wurzel menschlicher Kultur. Nicht nur, weil man darauf kochen kann. Sondern auch,

weil man sich gerne darum herum setzt und Geschichten erzählt. Storytelling ist offensichtlich ein Grundbedürfnis des Menschen und wird unbarmherzig, wie kaum eine andere Sau, durchs Global Village getrieben. Verkaufsförderndes Agentur-Geblubber? Oder ist am Ende tatsächlich etwas an der Sache dran? Wenn ja, wem nützt es? Starken Consumer Brands – ok. Aber was ist zum Beispiel mit einem münsterländischen Mittelständler, der urbane Nachwuchstalente für sich gewinnen will?

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

media consulta startet erfolgreich in das Jahr 2015



Das Agenturnetzwerk media consulta (mc) zieht für 2015 eine erfolgreiche Zwischenbilanz. Dazu beigetragen haben vor allem drei Neu-Budgets mit einem Gesamtumfang von 15,4 Millionen Euro. Zudem kann mc auf ein gutes Geschäftsjahr 2014 zurückblicken. Der weltweite Umsatz stieg um rund 14 Prozent auf 439,6 Millionen Euro.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Agenturen compact (3) (13. KW-2015)

1. **Serviceplan Gruppe eröffnet neues Haus der Kommunikation in Hamburg:** Am 27. März wurde das neue Haus der Kommunikation Hamburg in feierlichem Rahmen offiziell eröffnet. Das gemeinsame Dach aller Agenturen der **Serviceplan Gruppe** in der Hansestadt ist nun der „Elbhof“, ein 1904 erbautes ehemaliges Kontorhaus direkt am Baumwall. 265 Mitarbeiter entwickeln hier auf einer Fläche von über 4.000 Quadratmetern Kommunikationslösungen für Kunden wie BMW International, Metro, Saturn, Continental, Europcar, Aida oder Rügenwalder.
2. **Düsseldorfer Agentur bietet Aktions-sprechstunde „Wake up Call“:** Die Agentur Wake up Communications bietet ab dem 1. April für drei Monate einen Wake up Call an. Während des Aktionszeitraums werden Interessenten an zwei Tagen pro Woche in einem unverbindlichen und kostenlosen Telefonat zu einem individuell vereinbarten Thema beraten. Während der Aktion steht die Leitung zu Agentur-inhaberin Nadja Amireh dienstagsmorgens zwischen 8:00 und 9:00 Uhr und donnerstag-abends von 18:00 bis 19:00 Uhr allen offen, die sich zu Kommunikation, PR und Social Media beraten lassen wollen. Für die Teilnahme müssen sich Interessenten lediglich über die [Agen-turwebsite](#) anmelden und vorab ein Kurzbriefing geben.
3. **Burson-Marsteller gründet Research Unit:** Die B-M Research Unit bündelt Recherche, Analyse und Evaluation für ein kennzahlengestütztes Kommunikationsmanagement. Zu den

So nutzen Sie WhatsApp für Ihre Marketingkommunikation

Die Deutschen kommunizieren immer häufiger über private Messenger-Dienste wie WhatsApp statt auf öffentlichen Plattformen wie Facebook. Die Kommunikation findet damit zunehmen im geschützten Raum abseits der Öffentlichkeit statt.

Die Unternehmen sind größtenteils noch außen vor. Für sie erscheint diese Entwicklung zunächst problematisch. [Lesen Sie hier](#), wie Sie Messenger-Dienste wie WhatsApp dennoch nutzen können.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Analyseangeboten gehören Medien- und Krisenmonitoring, politisches Monitoring sowie die Beobachtung von Stakeholdern und Issues aus unterschiedlichen Branchen. Im Bereich der Evaluation liefert die Unit unternehmensspezifische Reportings, die eine Bewertung der Reputationswirkung ermöglichen. Verantwortlich für die die neue Unit sind Daniel Junglas, Burson-Marsteller Frankfurt, und Hagen Walther, Berlin.

