

PR-Journal Newsletter

Nr. 491 / 44. KW 2015

Seite 1

Klaus Eck startet neue Content Marketing-Agentur d.Tales



Die Eck Consulting Group erweitert ihr Leistungsportfolio und gründet dazu die Agentur d.Tales. Sie wird ab Anfang November 2015

Unternehmen in der taktischen Umsetzung von digitalem Marketing und Content Marketing unterstützen. Mit der Content Marketing-Agentur erweitert die Eck Consulting Group, bisher eine reine Unternehmensberatung für digitale Kommunikation, ihr Portfolio um konzeptionelle und kreative Agenturleistungen. Um die beiden Aufgabenbereiche klar voneinander zu trennen, werden die Leistungen im Bereich Unternehmensberatung in der hundertprozentigen Tochter Eck Consulting GmbH gebündelt. Die Eck Consulting Group fungiert künftig als Holding, unter deren Dach beide Unternehmen wirken. „Dank dieser Konstellation sind wir ab sofort in der Lage, unsere Kunden bei allen digitalen Herausforderungen zu unterstützen – von der Strategie über Konzeption bis zur Realisierung von Social Media- und Content Marketing-Strategien“, sagt Klaus Eck.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„Wirtschaftsjournalist“: Hamprecht Unternehmenssprecher des Jahres

Opel-Sprecher Harald Hamprecht (Foto l.) ist erstmals Deutschlands Unternehmenssprecher des Jahres. Bei der jährlichen Befragung des Fachmagazins „Wirtschaftsjournalist“ hatten 311 Fach- und



Wirtschaftsjournalisten die Pressearbeit von 100 großen Unternehmen bewertet. Auf dem zweiten Platz landete Daimler-Kommunikator Jörg Howe, der 2013 und 2014 als Sprecher des Jahres ausgezeichnet worden war. Den dritten Rang teilen sich Maximilian Schöberl (BMW) und der in diesem Jahr zu ZF Friedrichshafen gewechselte Christoph Horn. Der „Wirtschaftsjournalist“ hat darüber hinaus die Sprecher des Jahres im Bereich der Wirtschaftsverbände ermittelt. Sieger wurden hier Ute Brüssel (Foto M.) für den Deutschen Industrie und Handelskammertag sowie Holger Paul (Foto r.) für den Verband deutscher Maschinen und Anlagenbau. Paul hatte erst am 1. April die Nachfolger von Marlies Schäfer angetreten, die im vergangenen Jahr ausgezeichnet wurde. Auch Rankings für die Branchen Industrie, Banken, Energie, Versicherung und Medien wurden veröffentlicht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Interview Nr. 134 Miriam Rupp über PR für Startups: „Die Crowd zum Teil der Idee machen“

Das „PR-Interview“ wird realisiert von K1 Gesellschaft für Kommunikation.



Gerade für Startups ist eine Startfinanzierung durch Crowdfunding eine immer attraktivere Alternative zu jahrelang bindenden Bankdarlehen. Immer mehr Agenturen

auch in Deutschland spezialisieren sich darauf, die Projekte von Anfang an mit begleitender PR-Arbeit zum Gelingen zu führen. Wir sprachen mit Miriam Rupp (Foto) von Mashup Communications, die PR-Kampagnen für Startups entwickelt, die sich via Crowdfunding gründen wollen.

Inhaltsverzeichnis

Der 491. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 23 Einzelmeldungen.

1. *Klaus Eck startet Agentur d.Tales*
2. *„Wirtschaftsjournalist“ kürt Hamprecht zum Unternehmenssprecher des Jahres in Deutschland*
3. *PR-Interview Nr. 134 – Miriam Rupp über PR für Startups: „Die Crowd zum Teil der Idee machen“*
4. *Personalrochade bei Credit Suisse: Haller als Kommunikationschefin abgelöst*
5. *Bundesverband Arzneimittel-Hersteller: Möller neue Kommunikationschefin für Schmickler*
6. *Personalien compact - Sonstige (5) (44. KW-2015)*
7. *Personalien compact - Unternehmen (3) (44. KW-2015)*
8. *Personalien compact - Agenturen (4) (44. KW-2015)*
9. *Flughafen Berlin Brandenburg holt sich kommunikative Unterstützung bei 365 Sherpas*
10. *Neue Kampagne: ergo Kommunikation inszeniert für HD+ die Vorteile von HDTV*
11. *Etats compact (9) (44. KW-2015)*
12. *Faktenkontor eröffnet Niederlassung in Frankfurt*
13. *Kommunikationsagentur CB.e fusioniert mit Digitaltochter*
14. *Agentur Hettenbach feiert 70. Geburtstag: Internationale Kampagnen aus Heilbronn*
15. *Agenturen compact (1) (44. KW-2015)*
16. *Deutsche Post und Aktion Mensch starten Projekt „Für mehr Begegnung“*
17. *Unternehmensgeschichte schafft Mehrwert: Erfolgsfaktoren für History Marketing*
18. *Frank Überall neuer Bundesvorsitzender des DJV*
19. *Bundesverband Industrie Kommunikation lädt ein zur jährlichen Budgetumfrage*
20. *Neue Publikation „Communication Insights“ will Wertschöpfung durch Kommunikation belegen*
21. *Pitchblog: Wintershall sorgt für Verwirrung*
22. *Bernd Ziesemer neuer Vorsitzender der Kölner Journalistenschule*
23. *Medien compact (1) (44. KW-2015)*
24. *Interview: Wertemanagement ist die Basis für erfolgreiche CSR-Arbeit*
25. *Kommunikationsleistung soll in Vergütung von Führungskräften einfließen*
26. *Berufseinsteiger wollen alles: Familie, Beruf und Zukunft*
27. *Rezension: Ich freue mich auf eine Einladung*
28. *„PR Report“ reist in die Welt von Medienresonanzanalyse und Reputations-Management*
29. *Studie: Content Marketing bringt Erfolge bei Followerzahlen und Leadgenerierung*



