

## PR-Journal Newsletter

Nr. 468 / 17. KW 2015

Das „PR-Journal“ bietet aktuell einen **Website-Check für Nachzügler** an. Interessierte Agenturen können sich bis zum 8. Mai unter [websitecheck@pr-journal.de](mailto:websitecheck@pr-journal.de) melden.

### Seite 1

#### PR Young Lions-Vorentscheid: Kaja Nilüfer Olgun und Johannes Pohlmann fahren nach Cannes



Bei dem vom deutschen Cannes Lions Repräsentanten Weischer.Media und dem „PR Report“ organisierten nationalen Vorentscheid zur Teilnahme am PR Young Lions-Wettbewerb in Cannes haben sich Kaja Nilüfer Olgun (*Foto, 6. v. r.*) von APCO Worldwide und Johannes Pohlmann (*3. v. l.*) von Crossrelations Brandworks als Sieger durchsetzen können. Beide werden nun vom 21. bis 27. Juni in Cannes bei den internationalen Young Lions Competitions, die im Rahmen der Cannes Lions stattfinden, Deutschland in der Kategorie PR vertreten.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

#### pressesprecher: Über zu ambitionierte Pressearbeit - fünf Dinge, die Redakteure wirklich nerven

Fünf Sünden der Pressearbeit – die ehemaligen Tageszeitungsredakteure Stefan Brunn und Mathias Wolff über Liebestöter wie Registrierschranken,

Werbefotos und hartnäckiges Nachfassen. Den Artikel im Magazin "pressesprecher" vom 22. April [hier online lesen](#).

Stefan Brunn, Geschäftsführer Redaktionsbüro Blattwerkstatt, Kerken. Mathias Wolff, Freier Kommunikationsberater und Medientrainer, Dortmund. Autoren von "PR-Training: Technik und Taktik der Pressearbeit".

Eigentlich müsste es jeder wissen oder sollte es zumindest im Grundkurs "Professionelle Pressearbeit" gelernt haben - trotzdem ist es immer wieder erschreckend, wie sogenannte PR-(Semi-)Professionals, die elementaren Grundregeln ihrer Zusammenarbeit mit den Medien ignorieren.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Personalien

#### Misch und Winkel sprechen für Philip Morris

Dorothea Misch ist seit dem 1. Februar Managerin Communication and Contribution bei der Philip Morris GmbH in München. In dieser Funktion ist sie Pressesprecherin und verantwortet die interne sowie externe Kommunikation für das deutsche Unternehmen des Tabakkonzerns Philip Morris International (PMI). Außerdem zeichnet sie verantwortlich für sämtliche soziale Projekte der Philip Morris GmbH. Sie folgt auf Claudia Oeking, die den Bereich Communication and Contribution seit April 2013 verantwortet hat, und nun als Manager Regulatory Affairs insbesondere die Umsetzung der EU-Tabakprodukt-Richtlinie in nationales Recht begleitet. Beide Positionen sind der Abteilung Corporate Affairs angegliedert, Misch und Oeking berichten an Lars-Olaf Brendel, Director Corporate Affairs. Ein weiterer Neuzugang in der Kommunikationsabteilung des Marktführers auf dem deutschen Zigarettenmarkt ist Volker Winkel. Er verstärkt das Team seit Januar 2015 als Supervisor Communication.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Inhaltsverzeichnis

Der 468. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 38 Einzelmeldungen.

1. *PR Young Lions-Vorentscheid: Kaja Nilüfer Olgun und Johannes Pohlmann fahren nach Cannes*
2. *pressesprecher: Über zu ambitionierte Pressearbeit - fünf Dinge, die Redakteure wirklich nerven*
3. *Misch und Winkel sprechen für Philip Morris*
4. *Personalien compact - Sonstige (2) (17. KW-2015)*
5. *Personalien compact - Unternehmen (5) (17. KW-2015)*
6. *Personalien compact - Agenturen (5) (17. KW-2015)*
7. *Etats compact (12) (17. KW-2015)*
8. *Gute Perspektiven in der Hauptstadt: ein Jahr Press'n'Relations Berlin*
9. *fischerAppelt fördert Nachwuchstalente mit neuem Ausbildungskonzept*
10. *BVDW-Internetagentur-Ranking 2015: 15,5 Prozent Umsatzsteigerung im Vergleich zum Vorjahr*
11. *Unternehmen compact (1) (17. KW-2015)*
12. *Deutscher Marketing Verband hat neuen Vorstand gewählt*
13. *Volker Schütz: Warum die Tageszeitung zum Hoffnungsträger der Digitalstrategie wird*
14. *Erneute Umsatzsteigerung: Fachverlage wuchsen auch in 2014*
15. *„prmagazin“ legt bei den Abonnements zu, „PR-Report“ meldet nicht mehr an IVW*
16. *Medien compact (3) (17. KW-2015)*
17. *CSR compact (1) (17. KW 2015)*
18. *Piwinger zur Sprache in Personalberichten: „Unternehmen vermitteln ein wenig menschliches Bild“*
19. *Wolfgang Griepentrog: Über die Kernaufgaben der Konzernkommunikation*
20. *Sterben, um zu leben? Grabgesang eines Star-Journalisten auf den Journalismus*
21. *Kommentar zum BND-Skandal: Wann schreit endlich die deutsche Wirtschaft auf?*
22. *Rezension: Von Big Shows und Aha-Erlebnissen*
23. *Gericht: Dem Kraut verfallen – noch mal Bärlauch*
24. *Termine compact (3) (17. KW-2015)*
25. *Seminare compact (2) (17. KW-2015)*
26. *Bildung compact (1) (17. KW-2015)*
27. *Studie: Namen der Firmeninhaber behindern Wachstum*
28. *Noch Arbeitgeber oder schon Love Employer Brand?*
29. *PR der Unternehmen: Besser auf Augenhöhe mit Journalisten*
30. *„Absatzwirtschaft“: Krisenexperte Roselieb lobt das Krisenmanagement der Lufthansa*



31. *Lesehinweise compact (2) (17. KW-2015)*
32. *Kommunikationsverband: 17. BoB Best of "Business-to-Business" Communication Awards 2014 verliehen*
33. *Bundesverband Digitale Wirtschaft verleiht Digital Awards*
34. *PR-Filmwettbewerb Klappe gestartet: Einreichungen bis zum 1. Juni*
35. *Preise und Awards compact (1) (17. KW-2015)*
36. *viaprinto lädt ab 4. Mai zum kostenfreien Probedruck ein*
37. *Relaunch: Medien-Kontaktplattform Recherchescout führt kostenlose Accounts für PR-Kommunikatoren ein*
38. *Neue Vermittlungsplattform für Text-Content*
39. *Jobbörse*
40. *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 compact - Sonstige (2) (17. KW-2015)

1. **Wechsel in der Pressestelle des Verkehrsunternehmens Abellio:** Als Nachfolger von **Jörg Puchmüller** wird **Matthias Neumann** (51) ab dem 1. Mai neuer Pressesprecher sowie Leiter Marketing und Kommunikation beim Verkehrsunternehmen Abellio Mitteldeutschland in Halle. Vorgänger Puchmüller zog es ins Sächsische Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr. Zuletzt war Neumann Pressesprecher beim Mitteldeutschen Verkehrsverbund.

Bei Abellio wird er an Geschäftsführer **Dirk Bal-lerstein** berichten.