Medien

Doppelspitze führt künftig „Süddeutsche Zeitung“

Die Redaktion der „Süddeutschen Zeitung“ (SZ), München, wird künftig von einer Doppelspitze geführt werden. Der Herausgeberrät des Blattes berief Wolfgang Krach (51), bisher Stellvertreter des gegenwärtigen Chefredakteurs Kurt Kister (57), zum gleichberechtigten weiteren Chefredakteur der SZ.

Johannes Friedmann, der Vorsitzende des Herausgebersrats, begründete die Veränderung: „Der Herausgebersrat würdigt mit seiner Entscheidung die herausragende Zusammenarbeit von Kurt Kister und Wolfgang Krach in der Chefredaktion der SZ und hat deshalb beschlossen, dass sich die Aufgabenverteilung, wie sie de facto seit Langem in der Führung der Redaktion bewährt ist, künftig auch de jure im Impressum niederschlagen soll.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (1) (13. KW-2015)

1. **SZ lässt die Bezahlschranke runter:** Seit dem 24. März sind die Inhalte auf der Webseite der "Süddeutschen Zeitung" (SZ) nicht mehr kostenlos unbegrenzt verfügbar sein. In einem [Blogbeitrag](#) schreibt **Stefan Plöching**, Digitalchef der SZ, man wolle die „Webseite grundlegend überarbeiten, auffrischen, erweitern und mit einem digitalen Abomodell versehen“. Zu den Erfolgsaussichten sagte er, dass niemand diese Frage beantworten könne, bevor man sich nicht an Abo-Modellen versucht habe. Die "SZ" setzt auf das Metered Model. Die Leser dürfen zehn Artikel frei lesen, dann haben sie die Wahl zwischen einem Digital-Abo für knapp 30 Euro pro Monat oder einem Tagespass für zwei Euro.

CSR + Reputation

Call for Paper: CSR & Interne Kommunikation

Die Rolle von Unternehmen als „Corporate Citizen“ im Sinne der Corporate Social Responsibility (CSR) steht seit Jahren im Fokus von Veröffentlichungen und Veranstaltungen. Dabei beschäftigen sich Kommunikationswissenschaftler und -praktiker meist mit der externen CSR Kommunikation. Der entscheidenden Rolle der internen Kommunikation bei der Umsetzung von CSR wurde bislang wenig Aufmerksamkeit sowohl in der Fachpresse als auch in der angewandten Forschung gewidmet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Zu schnell für Ziele?

Kommunikationsplanung mit Lautenbach Sass.

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

CSR compact (1) (13. KW 2015)

1. **Polizei und Ehe machen das Rennen:** 69 Prozent der Deutschen vertrauen der Polizei, 65 Prozent der Institution Ehe. Allerdings mit fallender Tendenz. Denn vor fünf Jahren waren es noch 79 beziehungsweise 73 Prozent. Zu diesem Ergebnis kommt die Reader's Digest Studie „European Trusted Brands 2015“ (PRJ hatte bereits [hier](#) und [hier](#) über die Studie berichtet). Bundesregierung, Kirche und Europäische Union hingegen genießen mit jeweils 29 Prozent kein großes Vertrauen. Vor allem die Kirche ist von einem drastischen Vertrauensschwund betroffen (von 41 Prozent in 2010 auf 29 Prozent in 2015).



STAMM
IMPRESSUM

Autoren-Beiträge

Whitepaper über „Interim Management in Kommunikation und Marketing“



Kommunikationschefs stecken oft in der Klemme: Sie müssen den Erwartungen vieler unterschiedlicher Stakeholder gerecht werden, auch in Notsituationen rasch handeln und daneben

oft noch zusätzliche Herausforderungen meistern, beispielsweise die effektive Kommunikationsbegleitung wichtiger Großprojekte. Und das alles bei gleichbleibenden oder sogar knapperen Ressourcen. Bei unvorhergesehenen Vakanzen wird die Lage erst recht kritisch.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TOP

Kommentare

Die ganze „Welt“ für etwas Geld - wir sind dann mal so frech! Über gekaufte Stories.