30. *Romanian PR Award: PR-Gala im Angesicht der Brandkatastrophe vom 30. Oktober*
31. *Deutscher PR-Preis der DPRG 2015: Zahl der Einreichungen gestiegen*
32. *Foto-Kampagne #WeAreTheClimateGeneration startet europaweit*
33. *comdirect sponsert Finanzbarcamp am 6. und 7. November*
34. *Otto macht's möglich: Projekt Praktikum für die Generation Praktikum*
35. *Kommunikationskosten immer griffbereit: neuer Etat-Kalkulator erschienen*
36. *PR-Journal: 28.438 Besucher im Oktober 2015; 35 neue Jobangebote; 24 % nutzen Mobilversionen*
37. *Jobbörse*
38. *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

PR-Journal: Was ist aus Ihrer Sicht das Rezept für eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne?

Miriam Rupp: Ein Standard-Rezept gibt es sicher nicht. Ein Produkt oder eine Idee kann jedoch unterschiedlich gut für Crowdfunding geeignet sein. Für eine erste Orientierung ist es wichtig, genau zu recherchieren, ob es schon andere Projekte im gleichen Bereich gibt und wie diese laufen. Entscheidend ist es auch, rechtzeitig anzufangen. Mal eben eine Crowdfunding-Kampagne aufzusetzen, funktioniert nicht. Gute Inhalte aufzubereiten, braucht Zeit.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Personalien

Personalrochade bei Credit Suisse: Haller als Kommunikationschefin abgelöst



Bei der schweizerischen Großbank Credit Suisse AG in Zürich dreht sich das Personalkarussell: In Folge des CEO-Wechsels von Brady Dougan zu Tid-

jane Thiam im Sommer dieses Jahres werden nun zahlreiche Positionen im Unternehmen neu besetzt. Zu den Verlierern gehört Kommunikationschefin Clarissa Haller (Foto), die Ex-CEO Brady Dougan erst im Sommer des vergangenen Jahres von ABB zur Credit Suisse AG geholt hatte. Nach Informationen von „persönlich.com“ übernimmt der Medienverantwortliche Christoph Meier vorübergehend die Leitung der Kommunikation. Er berichtet an Peter Goerke (Foto r.), der erst seit dem 22. Oktober auf Geschäftsleitungsebene für die Bereiche Human Resources, Communications and Branding verantwortlich zeichnet. Goerke löste Pamela Thomas-Graham ab, die aus der Konzernleitung ausschied, dem Unternehmen aber in anderer Funktion erhalten bleiben soll.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Bundesverband Arzneimittel-Hersteller: Möller neue Kommunikationschefin für Schmickler



Zum 1. November 2015 tritt Yvonne Möller (38, Foto) in die Geschäftsstelle des Bundesverbandes der Arzneimittel-Hersteller e.V. (BAH) in Bonn ein und

übernimmt ab dem 1. Januar 2016 die Leitung der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Möller

A&B One

folgt auf Heinz-Gert Schmickler (65), der nach 23 Jahren Leitung der Verbandskommunikation am 31. Dezember 2015 in den Ruhestand geht. Darüber hinaus übernimmt Möller die Sprecherfunktion von Wolfgang Reinert, der zukünftig die Themen Gesundheitspolitik und Grundsatzfragen für den Verband verantworten wird. Zusätzliche Aufgabe von Möller wird es sein, den Umzug der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Bonn nach Berlin zu unterstützen. Sie wird dort bei der neuen Berliner Geschäftsstelle angesiedelt sein, die vom stellvertretenden Hauptgeschäftsführer Hermann Kortland geleitet wird.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

TOP

Personalien compact - Sonstige (5) (44. KW-2015)

1. **Neue Pressesprecherin an der WHU: Jennifer Willms** leitet seit dem 1. November als Pressesprecherin den Bereich Public Relations an der WHU – Otto Beisheim School of Management in Vallendar. Sie wurde Nachfolgerin von **Heimo Prokop**, der die Hochschule verlassen hat. Willms arbeitet bereits seit knapp fünf Jahren an der WHU, seit April 2013 im Bereich Public Relations. Die studierte Journalistin ist neben ihrer Tätigkeit für die WHU seit 2007 auch als freie Journalistin und Buchautorin tätig. Die WHU ist eine international ausgerichtete, privat finanzierte Wirtschaftshochschule, die 1984 gegründet wurde. Mit dem WHU Campus

Düsseldorf hat die Hochschule im Oktober 2012 ihren zweiten Standort eröffnet.