2. **Brucknerhaus in Linz mit neuer Pressesprecherin: Maria Dietrich** (32) wurde als Nachfolgerin von **Claudia Werner** zum 1. April neue Pressesprecherin des Konzert- und Kongresszentrums Brucknerhaus in Linz. Vorgängerin Werner wechselte zur Ärztekammer. Dietrich kam vom Verein für prophylaktische Gesundheitsarbeit (PVG), wo sie als Leiterin Kommunikation und Medien angestellt war. Im Brucknerhaus berichtet sie an den Vorstandsdirektor und Künstlerischen Leiter des Brucknerhauses **Hans-Joachim Frey**.



### Personalien compact - Unternehmen (5) (17. KW-2015)

1. **Werz neuer Kommunikationschef bei EEW Energy from Waste: Peter Werz** (52) übernimmt mit Wirkung zum 1. Mai die Leitung der Abteilung Kommunikation und Marketing der EEW Energy from Waste GmbH, einem führenden Unternehmen in der Erzeugung umweltschonender Energie aus der thermischen Abfallverwertung in Helmstedt. Er berichtet in seiner Funktion direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung, **Bernard M. Kemper**. Werz, der vom Personentransportunternehmen Abellio Group kommt, folgt auf **Jens Petershagen**, der die Leitung der Abteilung im Herbst des letzten Jahres kommissarisch übernommen hatte.
2. **Gicon-Firmengruppe in Dresden verstärkt Öffentlichkeitsarbeit: Nico Friebel** (32) wechselte vom Sächsischen Landesbauernverband zur Gicon-Firmengruppe, einem Zusammenschluss unabhängiger Engineering- und Consultingunternehmen mit Sitz in Dresden. Seit dem 1. April unterstützt er dort die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und ist zuständig für die Firmenzeitung, die Messe- und Veranstaltungsplanung sowie den Online-Auftritt. Er berichtet an **Julius Schellmann**, Leiter Öffentlichkeitsarbeit bei Gicon.
3. **Rakuten baut PR in der Region DACH aus: Raphael Thierschmann** (27) kümmert sich ab sofort um die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Bamberger Internethändler Rakuten. Als neuer PR-Manager ist er verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Thierschmann ist bereits seit 2012 im Unternehmen und

- war zuletzt als PR-Redakteur tätig. In seiner neu eingerichteten Stelle berichtet er an **Peter Meyenburg**, der seit Anfang 2014 die Kommunikation des Unternehmens in Europa leitet.
4. **Middelmenne neuer Head of Investor Relations der curasan AG:** Zukünftig wird **Ingo Middelmenne** seine Erfahrung und sein internationales Kontaktnetzwerk als neuer Head of Investor Relations bei der curasan AG in Kleinstheim einbringen, um das Unternehmen neu am Kapitalmarkt zu positionieren. Middelmenne kommt aus der Selbständigkeit. Nach leitenden Positionen im Bereich Investor Relations für zwei Indexunternehmen gründete er im Jahr 2007 Middelmenne & Cie., eine auf Interim Management für Kapitalmarkttransaktionen und Investor Relations spezialisierte Unternehmensberatung mit Sitz in München.
5. **Veränderung in der Geschäftsführung von pressrelations:** Ab sofort wird die pressrelations GmbH, Düsseldorf, von **Joachim de Bruin** (44), Gründungsgesellschafter des Unternehmens, als alleinigem Geschäftsführer geführt. Gründungsgesellschafter **Kersten Mayer-Weppelmann** (46) hat seine Aufgaben als Geschäftsführer zum 15. April 2015 niedergelegt, er wird dem Unternehmen jedoch weiterhin als Gesellschafter verbunden bleiben. Darüber hinaus wird er pressrelations projektweise operativ unterstützen. Die pressrelations GmbH ist einer der führenden Dienstleister für digitale Medienbeobachtung und Medienanalyse.

## Personalien compact - Agenturen (5) (17. KW-2015)

1. **Neuer Mitarbeiter für Public Relations bei Exozet: Clemens Glade** ist neuer Mitarbeiter der Berliner Agentur Exozet, die sich auf digitale Dienstleistungen im Bereich Medien und Entertainment spezialisiert hat. Glade bringt Erfahrungen aus der Beratung von Kunden zu den Themen „Change“ und „Transformation“ mit. Exozet hat insgesamt 140 Mitarbeiter in Berlin, Potsdam-Babelsberg und Wien.
2. **Elsässer neuer Senior Consultant PR bei Roth & Lorenz:** Seit Januar verstärkt **Nico Elsässer** (29) die Führungsebene im PR-Team von Roth & Lorenz als Senior Consultant Public Relations in Stuttgart. Der Sportwissenschaftler und Social-Media-Manager verantwortet zukünftig unterschiedliche PR-Maßnahmen für den Kunden Mercedes-Benz. Zusätzlich wird er mit seiner Erfahrung in einer Spezialagentur für digitale Kommunikationslösungen den Bereich Digital Services in der 16-köpfigen PR-Unit der Stuttgarter Agentur für Erlebniskommunikation weiter ausbauen.
3. **Nowland ersetzt Schuhwerk als Pressesprecherin bei fischerAppelt: Wendy Nowland** (30) wurde als Nachfolgerin von **Julia Schuhwerk** neue Pressesprecherin der fischerAppelt-Gruppe mit Sitz in Hamburg. Vorgängerin Schuhwerk wechselte zum Stuttgarter Standort der Agenturgruppe. Nowland kam vom Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA), wo sie in den vergangenen zwei Jahren als PR-Managerin tätig war. Bei fischerAppelt berichtet sie an den Vorstand.
4. **Advice Partners baut Geschäftsführung aus: Sebastian Frevel** ist seit dem 1. April Mitglied der Geschäftsführung von Advice Partners, Berlin. Er erweitert damit die bisherige Geschäftsführung, bestehend aus **Thorsten Hofmann** und **Anja Feuerabend**, die seit der Gründung der Unternehmensberatung für Strategie und Kommunikationsmanagement im Jahr 2002 geschäftsführende Gesellschafter sind. Sebastian Frevel ist seit über zehn Jahren bei Advice Partners im Bereich der politischen Kommunikation / Public Affairs tätig und leitet seit 2012 die Business Unit Policy Advice, die eines von sechs Leistungsfeldern des Unternehmens abbildet.
5. **Oseon holt Expertinnen für B-to-B-Kommunikation: Carolin Nillert** (32) und **Julia Zhu** (30) verstärken das Frankfurter Team von

**KOMM-PASSION**

Oseon, der Kommunikationsagentur für Innovationsthemen. Beide Neuzugänge kommen von Burson-Marsteller, wo sie in der Technology-Practice tätig waren. Nillert betreut seit über fünf Jahren PR-Kampagnen für global tätige Technologie- und Softwareunternehmen. Bei Oseon wird sie Accounts von Softwareanbietern leiten. Zhu verstärkt das Oseon-Team in den Bereichen Medienarbeit und Online-Kommunikation, ebenfalls mit Schwerpunkt bei Business-to-Business-Themen.