Das Titelbild hat es in sich. Geld wechselt den Besitzer, die zwei „Geschäftspartner“ schauen weg. Bloß nichts mitbekommen, keine Zeugen. „Auch die Qualitätsmedien mischen munter mit“ – so ein Auszug des begleitenden Textes.

Das kann man wohl sagen. Berichterstattung gegen Anzeigenschaltung oder Sponsoring - es ist wieder einmal passiert. Diesmal steht die Elite der deutschen Print-Medien im Rampenlicht. In der aktuellen Titelstory des „**Wirtschaftsjournalist**“ berichtet deren Chefredakteur Markus Wiegand über „Geschäfte in der Grauzone“. Er schreibt über „Kuschelangebote“ der Medien. Dies sind Angebote, die als völlig normal an zahlungskräftige Kunden gehen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Rezensionen

Rezension: Die Revolution kommt in leisen Schritten



Titel: Die Content-Revolution im Unternehmen; Autoren: Klaus Eck und Doris Eichmeier; Verlag: Haufe 2014, 257 Seiten; 39,95 Euro; ISBN-13: 978-3648056172

Ich weiß jetzt, warum ich Content Marketing nicht mag. Der Begriff sagt einfach nicht das aus, was er

sagen will. Es geht eben nicht (jetzt plötzlich) um den Content des Marketings. Vielmehr handelt es sich doch um eine Kommunikationssynchronisation. Um eine strategische Content-Planung. Um die Abstimmung aller Inhalte, mit denen ein Unternehmen mit seinen Stakeholdern in Kontakt tritt. Und eben nicht nur um den Marketing-Bereich. Wollen wir es nicht einfach „Integrierte Unternehmenskommunikation“ nennen?

Content ist King. Soweit die Theorie. Soweit die viel zu oft gehörte Phrase. Doch hinter dem „Content-Hype“ der Branche steht eine handfeste Krise, so Klaus Eck und Doris Eichmeier in ihrem aktuellen Buch Die Content-Revolution im Unternehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Terminhinweis: Wie viel Medienschelte verträgt die Pressefreiheit?

Irgendetwas läuft falsch in der Beziehung zwischen Journalisten und ihrem Publikum. Die Symptome sind unverkennbar: Kritik am Blut- und Tränenjournalismus nach dem Absturz der Germanwings-Maschine, grassierendes Misstrauen etwa in die Ukraine-Berichterstattung, „Shitstorms“ in den Diskussionsforen von Qualitätsmedien, Manipulationsvorwürfe bis hin zur vergifteten Parole von der „Lügenpresse“. Doch was sind die Ursachen für diese Phänomene? Wie lässt sich ihnen begegnen? Wann schlägt Kritik an medialer Deutungsmacht in eine Gefahr für die Pressefreiheit um?

Im Vorfeld des Internationalen Tags der Pressefreiheit (3. Mai) laden Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), Deutsche Journalistinnen- und Journalisten Union (dju), Deutscher Journalisten-Verband (DJV), Reporter ohne Grenzen (ROG) und Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) zur Diskussion über ein Thema ein, das seit Monaten für Diskussionsstoff bei Medienmachern sorgt: Am 29. April geht es um 18:30 Uhr in der Landesvertretung Sachsen-Anhalt in Berlin um das Thema „Wie viel Medienschelte verträgt die Pressefreiheit?“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Termine compact (1) (13. KW-2015)

1. **3. Österreichischer Kommunikationstag am 28. Mai:** Unter dem Motto „Reputation & Wertschöpfung“ findet der Jahreskongress der österreichischen PR am 28. Mai in Wien statt. Mit der wachsenden Zahl an Kommunikationsinstrumenten wird die Aufgabe einer authentischen und nachhaltigen Kommunikation immer komplexer, so die Veranstalter. Welche strategische Bedeutung einer wertschöpfenden Kommunikationsarbeit innewohnt und auf welchen Kanälen eine nachhaltige Kommunikationsarbeit geleistet werden kann, das soll auf



dem Kommunikationstag verdeutlicht werden. Weitere Informationen sind [hier](#) zu finden.