2. **Müller beim HSV eingewechselt: Till Müller** (30) wird vom 16. November an neuer stellvertretender Pressesprecher beim Hamburger Sport-Verein. In der neu geschaffenen Position soll er Mediendirektor **Jörn Wolf** entlasten, an den er auch berichtet. Müller kommt vom Fußballclub SSV Jahn Regensburg, wo er bislang als Leiter Medien & Kommunikation tätig war.
3. **SWR Classic bekommt eigenen Marketing- und Kommunikationschef: Stefan Piendl** (50) wechselt von den Arion Arts Music Consultants zum Südwestrundfunk (SWR), der seinen Verwaltungssitz in Stuttgart hat. In einer neu geschaffenen Position wird Piendl dort Leiter Kommunikation bei SWR Classic. In dieser Rolle verantwortet er die Markenkommunikation und das Marketing für die Klassikaktivitäten des Senders sowie die Koordination mit den beiden Festivals Schwetzingen SWR Festspiele und Donaueschinger Musiktage. Insbesondere leitet er den Start und das Markenmanagement der neuen Dachmarke SWR Classic und übt die Sprecherfunktion aus. Piendl wird an **Lothar Hasl**, Leiter Hauptabteilung Intendanz / Kommunikation, berichten.
4. **Nationalparkverwaltung Bayerischer Wald hat neuen Sprecher: Manuel Köppl** (31) leitet als Nachfolger von **Kristin Beck** seit dem 1. Oktober die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Nationalparkverwaltung Bayerischer Wald in Grafenau. Vorgängerin Beck wechselte zum Leibniz-Institut für Ostseeforschung. Köppl kam von der Universität Passau, wo er Lehrkraft für besondere Aufgaben am Zentrum für Medien und Kommunikation war. In seiner neuen Aufgabe berichtet er an **Franz Leibl**, den Leiter der Nationalparkverwaltung.
5. **Österreichische Hoteliers mit neuer Kommunikationsleiterin: Claudia Bär** (42) hat bei Österreichischen Hoteliersvereinigung (ÖHV) in Wien die neue geschaffene Funktion der Marketing- und Kommunikationsleiterin übernommen. Sie ist zuständig für die Kommunikation mit den Mitgliedern und verschiedene Zukunftsprojekte. Vor ihrem Wechsel zur ÖHV war Bär in verschiedenen Positionen für das Buchungsportal Tiscover tätig, zuletzt als Head of Brand and Corporate Communications. Sie berichtet künftig an den Geschäftsführer **Markus Gratzner**.

KOMM-PASSION

Personalien compact - Unternehmen (3) (44. KW-2015)

1. **Mainzer Volksbank verpflichtet Kommunikationsmanagerin: Anke Sostmann** (45) leitet seit dem 1. Oktober die Kommunikation bei der Mainzer Volksbank. Die Position wurde neu geschaffen. Sostmann arbeitete zuvor als Redakteurin in der Konzernkommunikation der R+V Versicherung. Bei der Mainzer Volksbank berichtet sie an den Bereichsleiter Marketing & Öffentlichkeitsarbeit **Peter Jost**.
2. **M+W Group stärkt Interne Kommunikation: Christoph Jag** (37) leitet seit dem 1. September die Interne Kommunikation beim Stuttgarter Anlagenbauunternehmen M+W Group. Die Position wurde neu geschaffen. Zuvor war Jag bei Siemens, wo er als Projektmanager innerhalb der HR-Kommunikation tätig arbeitete. Bei der M+W Group berichtet er an **Christina Fuchs**, Leiterin Corporate HR.
3. **Berliner Immobilienmanagement schafft Sprecherstelle: Christian Breitreutz** (35) übernimmt vom 1. November an die Leitung von Kommunikation und Marketing bei der BIM Berliner Immobilienmanagement GmbH (BIM). Die Position wurde neu geschaffen. Breitreutz arbeitete zuvor als Pressesprecher bei der IHK Berlin. Beim BIM berichtet er an die Geschäftsführer **Sven Lemiss** und **Birgit Möhring**.

Personalien compact - Agenturen (4) (44. KW-2015)

1. **GFD verstärkt PR mit Markus Rosenberg:** Mit Wirkung zum 1. November 2015 ist **Markus**

Rosenberg (46) in die Agentur GFD Finanzkommunikation in Frankfurt am Main eingetreten. Rosenberg war zuvor von 2005 bis Ende 2014 im Bereich Externe Kommunikation der DekaBank Deutsche Girozentrale in Frankfurt am Main tätig, zuletzt als Leiter der Pressestelle innerhalb der Unternehmenskommunikation. Zuvor war der Betriebswirt in der Öffentlichkeitsarbeit von Franklin Templeton tätig. Rosenberg wird bei GFD als Senior Consultant insbesondere Kunden aus dem Bereich Asset Management unterstützen.