## Etats

### Etats compact (12) (17. KW-2015)

1. **Convensis informiert über Vitalstoffe und Ernährung**  
Gesellschaft zur Information über Vitalstoffe und Ernährung, GIVE e.V., Stuttgart  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
an: **Convensis Group**, Stuttgart
2. **Bloomy Days legt Kommunikation in die Hände von BEiL<sup>2</sup>**  
Onlinedienst für Schnittblumen Bloomy Days GmbH, Berlin  
was: Produkt- und Unternehmens-PR  
an: **PR-Agentur BEiL<sup>2</sup>-Die PR-Strategen**, Hamburg
3. **pr nord sedak hilft bei der Ansprache von Fachzielgruppen**  
Fachveredler sedak aus Gersthofen (Bayern)  
was: Nationalen und internationalen Print- und Online-Fachpressearbeit

- an: **pr nord. neue kommunikation**, Braunschweig
4. **Ogilvy PR begleitet PR-Kampagne „Proof in Real Life“ von Galderma**  
Dermatologieunternehmen Galderma, Düsseldorf  
was: Social Media, PR und Media für Hyaluron-Produkt Restylane®  
an: **Ogilvy PR**, Düsseldorf
  5. **Marin Software setzt in der Region DACH auf Frau Wenk**  
Deutsche Niederlassung des US-Unternehmens Marin Software, Hamburg  
was: Positionierung als Anbieter einer Cloud-Lösung für Online-Werbung  
an: **Agentur Frau Wenk**, Hamburg
  6. **Kärcher und marbet: eine saubere Zusammenarbeit**  
Reinigungstechnik-Hersteller Alfred Kärcher GmbH & Co. KG, Winnenden  
was: Ausrichtung eines internationalen Führungskräfte-Treffen  
an: **marbet Marion & Bettina Würth GmbH & Co. KG**, Künzelsau
  7. **muehlhausmoers entwickelt Webmagazin für Vattenfall**  
Energiekonzern Vattenfall, Hamburg  
was: Relaunch des Mitarbeitermagazins „Vattenfall“ und Einrichtung der digitalen Nachrichtenplattform „News from Vattenfall“  
an: **muehlhausmoers**, Berlin und Köln
  8. **achtung! will mit Grills der schweizerischen Marke Outdoorchef Weber einheizen**  
DKB Household Switzerland AG, Zürich  
was: Kommunikationsauftritt von Outdoorchef im deutschen Markt  
an: **achtung!**, Hamburg
  9. **WEFRA PR gewinnt Arzneimittletat**  
Pharmaunternehmen Schaper & Brümmer GmbH & Co. KG, Salzgitter-Ringelheim  
was: Vitango® Launch-Kampagne in den Bereichen Classic, PR und Digital  
an: **WEFRA PR Gesellschaft für Public Relations mbH**, Neu-Isenburg
  10. **Dole vergibt Kommunikation an segmenta**  
Fruchthersteller Dole Europe GmbH, Hamburg  
was: Internationale Kommunikationskampagne und Social Media  
an: **segmenta communications GmbH**, Hamburg
  11. **Software-Professionals setzen auf Donner & Doria**  
Software4Professionals GmbH & Co. KG, Stuttgart



- was: Presse- und Medienarbeit und Content Marketing  
an: **Donner & Doria Public Relations GmbH**, Heidelberg
12. **Schwartz PR übernimmt Pressearbeit von Hifi-Spezialist Denon in der Schweiz**  
Division of D&M Germany GmbH (Denon), Nettetal  
was: Pressearbeit für die deutschsprachige Schweiz  
an: **Schwartz Public Relations**, München

## Agenturen

### Gute Perspektiven in der Hauptstadt: ein Jahr Press'n'Relations Berlin



Die Berliner Niederlassung der in Ulm angesiedelten PR-Agentur Press'n'Relations feiert Jubiläum und freut sich über zwei neue Kunden. Vor genau einem Jahr bezog die Agenturgruppe ihr neues Büro in Berlin-Mitte. Seither ist es Niederlassungsleiter Bruno Lukas (*Foto*) gelungen, das Geschäft auszubauen. Lukas: „Neben bestehenden Kunden wie dem deutschen Thermo King-Händlernetz betreuen wir von Berlin aus Neukunden wie die Spedition Transco Berlin Brandenburg und den Bundesarbeitskreis Altbauerneuerung.“ Auf Basis des Bestandskundengeschäfts, das ebenfalls ausgeweitet wurde, erzielte die Hauptstadt-Niederlassung im ersten Jahr ein Umsatzplus von rund 30 Prozent. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## fischerAppelt fördert Nachwuchstalente mit neuem Ausbildungskonzept



Für die Nachwuchsausbildung an der Schnittstelle von Content Publishing, PR und Social Media bietet die fischerAppelt Gruppe ab sofort ein neues

Traineeprogramm an. Alle drei Kerndisziplinen der Agenturgruppe, PR, Film und Digital Marketing sollen dabei einfließen. Das neue Ausbildungskonzept richtet sich an angehende Kommunikationsberater, heißt „challenge hoch 4“ und besteht aus den vier Bausteinen: Interchange, Competence, Konzeption und Performance. Interchange soll das Kennenlernen anderer Agenturbereiche umfassen. Competence soll für die Vermittlung der für den Agenturalltag notwendigen Basics in theoretischen Ausbildungsblöcken stehen. Sie sollen reihum an den unterschiedlichen Standorten der Creative Content Group stattfinden. Im Konzeptionsblock, so die Planung, sollen die Trainees standortübergreifend eigene Kampagnen und Maßnahmen entwickeln und präsentieren. Unter dem Stichwort Performance soll der Nachwuchs das PR-Handwerk mithilfe erfahrener Berater zudem ganz praktisch kennenlernen. So sollen Theorie und Praxis in Einklang gebracht werden.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## BVDW-Internetagentur-Ranking 2015: 15,5 Prozent Umsatzsteigerung im Vergleich zum Vorjahr



Die deutschen Full-Service-Digitalagenturen erwirtschafteten im

Geschäftsjahr 2014 Honorarumsätze von über 1,2 Milliarden Euro (1,218 Milliarden Euro). Das entspricht nach Angaben des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Düsseldorf, einem Umsatzwachstum von 15,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Allein die nach Umsatz größten 50 der

## Wie der Otto Versand einen Manager Magazin-Artikel per Corporate Blog pariert

Reputations-Alarm bei der Otto Group: Das Manager Magazin kratzt in einem aktuellen, ausführlichen Artikel am Ruf des Versandhandels-Riesen. Otto pariert die Attacke elegant – in einem eigenen Unternehmensblog.

**Der Erfolg:** Der Blogbeitrag ist bei der Google-Suche nach „Alarmstufe Rot“ und „Manager Magazin“ das erste Ergebnis. Die Erwiderung hat hier genau die richtige Sichtbarkeit. [Lesen Sie hier mehr.](#)

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

dieses Mal 231 meldenden Unternehmen setzten im vergangenen Jahr rund 861,5 Millionen Euro um (+16,4 Prozent). Dabei stieg auch die Anzahl der Arbeitsplätze in der Branche weiter an: So beschäftigten die Full-Service-Digitalagenturen in 2014 rund 12.800 festangestellte Mitarbeiter, was einem Anstieg von 14,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Deren Pro-Kopf-Umsatz lag durchschnittlich bei 85.219 Euro.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Unternehmen

### Unternehmen compact (1) (17. KW-2015)

1. **Neues Magazin auf der Bayer-Webseite gewährt Einblicke:** Ein neues **digitales Magazin** bietet **interessante Einblicke in die internationale Welt des Life-Science-Unternehmens Bayer**, Leverkusen. Warum ist es spannend, für Bayer zu arbeiten? Wie können Ärzte mit den Produkten des Erfinderunternehmens ihren Patienten helfen? Wie tragen Innovationen von Bayer rund um den Globus dazu bei,

dass Landwirte Menschen ernähren und Veterinäre Tiere behandeln können? Antworten auf diese und viele weitere Fragen liefert das neue **multimediale „Bayer-Magazin“**, das jeden Monat neu zu einer Entdeckungsreise einlädt.