Bildung

Bildung compact (1) (13. KW-2015)

1. **Hochschule Macromedia bietet Schnupperstudium:** Vom 7. bis 10. April 2015 lädt die Hochschule Macromedia zum Schnupperstudium am Campus Berlin ein. Beim Open Campus können Studieninteressierte die Lehre an der Hochschule live erleben. Im Fokus steht das Studienangebot in BWL, Medienmanagement, Journalismus und Design. Die Schüler und Abiturienten nehmen an regulären Lehrveranstaltungen teil. Mehr als 20 Veranstaltungen aus Bachelor- und Masterprogrammen stehen zur Auswahl. Die Teilnahme ist kostenlos. [Anmeldung und Programm.](#)

Studien

Regionale PR: Mit Aufbau eigener Medienkanäle Zielgruppen erreichen

Regionale Kommunikatoren müssen eigene Kommunikationskanäle erschließen und mit selbst produzierten Inhalten ihre Botschaften platzieren. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Instituts für



Kommunikation und Medien (ikum) der Hochschule Darmstadt (h_da). Wie wirken sich der Medienwandel und seine Folgen für Verlage, Redakteure und Leser auf lokaler

Ebene aus? Gibt es neue Kommunikationsmuster? Experteninterviews mit PR-Verantwortlichen sowie Lokalredakteuren in dem Verbreitungsgebiet des „Darmstädter Echo“ brachten Klärung.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

GEWINNEN SIE AN KOMPETENZ ...



Weiter-
bildungs-
Gutscheine zu
gewinnen!

...mit dem **Ostergewinnspiel** der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR)

www.dapr.de/ostern

Lesehinweise

Lesehinweise compact (2) (13. KW-2015)

1. **Debatte zum Geschäftsmodell Agentur:** Mit dem „Schlagabtausch zwischen GPRA und GWA“ (PRJ hatte mehrfach darüber berichtet) befasst sich Heiko Kretschmer in seinem Strategieblog. Nach seiner Meinung ist „ein massiver Kampf um die Diskurshegemonie im Feld der Marketing orientierten Agenturen“ entbrannt. Weitgehend austauschbare Geschäftsmodelle hätten den Konkurrenzkampf in den letzten Jahren verschärft. Der Beitrag ist [hier](#) zu finden.
2. **Die eigentliche Medienrevolution steht noch bevor:** Dies erklärte Sebastian Matthes (37), Chefredakteur "Huffington Post" Deutschland, in einem Interview im OSK-Blog. Nur diejenigen Medienunternehmen würden zukünftig erfolgreich sein, die sich auch als Technologieunternehmen verstehen würden. Journalisten müssten im Netz zu einer Marke werden, eine Community aufbauen. Der „Zeitungsausträger der Zukunft ist unser Leser“, meinte Matthes. Es sei deshalb wichtig zu verstehen, warum Leser manche Inhalte in sozialen Netzwerken teilen würden und andere nicht. Hier finden Sie [das Interview](#).

Preise und Awards

Deutscher Marketing Preis mit Neuerungen



Ob Strategie für das ganzheitliche Unternehmen, ein spezifisches Produkt oder die Markenführung: Der Deutsche Marketing Verband e.V. (DMV) startet in die neue Saison für den 42. Deutschen Marketing Preis 2015. Ab sofort können sich Unternehmen für die Auszeichnung bewerben. Als Juroren hat DMV-Präsident und Jury-Vorsitzender Ralf Strauß (Foto) in diesem Jahr 26 Marketing-Manager aus unterschiedlichen Branchen gewinnen können. Neu in diesem Jahr: Neben selbstständigen Einreichungen von Unternehmen wird es erstmalig Nominierungen aus der Jury oder dem DMV-Vorstand für eine Long-List & Watch-List geben.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Preise und Awards compact (2) (13. KW-2015)