2. **Vom Biotech-Unternehmen zur Biomedical PR-Agentur: Mario Brkulj** (39) hat bei der PR Agentur MacDougall Biomedical Communications, Hauptsitz in Worcester in den USA, europäische Niederlassung in München, seine neue Aufgabe als Vice President angetreten. Zuvor war er bis zum 30. September Associate Director Corporate Communications and Investor Relations bei der MorphoSys AG, einem Biotech-Unternehmen in Martinsried / Planegg bei München. Wer dort seine Nachfolge übernimmt, ist derzeit noch offen.
3. **Eichner wird Deputy General Manager bei WE Communications:** Die internationale, integrierte Kommunikationsagentur WE ernannt **Bianca Eichner** zum Deputy General Manager für Deutschland. Eichner bekleidet die Position offiziell seit dem 1. August. In dieser neuen Rolle soll sie das Wachstum der Agentur vorantreiben. Bei WE hat sie im April 2014 als Head of Healthcare angefangen. Insgesamt verfügt die Healthcare-Expertin über 18 Jahre Erfahrung beim Entwickeln und Implementieren von Wachstumsstrategien für Agenturen. Bei WE berichtet sie an **Chris Talago**, EMEA Executive Vice President.
4. **Harald Händel scheidet bei J+K aus: Harald Händel** und Johanssen + Kretschmer strategische Kommunikation GmbH (J+K) beenden ihre Zusammenarbeit. Händel war bei der Berliner Kommunikationsberatung etwas mehr als ein Jahr als Redaktionsleiter beschäftigt und verantwortete fachlich den Bereich Media Management. J+K plant, die Redaktion zukünftig in den Agenturverbund >JK zu überführen. Daher werde sich für die Kunden wenig ändern, die komplette redaktionelle Leistung sei zu jedem Zeitpunkt sichergestellt, betonte **Heiko Kretschmer**, Geschäftsführer von J+K.



Etats

Flughafen Berlin Brandenburg holt sich kommunikative Unterstützung bei 365 Sherpas



Am 1. Oktober hatte das ["PR-Journal" darüber berichtet](#), dass sich die Unternehmenskommunikation der Flughafen Berlin Brandenburg GmbH unter der Leitung von Ralf Kunkel (Foto) neu aufgestellt hat. Die bislang getrennten Einheiten Pressestelle, Öffentlichkeits- und Umlandarbeit sowie Corporate Design / Corporate Identity wurden zusammengeführt. Jetzt wurde bekannt, dass sich Kunkel und seine Mannschaft kontinuierlich von einer Agentur unterstützen lassen. Wie der „PR Report“ berichtet, hat die Agentur 365 Sherpas den PR-Etat bekommen und soll nun kontinuierlich Zuträgerdienste leisten. Hinzu kommen Beratung und Dienstleistungen in den Bereichen Public Affairs, Krise und digitale Kommunikation.

Neue Kampagne: ergo Kommunikation inszeniert für HD+ Vorteile von HDTV



ergo Kommunikation München realisiert für den langjährigen Kunden HD Plus GmbH in Unterföhring eine neue, integrierte Kampagne, um Satelliten-TV-Zuschauer für hochauflösendes HDTV zu begeistern: Für die Aktion „Deutschlands glücklichstes

Wohnzimmer“ hat ergo Kommunikation sowohl RTL II, als auch die Programmzeitung „TV Movie“ ins Boot geholt und den Sternekoch Frank Oehler (Foto) als Testimonial gewonnen. Alle Partner bringen sich aktiv in die Cross-Channel-Kampagne ein und trommeln für einen Besuch der Kampagnen-website, die im Mittelpunkt aller Aktionen steht. Zusätzlich wird die Kampagne auch in den sozialen Medien von HD+ und den Medienpartnern begleitet. So soll über die Fan-Pages der Partner eine sechsstellige Reichweite entstehen. Eine Newsletter-Kampagne, die von allen Partnern gefahren wird, adressiert nochmals einen sechsstelligen Empfängerkreis. In der Summe soll im Kampagnen-Set-Up von „Deutschlands glücklichstes Wohnzimmer“ unter der Regie von ergo Kommunikation eine signifikante Millionenreichweite entstehen. Weitere Aufmerksamkeit sollen dann noch Presseberichte über die Aktion erzeugen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (9) (44. KW-2015)

1. **VDZ startet Kampagne für die die Vermarktung von Verlagsangeboten**
 wer: Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), Berlin
 was: 360-Grad-Gattungsmarketing-Kampagne „Editorial Media“ mit Kampagnen-Site als Dialogplattform
 an: **Zum Goldenen Hirschen**, Hamburg, und **C 3**, Berlin
2. **Isgro unterstützt Shire bei Einführung eines neuen ADHS-Wirkstoffs**
 wer: Pharmaunternehmen Shire Deutschland GmbH, Berlin

Hier sind die wichtigsten Blogger für Ihre Arbeit

Wer bislang herausfinden wollte, welcher Blog für ein Thema wirklich wichtig ist, hatte es schwer. Es gab keine verlässliche Quelle, die die Relevanz von Blogs gemessen hat. Das ist nun anders: Der Blogger-Relevanzindex übernimmt diese Aufgabe. Nun kann jede Pressestelle herausfinden, welche Blogger für ihre Arbeit wirklich wichtig sind.