## Organisationen

### Deutscher Marketing Verband hat neuen Vorstand gewählt

Die Mitgliederversammlung des Deutschen Marketing Verband e.V. (DMV), Düsseldorf, hat bei den turnusmäßigen Neuwahlen am 25. April einen neuen Vorstand gewählt und Ralf E. Strauß in seinem Amt als Präsident bestätigt. Die Wahl des neuen Vorstands fand auf der jährlichen Frühjahrstagung in Bamberg statt, deren Gastgeber der Marketing Club Oberfranken war. Die Vertreter aus den 64 deutschen Marketing Clubs haben den neuen siebenköpfigen Vorstand, der laut Satzung alle zwei Jahre zur Neuwahl antritt, mit überwältigender Mehrheit gewählt.



Auf dem Foto der neue Vorstand von links: Michael Vagedes, Öffentlichkeitsarbeit, Sebastian Deeg, Junior Marketing Professional, Ralf E. Strauß, Präsident, Corinne Nauber, Mitgliederbetreuung und -akquisition, Helmut Loerts-Sabin, Finanzen / Vizepräsident und Bernd Skiera, Wissenschaft / Innovation. (Nicht im Bild: Hans Piechatzek, Verbandsmanagement / Vizepräsident.)



**Zu schnell für Ziele?**

**Kommunikationsplanung mit Lautenbach Sass.**

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

## Medien

### Volker Schütz: Warum die Tageszeitung zum Hoffnungsträger der Digitalstrategie wird

Wer hätte das gedacht: Print wird in Gestalt der digitalen Zeitung zum Rettungsanker der Digitalaktivitäten von Premiumtiteln. Einige Argumente, warum die Strategie von „SZ“ und „FAZ“ aufgehen könnte - aufgeschrieben von Chefredakteur **Volker Schütz am 20. April in "Horizont"**, der Wochenzeitung für Marketing, Werbung und Medien. Seit Jahren vergeuden deutsche Medien Zeit, Geld und jede Menge Kreativität mit immer unsinnigeren Methoden, auf Teufel komm raus die Reichweite zu steigern. Seit Jahren werden jedem neuen redaktionellen Format mindestens zwei neue Anzeigenplätze untergejubelt. Und seit Jahren wabert die Debatte Print versus Online nicht nur beim „Spiegel“ über die Redaktionsflure wie der Dunst in John Carpenters Horrorfilm „The Fog – Nebel des Grauens“

über eine kleine, verschlafene US-Stadt. Die „Süddeutsche“ macht vor, wie es anders geht. Die „FAZ“ will ab Herbst noch eine Schippe drauflegen und ebenfalls unter Beweis stellen, dass sich Qualitätsjournalismus auch digital verkaufen lässt.

### Erneute Umsatzsteigerung: Fachverlage wuchsen auch in 2014



Das Wachstum geht weiter: Deutsche Fachmedienhäuser verzeichnen in 2014 ein Umsatzplus von 1,3 Prozent. Damit setzen sie den Aufwärtstrend der vergangenen Jahre weiter fort (2012: +0,4 Prozent; 2013: +3,4 Prozent). Insgesamt steigt der Gesamtumsatz deutscher Fachmedienhäuser in 2014 um 43 Millionen Euro auf rund 3,25 Milliarden Euro. Insbesondere Fachzeitschriften tragen als wichtigste Erlösquelle zum Wachstum bei. Als stärkster Wachstumstreiber profilieren sich die digitalen Medien. Das zeigt die aktuelle Fachpresse-Statistik 2014 der Deutschen Fachpresse. Für die jährliche repräsentative Statistik wurden von Februar bis März 2015 die Mitglieder der Deutschen Fachpresse zu ihren betrieblichen Kennzahlen befragt. Errechnet wurden die Daten im Auftrag der Deutschen Fachpresse vom Institut Bellgardt + Behr, Frankfurt am Main.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### „prmagazin“ legt bei den Abos zu, „PR-Report“ meldet nicht mehr an IVW

Zum Start ins neue Jahr konnte das PR-Fachmedium „prmagazin“, Remagen-Rolandseck, laut Angaben der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin, bei der verkauften Auflage und bei den Abonnements zulegen. Demgegenüber meldet der seit Jahresbeginn im Oberauer-Verlag erscheinende „PR Report“, Hamburg, seine Zahlen nicht mehr an die IVW. In den Mediadaten für den „PR-Report“ veröffentlicht der Verlag lediglich noch die



der IVW im dritten Quartal 2014 gemeldeten Zahlen: 1.600 Stück Druckauflage, 1.511 verbreitete und 883 verkaufte Auflage.

Das „prmagazin“ steigerte seine Abonnementzahl von 1.225 im vierten Quartal 2014 auf 1.278 im 1. Quartal 2015. Das entspricht einer Steigerung um 4,3 Prozent. Die gesamte verkaufte Auflage wuchs von 1.828 auf 1.881 Stück (plus 2,9 %).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (3) (17. KW-2015)

1. **Wächterpreis für „Handelsblatt“-Investigativ-Redakteure: Sönke Iwersen (44) und Jan Keuchel (50)** erhalten den Wächterpreis der Tagespresse 2015 für ihre Berichterstattung über die bayerische Justizaffäre um ein ärztliches Betrugssystem mit Labor-Abrechnungen. Dazu gehörte, dass die erfolgreiche Arbeit der eingesetzten polizeilichen Sonderkommission „Soko Labor“ von der Justiz bis hinauf zur damaligen Justizministerin ausgebremst wurde. Am Ende waren fast alle Betrugsfälle verjährt. Der Wächterpreis wird bereits zum 46. Mal verliehen und ist einer der renommiertesten Journalistenpreise in Deutschland. Die diesjährige Verleihung findet am 19. Mai 2015 im Kaisersaal des Frankfurter Römers statt.
2. **dpa-Tochter news aktuell stellt neues Magazin „Treibstoff“ vor:** Unter den Leitfragen



„Was treibt uns an?“ oder „Welche Themen bewegen die Branche?“ startet **Jens Petersen, Leiter Unternehmenskommunikation von news aktuell**, das neue Projekt. „**Treibstoff**“ richtet sich vor allem an **Kommunikationsfachleute aus Unternehmen und Agenturen**. Die erste Ausgabe ist jetzt als vierseitiger Print im traditionellen Zeitungsformat mit einer Auflage von 2.000 Exemplaren erschienen. Sukzessive veröffentlicht news aktuell die einzelnen Beiträge online in seinem [Blog](#). Die Printausgabe erscheint vier Mal jährlich, online wird das Magazin alle acht Wochen aufgelegt. [Hier geht es zum Download der ersten Ausgabe](#).

3. **Deutsche Welle stellt neuen Claim vor: „Made for minds.“** – Die neue Markenbotschaft für alle Angebote der Deutschen Welle (DW) soll für eine **klare Profilierung des Senders sorgen** und für das journalistische Selbstverständnis stehen: der globale Informationsanbieter aus Deutschland mit hoher Regionalkompetenz. Nicht zuletzt solle der Claim dazu dienen, die DW erfolgreich im internationalen Wettbewerb zu differenzieren und selbstbewusst von ihren Wettbewerbern abzusetzen.