1. **fischerAppelt und Fork beim New Media Award 2015 nominiert:** fischerAppelt und Fork Unstable Media haben es mit der Kampagne „Mein Weg“ für die Techniker Krankenkasse in

die Finalrunde des New Media Awards geschafft. Nominiert wurden sie in der Kategorie „Best Integrated Campaigns“. Einreichungen müssen in dieser Kategorie mindestens drei Kanäle kombinieren und über eine durchgängige Leitidee verfügen. Die Jury wählte aus 212 Einreichungen von 93 Agenturen und Unternehmen in fünf Kategorien die Top 3 aus. Die Preisverleihung ist am 7. Mai.

2. **Tickets für die Gala zur Comprix-Preisverleihung erhältlich:** Am 8. Mai wird in Berlin zum 23. Mal der „Preis für kreative Healthcare-Kommunikation“ verliehen. Im Finale stehen 182 Kampagnen und Arbeiten von Healthcare-Agenturen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Gefeiert wird im „Tipi am Kanzleramt“. Tickets gibt es [hier](#).

Tipps

Brandwatch launcht Social Media-Warnsystem



„Signals“ lautet der Name des von Brandwatch eingeführten automatisierten „Intelligence Alert Systems“,

das in der Krisenkommunikation unterstützen soll. In Echtzeit soll es Veränderungen im Social Media-Datenstrom erkennen und PR- und Social Media-Verantwortliche benachrichtigen, damit diese schnell fundierte Entscheidungen treffen können. „Signals“ steht ab sofort den Nutzern der Brandwatch Analytics-Plattform zu Verfügung.

„Content Marketing News“ per App



Die Aggregator-App „Content Marketing News“ von Pylba bringt News, Artikel und Videos zum Thema Content Marketing. Die App bietet täglich Beiträge zu aktuellen Themen, Trends und mit Tipps. Zu den mehr als 40 Quellen zählen PR-Blogger Klaus Eck, die Blogger Mirko Lange oder Mael Roth ebenso wie



führende Fachmagazine wie CP Wissen, Content-Marketing-Agenturen oder Portale. Pylba agiert bereits mit dem News-Aggregatoren „Simply News“ und „Simply Medien“ zu den Trends in der Kommunikationsbranche im mobilen Markt.

Tipps compact (1) (13. KW-2015)

1. **Marktforschungsangebot für PR-Agenturen und Kommunikationsabteilungen:** Das US-amerikanische Research-Unternehmen Penn Schoen Berland (PSB) ist seit Februar in Deutschland mit einer Niederlassung in Hamburg vertreten. PSB unterstützt seine Kunden in der Marktforschung und berät sie dabei, auf den Ergebnissen basierende Kommunikationsstrategien zu entwickeln. Das Unternehmen besteht seit 40 Jahren und ist Mitglied der Young & Rubicam Group und des WPP-Netzwerkes.



Jobangebote

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

GESUCHE

Die 16 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (53)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- PR-Berater/-in Teilzeit, Köln
- PR-Berater (m/w) Fashion, Düsseldorf
- PR Account Manager (m/w) IT/Wirtschaft bei Akima in München
- Junior PR-Berater (m/w) IT/E-Business, Frankfurt a.M.
- PR-Berater (m/w) mit Tätigkeitsschwerpunkt Design, Architektur und Kunst in Berlin/München
- 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
- Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)

Behörden (Öffentl.Dienst)

- Professur Kommunikationsmanagement (W2), Gelsenkirchen

Unternehmen

- Junior-Pressereferent/in für den Bereich Unternehmenskommunikation, Düsseldorf
- Fashion PR & Communications Manager DACH, München
- 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, 30. März 2015 um 20:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.938 Empfänger** versandt.

Der nächste Newsletter erscheint wegen der Osterpause am 14. April. Aktuelle Nachrichten finden Sie bis dahin wie immer tagesaktuell auf unserer Homepage.

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, Hennes (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, In-doc-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); 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; www.pr-journal.com.



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 942 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,4 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