[Lesen Sie hier mehr.](#)

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

- was: Fachmedienarbeit und Mediaplanung sowie Symposien und Medical-Education-Veranstaltungen
 an: **Isgro Gesundheitskommunikation GmbH & Co. KG**, Mannheim
3. **Force realisiert Microsite für „Kunst für Obdach“**
 wer: E.ON, Düsseldorf
 was: Online-Auftritt für gemeinsame Benefiz-Verkaufsausstellung von E.ON und fiftyfifty
 an: **Force Communications & Media GmbH**, Düsseldorf
4. **GCE macht sich stark für Kuren in Hessen**
 wer: Hessischen Heilbäderverband e.V., Königstein im Taunus
 was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Heilbäder und Kurorte in Hessen
 an: **Global Communication Experts GmbH**, Frankfurt am Main
5. **Origo geht mit LMX Touristik auf Reisen**
 wer: Reiseveranstalter LMX Touristik GmbH, Leipzig
 was: Image- und Produktkampagne im B-to-B-Bereich
 an: **Kommunikationsagentur ORIGO**, Leipzig
6. **mc promotet „Prosciutto di San Daniele“ und den Käse „Grana Padano“**
 wer: a) Consorzio del Prosciutto di San Daniele, Udine (Italien)
 wer: b) Consorzio Tutela Grana Padano, San Martino Della Battaglia (Italien)
 was: Presse- und Werbearbeit in Deutschland,

Österreich und Großbritannien
an: **media consulta**, Berlin

7. **Möller Horcher übernimmt Kommunikation für Wiener Software-Unternehmen**

wer: Connected Cars-Spezialist bright box, Wien
was: Pressearbeit und Social Media-Kommunikation

an: **Möller Horcher Public Relations GmbH**, Offenbach

8. **Petershagen hat den besonderen Ort erlebbar gemacht**

wer: Hotel Vigilius Mountain Resort, Südtirol
was: Relaunch des Marktauftritts unter dem Motto: „einfach: sein.“

an: **Petershagen Kommunikation GmbH**, Köln

Agenturen

Faktenkontor eröffnet Niederlassung in Frankfurt am Main



Von der Elbe an den Main: Die Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor eröffnet eine Niederlassung in

Frankfurt (Foto: Stadtansicht vom Main aus, © Stephan Funke / pixelio.de). Die Agentur für Unternehmens- und Vertriebskommunikation berät von dem neuen Standort am Wiesenhüttenplatz 26 aus künftig Kunden aus der Metropolregion. Im Gepäck haben die Faktenkontor-Berater unter anderem den Blogger-Relevanz-Index und das Instrumentarium für individuelle Reputationsumfeld-Analysen. Bestehende und neue Kunden können das Frankfurt-Team bei der Einweihungsfeier am 3. November von 8:00 bis 13:00 Uhr bei einem kleinen Frühstücksbuffet und Getränken näher kennenlernen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wie läuft's?

Leistungsdiagnose mit Lautenbach Sass.

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

Kommunikationsagentur CB.e fusioniert mit Digitaltochter



Die CB.e Clausecker | Bingel AG verschmilzt mit ihrer digitalen Tochter CB.e Wetzel-Bemm Gesellschaft für Digitale Kommunikation.

Durch die Integration der Digitaltochter soll CB.e in allen Bereichen der Agentur – Corporate, Live, Brand – digital werden. Das versprechen Sabine Clausecker und Eberhard Bingel ihren Kunden für die zukünftige Zusammenarbeit. Florian Bemm (Foto l., © CB.e), der die Leitung von CB.e Digital übernimmt, sagt: „Digitale Produkte und Leistungen werden in alle Angebote und Arbeiten der CB.e AG einfließen. Die integrative Zusammenarbeit aller Kommunikationsprofis unter einem Dach birgt großes Potential, von dem unsere Kunden profitieren“. Unterstützt wird Bemm durch seinen ehemaligen Gründungspartner Daniel Wetzel (Foto r., © CB.e) in der Funktion eines CTO.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agentur Hettenbach feiert 70. Geburtstag: Internationale Kampagnen aus Heilbronn

Als Werbeagentur den 70. Geburtstag feiern zu können, das verdient in der schnelllebigen Kommunikationsbranche Aufmerksamkeit. Was unmittelbar nach dem Krieg als „Advertising office“ begann, bauten die Macher in Heilbronn zur **Werbeagentur Hettenbach** aus. Die Registrierungsurkunde (siehe Foto) der amerikanischen Militärregierung vom November 1945 zeigt es: Gegründet wurde die heutige Werbeagentur als Verkehrs- und Werbebüro. Neben diesen beiden Bereichen war ursprünglich auch ein Zeitungsgroßhandel weiterer Geschäftszweck.



Aus der Taufe gehoben haben das Unternehmen Eberhard Hettenbach, sein Bruder Ludwig und ein gewisser Günther Kress. Doch dabei handelt es sich nicht um den namensgleichen späteren Journalisten und Gründer des „Kress Report“. Der war 1945 erst 16 Jahre alt. In der schwierigen Zeit der Währungsreform 1948 entschieden sich die Inhaber, den Zeitungsgroßhandel und das Verkehrsbüro zu verkaufen. Dass das Werbebüro weiter betrieben wurde, ist der damals noch existierenden Heilbronner Seifen- und Waschmittelfirma Flammer zu verdanken. Sie brauchte eine Agentur, die sich um die Schaltung von Werbeanzeigen für ihre Waschmittel kümmerte. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Agenturen compact (1) (44. KW-2015)

1. **IPREX schaut Ozé in die Augen und nimmt die Agentur auf:** IPREX, das internationale Netzwerk inhabergeführter Agenturen, erweitert sich: Mit der Aufnahme der marokkanischen **Agentur Ozé mit Sitz in Casablanca** ist IPREX von nun an auch in Nordafrika vertreten. „Ozé ist eine sehr moderne Agentur, die durch ihre strategische Ausrichtung und ihr Verantwortungsgefühl hervorragend zu IPREX und der Arbeitsweise des Netzwerks passt“, betont **Michael T. Schröder**, Global President des Netzwerks und Geschäftsführer der Agentur ORCA Affairs mit Sitz in Berlin. IPREX zählt 74 Agenturen in 31 Ländern mit einem Gesamtumsatz von 259 Millionen Dollar zu seinen Mitgliedern.