## CSR + Reputation

### CSR compact (1) (17. KW 2015)

1. **BMW hat höchstes Ansehen weltweit:** 61.000 Menschen in den 15 größten Märkten haben entschieden: BMW genießt vor Google und Daimler weltweit das höchste Ansehen. Im Vorjahr lagen noch der Disney Konzern und Google vor BMW. Die Teilnehmer wurden von der **Unternehmensberatung Reputation Institut**, Sitze in New York und Kopenhagen, im Markenranking „**Global RepTrak 100**“ zum Image der 100 sichtbarsten Unternehmen befragt. Auf den Plätzen drei bis zehn folgen: Rolex, LEGO, Walt Disney, Canon, Apple, Sony und Intel.

## Autoren-Beiträge

### Piwinger zur Sprache in Personal-Berichten: „Unternehmen vermitteln ein wenig menschliches Bild“



**Textkritik kann auch als Institutionenkritik verstanden werden**

Wenn es um die „Qualität des Personalkörpers“ geht, den „Geschlechtermix“ oder die „Talentpipeline“, dann sind mir mitten im „Performance- und Potenzialmanagementsystem“ bzw. in einer „High-Performance-Unternehmenskultur“, die uns auf „kundenorientierte HR-Kommunikationskanäle“ verweist. Der „Personalkörper“ wird „gebrandet“. So ist das mit dem „Employer Branding“ – ein Hauch Wildwest. Der „War of Talents“ ist hart umkämpft. Beim „Recruiting“ hilft mal so eben ein „People Manager Development Programm“ – der Mensch als „Ressource“ und „Personalkörper“. Dem „New Way of Working“ folgt – in Klammern gesetzt – deutsch: Neue Arbeitsweise. Damit „die da

unten“ es besser verstehen können. Die „Potenzialträger“ werden aus dem „Talentpool“ gefischt und in „optimierte Personalstrukturen“ einsortiert.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Wolfgang Griepentrog: Über die Kernaufgaben der Konzernkommunikation



Inwieweit muss Konzernkommunikation zur Modernisierung, zum Fortschritt und zum Wachstum von Unternehmen anregen? Welche Rolle spielt die Konzernkommunikation beim Veränderungsmanagement? Und welche Rolle müssen Kommunikationsmanager in Konzernen gegenüber dem Top-Management einnehmen? Anhand von aktuellen Beispielen der Konzernkommunikation von VW, der Deutschen Bank, Siemens und weiterer Unternehmen zeigt „PR-Journal“-Autor Wolfgang Griepentrog (Foto) auf, was Konzernkommunikation heute leisten muss und wie weitreichend die Aufgaben sind. Kritisch merkt er an: „Wachstum und Erfolg können leicht zum Stillstand verleiten, wenn neue Impulse für Wachstum und Modernisierung fehlen. Das zu vermeiden, ist auch eine Aufgabe des Kommunikationsmanagements. Es muss den Geist des Fortschritts und der Veränderung im Unternehmen wachhalten.“ In kleineren Organisationen sei dies in der Regel kein Problem, in großen Konzernen allerdings eine Herausforderung. Größe und Komplexität erschweren die Konzernkommunikation auch in diesem Punkt. Lesen Sie einen spannenden Beitrag mit aktuellen Aufhängern über die Kernaufgaben der Konzernkommunikation in [Griepentrogs Blog „Glaubwürdig kommunizieren“](#).



## Kommentare

### Sterben, um zu leben? Grabgesang eines Star-Journalisten auf den Journalismus

Ist Journalismus tot? Auf den *Österreichischen Journalismustagen* (9./10. April in Wien) hielt Star-Webjournalist Richard Gutjahr eine Grabrede auf seine Profession, die nicht nur österreichische Zuhörer ratlos zurücklässt.

Den Gutjahr-Vortrag kommentiert nun "Horizont"-Chefredakteur Volker Schütz am 21. April - [bitte hier nachlesen](#).

"Er hat für den Bayerischen Rundfunk genauso wie für Radio Gong gearbeitet, Artikel in der „FAZ“ und dem „Berliner Tagesspiegel“ geschrieben. Doch bekannt geworden ist der 41-jährige Gutjahr als Internet-Reporter, der 2010 sein stundenlanges Schlangestehen vor dem New Yorker Apple-Store wegen eines iPad-Kaufes genauso dokumentierte wie im selben Jahr die Revolution in Ägypten. Er ist einer der Gründungsjournalisten von Krautreporter, die der Menschheit zumindest in Deutschland zeigen wollen, wie anzeigefreier Top-Journalismus im Netz funktioniert. Mit anderen Worten: Richard Gutjahr ist nicht irgendwer. Er ist eine Ikone des deutschen Netzjournalismus."

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Kommentar zum BND-Skandal: Wann schreit endlich die deutsche Wirtschaft auf?



Mist, zum zweiten Mal binnen zwei Monaten wurde unser Blog gehackt – das heißt, die Quelldaten wurden überschrieben und er ist nicht mehr auffindbar. Von wem? Fragezeichen! Warum? Fragezeichen! Klar ist nur, wir müssen wieder Zeit und Geld investieren, um den Schaden zu beheben. Und: Unser IT-Infrastruktur hat irgendwelche Sicherheitslücken, die es zu identifizieren und zu

stopfen gilt. Bei uns hält es sich der Schaden aufgrund des Hacker-Angriffs in Grenzen. Denn in unserem Tagesgeschäft sind wir nicht davon abhängig, ob unser Blog „läuft“ oder „nicht läuft“. Er ist ohnehin nur eine unserer „Spielwiesen“, um gewisse Dinge im Online- und Onlinemarketing-Bereich auszuprobieren.

Ein kalter Schauer überläuft mich aber, wenn ich daran denke, dass Realität wird, was aktuell unter dem Stichwort „Industrie 4.0“ diskutiert wird, nämlich dass künftig zum Beispiel fast alle Produktions- und Distributionsprozesse in den Unternehmen netzgestützt ablaufen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Vorbereitung und sind nicht wiederholbar.“ – Aha. Big Shows.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Rezensionen

### Rezension: Von Big Shows und Aha-Erlebnissen



*Titel: Corporate Film; Autor: Peter Benkowitz; Verlag: UVK 2014, 244 Seiten; 24,99 Euro; ISBN-13: 978-3867643986*

In der vergangenen Woche wurden die „PR Report“-Awards vergeben. Diese „Big Show“ konnte ich mir natürlich nicht entgehen lassen – zumal

die Fahrt von Hamburg nach Berlin (wenn man die regelmäßigen Verspätungen einplant) wirklich angenehm ist. Der ICE ist einer meiner Lieblingssorte für gute Bücher. Im Gepäck hatte ich ein so genanntes „Workbook für Filmemacher“.

Nun, was erwarte ich von einem Buch über Corporate Film? Ausführliche Definitionen, vielleicht einen erhobenen Zeigefinger was Briefing und Budgetierung angehen und auf jeden Fall viele Beispiele, die mehr oder weniger mit dem übereinstimmen, was ich für meine Kunden im Kopf habe. Aber ganz sicher nicht folgenden Satz – und das auf Seite 3: „Big Shows wie Helikopterflüge, Sprengungen von Gebäuden, Crashtests usw. benötigen oft Tage der

## Norbert: Gerüchte+Gerichte

### Gericht: Dem Kraut verfallen – noch mal Bärlauch



(nsb) Es ist noch nicht sehr lange her, dass der Bärlauch seinen ehemals guten Ruf zurück gewonnen hat. Erst um 1990 entdeckte die Spitzen-

gastronomie das Kraut, von den Gourmet-Tempeln aus trat es seinen Siegeszug an. Der allgemeine Trend, das saisonale Angebot zum Zentrum der Speisenplanung zu machen, stand dabei Pate.