Unternehmen

Deutsche Post und Aktion Mensch starten Projekt „Für mehr Begegnung“

Die Deutsche Post und die Aktion Mensch, beide mit Hauptsitz in Bonn, starten heute ein ganz be-

sonderes Projekt, um für das Miteinander von Menschen mit und ohne Behinderung zu werben: An diesem Morgen liefern „inklusive Zustell-Tandems“ – also Postzusteller gemeinsam mit Menschen mit Behinderung - in bundesweit fünf Zustellbezirken die tägliche Brief- und Paketpost an die Postkunden aus. In allen vier Himmelsrichtungen gehen die inklusiven Zusteller-Tandems auf Tour: in Bonn und Neunkirchen-Seelscheid in NRW, Winsen in Niedersachsen, Wabern in Hessen und Bayreuth in Bayern. Wer an dem Tag persönlich die Post entgegennimmt, kann sich freuen, denn mit der gewohnten Tagespost überreichen die Teams auch jeweils ein bereits bezahltes „Glücks-Los“ der Aktion Mensch.



Das Foto zeigt eins der inklusiven Glücksboten-teams, die in diesen Tagen unterwegs sind.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Unternehmensgeschichte schafft Mehrwert: Erfolgsfaktoren für History Marketing

Jedes Unternehmen hat seine eigene, unverwechselbare Geschichte – und damit ein Alleinstellungsmerkmal, mit dem es sich von seinen Wettbewerbern abhebt. Firmenjubiläen bieten die Möglichkeit, die eigene Historie aufleben zu lassen und diese gezielt für Marketing- und Kommunikationszwecke einzusetzen. Welche Rolle History-Marketing im B-to-B-Bereich spielt und wie die erfolgreiche Inszenierung der eigenen Geschichte gelingen kann, er-



führen die Teilnehmer auf einer Seminarveranstaltung des Bundesverbandes Industrie Kommunikation e.V. (bvik) bei BASF in Ludwigshafen.



Foto: In überdimensionalen Büchern können Besucher die Geschichte der BASF digital erleben. (Quelle: bvik)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Organisationen

Frank Überall neuer Bundesvorsitzender des DJV



Frank Überall (44, Foto) wird Nachfolger von Michael Konken (62) als Bundesvorsitzender des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV). Bei der Verbandstagung in Fulda setzte sich Überall, der vor allem als freier Journalist für den Westdeutschen Rundfunk (WDR) und die ARD tätig ist, bei den

Vorstandswahlen gegen zwei Mitbewerber durch. Gegenkandidaten waren Alexander Fritsch, Vorsitzender des Journalistenverbandes Berlin-Brandenburg und seit 2005 Chef vom Dienst bei der Deutschen Welle, sowie Hans Werner Conen, früherer Vorsitzender des DJV Berlin-Brandenburg. Konken, der den DJV zwölf Jahre lang geführt hatte, trat nicht mehr an.

Bundesverband Industrie Kommunikation lädt ein zur jährlichen Budgetumfrage

Welche Budgets stehen für Marketing und Kommunikation in der Industrie zur Verfügung und auf welche Kanäle werden sie verteilt? Um diesen und weiteren Fragen nachzugehen, führt der Bundesverband Industrie Kommunikation (bvik), Augsburg, aktuell wieder seine jährliche Umfrage „B-to-B-Marketing-Budgets“ durch. Ziel ist es, Benchmarks als wertvolle Entscheidungshilfe für die Budgeterstellung und -verhandlung zu schaffen und B-to-B-Marketern Orientierung zu bieten. Auch für Kommunikationsdienstleister bringt die Studie wichtige Insights über den Budgeteinsatz ihrer Kunden. Noch bis zum 4. Dezember können Marketingverantwortliche aus der Industrie aus Unternehmen mit mindestens 50 Mitarbeitern bei der [Online-Befragung](#) mitmachen. Die Teilnehmer können sich die Studienergebnisse kostenfrei zuschicken lassen.