Jahrhundertlang war der Bärlauch vergessen. Im Spätmittelalter verschwand er aus den Kloostergärten, weil man beobachtet haben wollte, dass er die Lust anrege. Einige Jahrhunderte zuvor hatte Kaiser Karl der Große seinen Anbau in allen seinen Gütern ausdrücklich befohlen. Dabei kann sich jetzt jeder denken, was er mag ...

Seinen Namen hat das Kraut durch sein Vorkommen im Wald. Dort wurde zurecht auch der Lebensraum der Bären gesehen, so kam der Lauch zu seinem Namen. In Süddeutschland kennt man ihn auch als „Ramser“, Linguisten leiten das vom germanischen „chros“ her, einem Wort, mit dem alles Kraut benannt wurde, das aus Zwiebeln wächst. Ob Lauch, Knoblauch, Zwiebeln, Schalotten oder Bärlauch – sie alle senken den Blutdruck und sind gut für die Verdauung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Termine

### Termine compact (3) (17. KW-2015)

1. **„European Newspaper Congress“ vom 3. bis 5. Mai in Wien:** Wer macht die besten Zeitungen in Europa? Wer ist vorne bei elektronischen Angeboten? Wer verfolgt spannende Konzepte? Antworten auf diese Fragen gibt es vom 3. bis 5. Mai in Wien beim **europäischen Zeitungskongress**. Veranstalter ist der Medienschonverlag Oberauer, Salzburg. Die Teilnehmer treffen dort auf innovative Chefredakteure, mutige Verleger, visionäre Strategen, hochinteressante Online-Profis und moderne Mediendesigner. Erleben Sie spannende Präsentationen innovativer Projekte. Die Teilnahme kostet 580 Euro. Weitere Informationen zum Programm und Anmeldeöglichkeit finden sich auf der [Kongress-Website](#).
2. **Scoopcamp über die Zukunft des Journalismus:** Welche Innovationen brauchen die Medien? Und welche Ideen für die Zukunft des Journalismus lassen sich bereits jetzt im Berufsalltag verwirklichen? Antworten auf diese Fragen soll auch in diesem Jahr das scoopcamp in **Hamburg** bieten. Die siebte Auflage der **Medienkonferenz** findet am **1. Oktober 2015** statt. Die Bühne für den kreativen Austausch bietet dabei das „Theater Kehr wieder“ in der Hamburger Speicherstadt. Erwartet werden mehr als 250 Experten, Journalisten und Programmierer. Zum „Early-Bird-Tarif“ von 99 Euro sind Tickets ab sofort über die [scoopcamp-Website](#) erhältlich.
3. **Gastvortragsreihe „Aktuelle Aspekte strategischer Kommunikation“:** In diesem Rahmen referieren **Jörg Pfannenber**g und **Oliver Chaudhuri** an der **Hochschule Macromedia Campus Köln** zum Thema **„Instrumente für die Kommunikationsstrategie 2.0“**. Am **6. Mai ab 18:30 Uhr** wollen Pfannenber, Geschäftsführer der Agentur JP | KOM in Düsseldorf, und sein Mitarbeiter Oliver Chaudhuri unter anderen diese Fragen beantworten: Wie erarbeitet man eine eigene Webstrategie? Und welche Instrumente gibt es für die Unternehmenskommunikation im Web? Die Moderation übernimmt Holger Sievert, Professor an der Hochschule und Head of Competence Center

PR. Anmeldung erbeten über die [Website der Macromedia-Hochschule](#).

## Seminare

### Seminare compact (2) (17. KW-2015)

1. **PR-Seminar für Sprecher aus der Energie- und Wasserwirtschaft:** Die Akademie des BDEW Bundesverbands der Energie- und Wasserwirtschaft e.V., Berlin, bietet im Sommer ein PR-Seminar an. **„Im Kontakt: Das 1 x 1 der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“** findet am **7. und 8. Juli in Düsseldorf** statt. Das Angebot richtet sich an Mitarbeiter, Führungskräfte und Sprecher von Unternehmen der Energie- und Wasserwirtschaft. Die Teilnahmekosten betragen 1.150 Euro. Weitere Informationen und Anmeldung auf der [Website der BDEW-Akademie](#).
2. **Neue Seminare der Akademie der Deutschen Medien:** Die Münchner Akademie verweist auf neue Angebote in der Reihe Marketing & Vertrieb. So findet am **8. und 9. Juni in München** das Seminar **Schreiben fürs Internet** statt. Vermittelt werden die neuesten Erkenntnisse der Leser- und Nutzungsforschung anhand zahlreicher Beispiele aus der Praxis. Die Teilnehmer erfahren, wie Überschriften und Teaser im Netz funktionieren. Weitere Informationen zum Angebot und Anmeldeöglichkeit direkt auf der [Website der Medien-Akademie](#).

## Bildung

### Bildung compact (1) (17. KW-2015)

1. **DAPR lockt mit Early Bird-Bonus für Studienstart im Oktober:** Interessenten für das **berufsbegleitende Masterstudium an der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR)**, Düsseldorf, können sich jetzt einen Early Bird-Bonus für den Lehrgangsstart am 19. Oktober sichern. Die ersten fünf Bewerber, die ihre Unterlagen bis **spätestens 15. Juni schriftlich bei der Akademie einreichen**, profitieren von zehn Prozent Preisnachlass auf

die reguläre Teilnahmegebühr. Das entspricht einer Ersparnis von 1.490 Euro bei der viersemestrigen Variante und 1.790 Euro beim Advanced-Studium mit fünf Semestern. Die DAPR bietet das Studium in Kooperation mit der Donau-Universität Krems an. Weitere Informationen sowie die Bewerbungsunterlagen zum Download auf der [DAPR-Website](#).

## Studien

### Studie: Namen der Firmeninhaber behindern Wachstum



Am MIT (Massachusetts Institute of Technology) in Boston sitzen keine Neider – schon gar nicht gegenüber der innovativen deutschen Wirtschaft. Die dortigen Forscher gehören zur Spitze ihrer jeweiligen Zunft. Ihre Meinungen und zusammengetragenen Ergebnisse wirken. Sie müssen nicht ihr Gegenüber strafen, um ihr eigenes Ansehen zu steigern.

In einem Punkt kennen Ökonomen des Massachusetts Institute of Technology, Boston, aber kein Pardon, wie eine jüngste Studie zeigt: Technikfirmen wachsen dann schneller, wenn sie nicht den Namen der Gründer tragen. Bayer, Bosch, Braun – somit ade mit der stolzen Inhabertradition in Deutschland? Ihren Aufstieg und ihre immer wieder gezeigte Leistung hätte es gar nicht geben dürfen?

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Noch Arbeitgeber oder schon Love Employer Brand?

Heute schon gefragt, was man sich vom eigenen Arbeitgeber wünscht? Während 2004 der Inhalt der Tätigkeit und das Gehalt die wichtigsten Kriterien bei der Entscheidung für oder gegen einen Arbeitgeber waren, finden sich zehn Jahre später soziale Aspekte wie ein attraktives Betriebsklima und flexible Arbeitszeitmodelle an erster Stelle. Viele Un-

ternehmen gehen darauf ein und entwickeln bewusst Strategien, um als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen oder gar zur „Love Employer Brand“ zu werden – eine Arbeitgebermarke mit starker, auch emotionaler Anziehungskraft. Doch auch wenn deutsche Unternehmen bereits erkannt haben, dass sie auf die veränderten Ansprüche der Bewerber eingehen müssen, Employer Branding bedeutet mehr, als einen Kicker zu kaufen. Das zeigen die Ergebnisse der Studien „Recruiting Trends 2015“ und „Bewerbungspraxis 2015“, die das Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universität Bamberg in Zusammenarbeit mit dem Karriereportal Monster seit nunmehr 13 Jahren durchführt. Das „PR-Journal“ stellt die Eckpunkte der Studien vor und gibt Tipps für Kandidaten wie sie herausfinden, ob ein Unternehmen zu ihnen passt.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Lesehinweise

### PR der Unternehmen: Besser auf Augenhöhe mit Journalisten

Laut einer YouGov-Umfrage misstraut in Deutschland mittlerweile fast jeder Zweite den Medien. Auch die Gebildeten und Gutverdienenden glauben inzwischen, die Berichterstattung sei einseitig und politisch gelenkt. Seit diesem Jahr erreicht das Misstrauen eine neue Dimension: Großkonzerne wollen in einem Kodex erreichen, dass die Medien wieder sauberer zwischen Werbung und Berichterstattung trennen. Eine verfahrenere Situation zwischen Unternehmen, PR und Medien? Liegt der Ball nur bei Presse, TV und Funk? Ein erfahrener Vertreter der PR-Branche sieht die Dinge etwas anders.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## „Absatzwirtschaft“: Krisenexperte Roselieb lobt das Krisenmanagement der Lufthansa



In den Medien wurde das Krisenmanagement der Lufthansa nach dem Absturz der Germanwings-Maschine im März vielfach gelobt. Jetzt hat sich auch ein Krisenexperte zu Wort gemeldet. Frank Roselieb (Foto), geschäftsführender Direktor und Sprecher des Krisennavigator – Institut für Krisenforschung in Kiel, stellt der Lufthansa in einem Beitrag für die „Absatzwirtschaft“ ein gutes Zeugnis aus. Drei Dinge hebt er als besonders beispielhaft hervor: erstens die schnelle Reaktion mit überzeugenden Gesten, zweitens auf Lufthansachef Carsten Spohr zu setzen und drittens die Nähe zu den Angehörigen der Opfer. Lesen Sie den vollständigen Beitrag von Roselieb auf der [Website der Fachzeitschrift „Absatzwirtschaft“](#).

## Lesehinweise compact (2) (17. KW-2015)

1. **„Wie Banken systematisch ihre Reputation zerstören“** beschreibt Richard Wiens in den „Salzburger Nachrichten“. Am Beispiel der Deutschen Bank führt er aus, wie sehr sich das Image der Banken verändert habe. Einst galten sie als Hüter der Solidität, die Deutsche Bank zeige nun, wie schwer es der Branche falle, diesen Status zurückzuerlangen. Lesen Sie den vollständigen Beitrag in der [Online-Ausgabe der „Salzburger Nachrichten“](#).
2. **„Spiegel“: Bundesrechnungshof kritisiert PR der Bundestagsfraktionen:** Nach Informationen des „Spiegel“ hat der Bundesrechnungshof **PR-Aktionen der Bundestagsfraktionen von SPD, CDU/CSU, Bündnis90/Die Grünen und FDP** kritisiert. Während verschiedener Bundestagswahlkämpfe in der Zeit von 1999 bis 2006 sollen sie Broschüren und Anzeigenkampagnen veröffentlicht haben, obwohl „das Abgeordnetengesetz den Fraktionen untersagt, ihre Gelder für Partei- oder Wahlkampfzwecke zu verwenden“, wie es in einem Vorbericht auf „Spiegel online“ heißt. Lesen Sie

den Beitrag [„Parteienfinanzierung: Rechnungshof beanstandet PR der Fraktionen“](#) auf „Spiegel online“.

## Preise und Awards

### Kommunikationsverband: 17. BoB Best of "Business-to-Business" Communication Awards 2014 verliehen



Zum 17. Mal verlieh der Kommunikationsverband

führenden Unternehmen und Dienstleistern der Branche den BoB Best of "Business-to-Business" Communication Award in Bonn. Insgesamt 161 Arbeiten in zehn Kategorien wurden von insgesamt 24 Juroren unter der Leitung von Michael Koch bewertet. Die Jury vergab 2014 insgesamt 50 Auszeichnungen: 8 x Gold, 12 x Silber und 16 x Bronze sowie 14 Shortlist Platzierungen. Rund 130 Gäste nahmen an der Preisverleihung am 22. April teil und sahen die Award Show in der Zentrale der Deutschen Telekom in Bonn. Moderiert wurde die Preisverleihung von der Vizepräsidentin des Kommunikationsverbands Deutschland e.V., Tina Kirfel, General Manager Europe, Middle East, Africa, Silversea Cruises. Foto: alle Gewinner des BoB 2015.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Bundesverband Digitale Wirtschaft verleiht Digital Awards

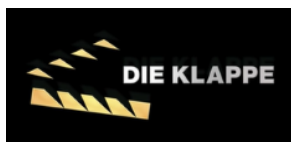


Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hat am 23. April erstmals den Deutschen Digital Award verliehen. Bei der von Jan Böhmermann moderierten Preisverleihung im „Haubentaucher“ in Berlin, an der über 400 Gäste aus Wirtschaft, Politik, Medien

und der Digitalbranche teilnahmen, wurden 39 digitale Arbeiten aus 21 Kategorien mit Edelmetall prämiert: sechs mit Gold, 14 mit Silber und 19 mit Bronze. Die Jury um Jurypräsident Stefan Mohr, Geschäftsführer Jung von Matt/next GmbH, zeichnete zudem „GT Ride - Viral Gaming für Kia“ von der Agentur La Red als kategorienübergreifend beste Arbeit des Deutschen Digital Awards 2015 mit dem „Best Of“-Preis aus. Der Sonderpreis der Jury wurde an MyTaxi vergeben. Die erfolgreichste Agentur des Deutschen Digital Awards 2015 ist La Red („Best Of“, einmal Gold, zweimal Silber). Nach der Verleihung feierten Gäste, Gewinner und Jury bis tief in die Nacht.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## PR-Filmwettbewerb Klappe gestartet: Einreichungen bis zum 1. Juni



Die Ausschreibung 2015 für das Klappe PR Filmfestival ist gestartet. Noch bis zum 1. Juni

nimmt der Kommunikationsverband Deutschland e.V., Frankfurt am Main, auf dem Wege der Online-Bewerbung Einreichungen entgegen. Gefragt sind Filmbeiträge aus der internen und externen Unternehmenskommunikation. Teilnehmen können Unternehmen und Verbände, Institutionen, Agenturen und Produktionsfirmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz und zwar mit Filmen, die in der Region DACH entwickelt und / oder produziert und erstmals seit dem 1. März 2014 bis zum 30. Mai 2015 mindestens einmal veröffentlicht worden sind. Die Jury setzt sich aus Auftraggebern, Agenturen und sonstigen Fachleuten (Medien, Regie, Filmproduktion, Post Production) zusammen. Den Vorsitz hat in diesem Jahr Thomas Strerath, zukünftig Jung von Matt. Die Preisverleihung findet am 22. September in Berlin statt. Zusätzlich schreibt der Kommunikationsverband mit Unterstützung der Targobank noch einen Förderpreis für den Nachwuchs aus. Hier ist die Teilnahme kostenlos. Weitere Informationen und Einreichungen direkt auf der [Website zur „Klappe“](#).