Branche

Neue Publikation „Communication Insights“ will Wertschöpfung durch Kommunikation belegen

Seit Anfang des Jahres forscht ein Team an der Universität Leipzig zu der Frage, wie Kommunikation zum Unternehmenserfolg beiträgt und wie dies gemessen werden kann. Geleitet wird das Projekt von Ansgar Zerfaß und Joachim Schwalbach, Professoren an der Universität Leipzig und der Humboldt-



Universität zu Berlin, sowie Dr. Christine Viertmann, ebenfalls Universität Leipzig. Es ist eines von vier Modulen, das im Rahmen des mehrjährigen Forschungsprogramms Value Creating Communica-



tion bearbeitet wird. Hinsichtlich des Umfangs, der Inhalte, der beteiligten Experten und des Budgets ist es das bislang umfassendste Forschungsvorhaben in der Disziplin Unternehmenskommunikation. Unterstützt wird es von mehr als 30 Unternehmen,

die sich als Partner und Förderer der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation inhaltlich einbringen. Die Unternehmen kommen aus dem DAX30 und M-DAX bzw. sind weltweit agierende Familienunternehmen und internationale Marken. Um die Ergebnisse kurz, prägnant und praxisnah aufzubereiten, wurde die neue Publikationsreihe „Communication Insights“ (Foto) gestartet. Die erste Ausgabe mit dem Titel „Was bringt das alles? Wertschöpfung durch Kommunikation“ steht ab sofort zum Download bereit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pitchblog: Wintershall sorgt für Verwirrung



Wieder einmal hat der „Pitchblog“ unter Beweis gestellt, wie sinnvoll seine Existenz ist. Eine Ausschreibung der Wintershall Holding GmbH hat für Verwirrung gesorgt. Trotz der eingeschalteten Pitchberatung Albrecht & Thron gelang

es dem Unternehmen nicht, deutlich zu machen, was es eigentlich wollte: zwei Mitarbeiter auf Zeit. Stattdessen sahen sich die zur Präsentation eingeladenen Agenturen vor die Aufgabe gestellt, ein strategisches Kommunikationskonzept entwickeln zu müssen. Eine Nachfrage bei der Pitchberatung hatte genau das bestätigt. Am Ende dann die – böse – Überraschung: Wintershall benötigte lediglich Ersatz für zwei Kollegen aus der Kommunikationsabteilung, die ausgefallen sind. Um die Eignung für die anstehenden Aufgaben unter Beweis zu stellen, sollten die PR-Berater dann ihr Können zeigen. Sie mussten ein Briefing für einen externen Autoren verfassen, der über ein bevorstehendes Ereignis berichten sollte. Lesen Sie die Einzelheiten dieser Posse direkt beim [„Pitchblog“](#).

Medien

Bernd Ziesemer neuer Vorsitzender der Kölner Journalistenschule



Der Publizist Bernd Ziesemer (Foto) ist neuer Vorsitzender der Kölner Journalistenschule. Die Mitgliederversammlung des Trägervereins hat den 62-Jährigen am Samstag einstimmig gewählt. Stellvertretende Vorsitzende wurden Martin Kessler („Rheinische Post“) und Katharina Kroll (Deutsche Welle). Ziesemer folgt auf Henning Krumrey (Alba Group), der nach sechs Jahren Vorsitz nicht wieder kandidierte, dem Vorstand des Trägervereins aber weiter als einfaches Mitglied angehören wird. Als Vorstandsvorsitzender hat Krumrey, selbst Absolvent der Schule, das Ausbildungskonzept der Kölner Journalistenschule maßgeblich weiterentwickelt sowie die finanzielle Basis der Schule gestärkt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (1) (44. KW-2015)

1. **Kommunikationschefin von „N24“ mit Zusatzaufgaben: Kristina Faßler**, bislang Leiterin Marketing & Sales „N24“ in Berlin, übernimmt zum 1. November 2015 die Verantwortung für den neu geschaffenen Bereich Marketing & Commercial Sales bei „WeltN24“. Sie ist somit für die Steuerung und Koordination der Vermarktungserlöse in Digital, Print und TV sowie für die Markenführung und das Marketing des Markendachs „Welt“ und der Produktmarken „Die Welt“, „Welt am Sonntag“ und „N24“ zuständig. Außerdem leitet sie wie bislang die Kommunikation des Senders „N24“. In der neuen Funktion berichtet Faßler an die beiden WeltN24-Geschäftsführer **Stephanie Caspar** und **Torsten Rossmann**.

CSR + Reputation

Interview: Wertemanagement ist die Basis für erfolgreiche CSR-Arbeit

Viele Organisationen und Unternehmen werden heutzutage zunehmend nach ihrem Engagement für die Gesellschaft bewertet. Ein erfolgreiches Wertemanagement stellt hierfür die Grundlage dar. Es hilft dabei, die Attraktivität und Transparenz des Unternehmens zu erhöhen als auch die Motivation der Mitarbeiter zu steigern.

Für Unternehmen ist es eine Herausforderung, die individuellen Werte ihrer Mitarbeiter und Strukturen zu identifizieren und zu einem gemeinsamen Unternehmenswert zusammenzufassen. So stellen sie sich z.B. folgende Fragen: Wie können die individuellen Werte eines Unternehmens erfasst und kommuniziert werden? Welchen Mehrwert bietet das Wertemanagement für Unternehmen? Und wie lassen sich die Unternehmenswerte mit dem CSR verbinden?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Kommunikationsleistung soll in Vergütung von Führungskräften einfließen



Kommunikative und kulturelle Versäumnisse verursachen Schäden in Milliardenhöhe. Das erleben wir nicht nur bei Volkswagen, der Deutschen Bank und anderen Dax-Größen, sondern auch im Mittelstand. Eine Ursache dafür sind laut „PR-Journal“-Autor Wolfgang Griepentrog (Foto) fehlende Anreize in der Managervergütung für eine verantwortungsbewusste und weitsichtige Kommunikation. „Kommunikationsförderndes Verhalten wird heute nicht belohnt“, mahnt Griepentrog, „und für Fehler oder falsche Weichenstellungen muss sich kein Top-Manager rechtfertigen.“ Deswegen fordert er jetzt die Einführung eines Kommunikationsfaktors in der Vergütung von Führungskräften.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Berufseinsteiger wollen alles: Familie, Beruf und Zukunft



Vor rund zwei Wochen stellen Bundesfamilienministerin Manuela Schwesig und die beteiligten Wissenschaftler die Shell Jugendstudie 2015 in Berlin vor.