## Preise und Awards compact (1) (17. KW-2015)

1. **Shortlist des BCP-Awards 2015 veröffentlicht** - Das wird spannend: 238 Publikationen sind nach drei Jurysitzungen auf die Shortlist des [BCP Best of Corporate Publishing](#) gesetzt worden. Sie alle haben Chancen am 18. Juni bei der Preisverleihung in München ausgezeichnet zu werden. Mehr als 160 Juroren haben die 729 BCP-Einreichungen im März und April 2015 auf Herz und Nieren geprüft. Übrigens: Der BCP-Award wird auch beim PR-Kreativ-Ranking des „PR-Journals“ berücksichtigt. Ein Blick auf die Shortlist lohnt sich also schon jetzt: Hier geht's zur [BCP-Shortlist 2015 des Forums Corporate Publishing e.V.](#), München.

## Tipps

### viaprinto lädt ab 4. Mai zum kostenfreien Probedruck ein



Wie betonte doch einst Oliver Kahn: Druck muss man spüren. Print hingegen muss gefühlt werden. Nur so, meinen jeden-

falls die Vertreter der Online-Druckerei viaprinto, überzeuge die Botschaft auf Flyern & Co. Deswegen lädt viaprinto zur Printparty ein, „ins Labor der Ideen-Verwirklicher, in die Schmiede der Papier-Former“: viaprinto lädt zum Probedruck. Denn Online-Druckereien können viel von Qualität versprechen. viaprinto bietet sich zum Test an. „Nur wer das Handwerk fühlt, der kann sich davon überzeugen, wie lebendig Print ist“, kündigt das Unternehmen an. Wie das geht? viaprinto macht die Arbeit und die Kunden bezahlen nichts. Einfach mal zur Probe drucken. Immer wieder montags – über vier Wochen – stellt die Online-Druckerei hier beim „PR-Journal“ ein anderes Produkt in den Fokus: seien es Visitenkarten, Flyer, Briefpapier oder Blöcke. Und die Kunden drucken selbst. Die ersten 100 Tester

bekommen freien Zugang durch einen Code, bestellen auf viaprinto und probieren aus, was die Online-Druckerei unter Perfektion und Service versteht.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Relaunch: Medien-Kontaktplattform Recherchescout führt kostenlose Accounts für PR-Kommunikatoren ein



Das Münchner Start-up **Recherchescout** hat seine Plattform überarbeitet. Mit dem Relaunch wollen die Gründer Kai Oppel und Martin Fiedler den Nutzern

aus Journalismus und Unternehmenskommunikation einfacher machen, zueinander zu finden. Dafür stellt das Portal neue Kategorien für ein optimiertes Matching vor und führt kostenlose Accounts für PR-Kommunikatoren ein. Nutzer des kostenlosen Accounts erhalten die journalistischen Anfragen bis auf die fehlenden Kontaktdaten der Absender in der gleichen Form wie die zahlenden Kunden. Für Journalisten ist die Nutzung des Rechercheportals grundsätzlich kostenlos. Registriert haben sich bisher nach Angaben von Recherchescout 1.500 Journalisten zur kostenlosen Nutzung und „eine dreistellige Zahl von Agenturen und Unternehmen als zahlende Kunden“. Weitere Angaben wollten die beiden Gründer auf Nachfrage des „PR-Journals“ nicht machen.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Neue Vermittlungsplattform für Text-Content



Neben Textdealer und Textbroker gibt es jetzt

einen weiteren Online-Text-Service: **Pfiff Media** heißt das Angebot der Gründer Tobias und Rebecca Vogels. Ihre Geschäftsidee: die Verbindung von Autoren mit Auftraggebern. Damit bringt Pfiff Media eine Vermittlungsplattform in den Content-

Markt, wie sie sich etwa im Hotelbereich mit Anbietern wie Airbnb längst bewährt hat. Die Anbieter versprechen volle Transparenz, was die Kosten sowie die Qualität der Autoren betrifft. Die Preise bewegen sich aktuell noch im „Discount-Segment“, wie Rebecca Vogels gegenüber dem „PR-Journal“ zugab. Des Auftraggebers Freud ist hier des Texters Leid. Denn beispielsweise Webseitexte mit 1.000 Wörtern werden von Pfiff Media für 33 Euro (!) angeboten. Dies, so Vogels, solle sich aber mittelfristig zugunsten der Texter ändern, dann nämlich sollen diese ihre Preise selbst gestalten können. Bis dahin bietet Pfiff Media einen „kostengünstigen“ Service. Hier geht's zur [Website](#).

## Jobangebote

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

### GESUCHE

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

### ANGEBOTE (49)

Volontariat/Trainee

Die 15 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- *Juniorberater (m/w) Schwerpunkt Technikthemen, JP KOM Düsseldorf und Frankfurt am Main*
- *PR-Berater Marketing Communications/Corporate Communications (m/w), Berlin*
- *PR-Junior-Berater (m/w) in Teilzeit oder Vollzeit, München*



- *Havas PR Düsseldorf sucht PR-Berater / Junior-Berater (m/w), Düsseldorf*
- *PR-(Senior)-Berater / Junior-Berater (w/m), München*
- *PR-Berater(in) Schwerpunkt Gesundheit, Berlin*
- *PR-Berater (m/w), Düsseldorf*
- *Account Manager PR (m/w) für Hamburg*
- *PR-Berater (m/w) Healthcare, Berlin*
- *PR-Berater (m/w) für interne/externe Agenturkommunikation, Hamburg*
- *Seniorberater PR (m/w) als Teamleiter „Energie und Umwelt“, Hamburg*
- *Senior Account Manager Digital (m/w), Köln*
- *Account Manager (m/w), Köln*
- *PR-Berater/Projektleiter und Juniorberater/Projektmanager (w/m), München*
- *PR-Berater (m/w) Corporate Communications, Frankfurt/Main*
- *Senior Communications Consultant in Berlin*
- *Berater Public Relations ab sofort in Berlin*
- *Junior-Berater Public Relations ab sofort in Berlin*
- *Team-Assistenz und Senior Consultant für Klenk & Hoursch, München*
- *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*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*

#### Behörden (Öffentl.Dienst)

- *Professur Kommunikationsmanagement (W2), Gelsenkirchen*

#### Unternehmen

- *Programme Editor (m/w), Luxembourg*
- *Leiter/in Unternehmenskommunikation, Chemnitz*
- *Spezialist Interne Kommunikation (m/w), Ravensburg*
- *Fashion PR & Communications Manager DACH, München*
- *Novartis Oncology sucht einen Communications Manager (w/m), Nürnberg*

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 27. April 2015 um 20:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.001 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 Kartte, 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); 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](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.

**Anschrift:**

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

**E-Mail:** redaktion[at]pr-journal.de

**URL:** [www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de); [www.prjournal.de](http://www.prjournal.de);  
[www.pr-journal.ch](http://www.pr-journal.ch); [www.pr-journal.at](http://www.pr-journal.at); [www.pr-journal.com](http://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](https://twitter.com/prjournal); [twitter.com/prjobboerse](https://twitter.com/prjobboerse);  
**Facebook:** [www.facebook.com/prjournal](https://www.facebook.com/prjournal); [www.facebook.com/prjobboerse](https://www.facebook.com/prjobboerse);  
**Google+:** [plus.google.com/u/0/+prjournal/posts](https://plus.google.com/u/0/+prjournal/posts);  
[plus.google.com/114272728529044425944/posts](https://plus.google.com/114272728529044425944/posts)