(Wir berichteten ausführlich.) Vielleicht ist es auf den Rahmen der Bundespressekonferenz zurückzuführen, dass die Berichterstattung sich hauptsächlich um das gestiegene Politikinteresse, den hohen Stellenwert der Familie oder die intensive Nutzung von Web- und Social Media drehte. Neu und besonders spannend für Arbeitgeber sind hingegen die erstmals erhobenen Erwartungen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen (Jahrgänge

1989-2002) an ihre Berufstätigkeit. Gerade die Kommunikationsbranche sollten sich mit den Studienergebnissen auseinandersetzen, um auch in Zukunft ambitionierte und gute Mitarbeiter rekrutieren und halten zu können.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Ich freue mich auf eine Einladung



Titel: Kommunikationswissenschaft; Autor: Klaus Beck; Verlag: utb 2015, 266 Seiten; 19,99 Euro; ISBN-13: 978-3825243708

Kommunikation ist eine Wissenschaft für sich. Und nein, dafür wandert jetzt kein Geld ins Phrasenschwein. Es gibt sie wirklich:

Die Kommunikationswissenschaft. Und die von Klaus Beck bereits in der vierten Auflage als Resultat einer über zehn Jahre an verschiedenen Universitäten entwickelten Vorlesung für Studienanfänger. Nach einer kurzweiligen Einführung in das Alltagsverständnis und die Definitionsprobleme der Kommunikation gibt Beck in seinem aktuellen Buch „Kommunikationswissenschaft“ einen Überblick über Interpersonale Kommunikation, die Medien, Öffentlichkeit und Publizistik bevor er die Forschungsfelder und Teildisziplinen der Kommunikationswissenschaft beschreibt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

„PR Report“ reist in die Welt von Medienresonanzanalyse und Reputations-Management

Der „PR Report“ geht auf Reisen und nimmt 25 Gäste mit in die Welt der Medienresonanzanalyse

und des Reputations-Managements. Konkretes Ziel der Reise ist Wien, wo am 19. und 20. November der FIBEP World Media Intelligence Congress zum selben Thema stattfindet. Im Umfeld unternimmt der „PR Report“ Hausbesuche bei Wiener Unternehmen, die sich intensiv mit Medienresonanzanalyse und Reputations-Management beschäftigen. Anschließend geht es dann zum Kongress, wo internationale Best Practice-Projekte vorgestellt werden. Zum Programm gehören weiterhin ein Networking-Abend und ein vertiefender Workshop zum Thema am nächsten Tag. Mitglied der Reisegruppe ist auch der neue „PR Report“-Chefredakteur Daniel Neuen. Die Teilnahme ist auf 25 Personen begrenzt und kostet 1.450,00 Euro zuzüglich 20 % Mehrwertsteuer. Der Eintritt für den FIBEP World Media Intelligence Congress ist enthalten. Weitere Details zur dieser Tour finden Sie [hier](#).

Studien

Studie: Content Marketing bringt Erfolge bei Followerzahlen und Leadgenerierung

Content Marketing lohnt sich – so lautet das zentrale Ergebnis der Studie „Content Marketing in Deutschland: Was bringt es wirklich?“ Die Studie wurde von der SCM– School for Communication and Management, Berlin, sowie der Agentur für Wirtschaftskommunikation Kuhn, Kammann & Kuhn, Köln, durchgeführt. 101 Teilnehmer haben im September und Oktober an der Umfrage teilgenommen und Auskunft über die Ergebnisse ihrer Content-Marketing-Aktivitäten gegeben. Die Mehrzahl der Befragten verzeichnet konkrete Erfolge bei Besucherzahlen auf Website oder Blog, Social-Media-Followerzahlen oder Interaktionen, aber auch bei Leads und Kundenzahlen durch Content Marketing.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Preise und Awards

Romanian PR Award: PR-Gala im Angesicht der Brandkatastrophe vom 30. Oktober



Zum 13. Mal hat die rumänische Stiftung „Forum for International Communications“ den Romanian PR Award ausgeschrieben. Dabei konnten die Organisatoren Dana Oancea und Thomas Achelis eine Rekordbeteiligung registrieren: Unternehmen, Organisationen, Verbände und PR-Agenturen hatten 303 Projekte in 27 Kategorien eingereicht, 28 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Für die knapp 80-köpfige Jury mit Persönlichkeiten wie Professor James Grunig und der „Queen of Evaluation“ Katie Paine sowie aus Deutschland DPRG-Vorstandsmitglied Christina Kahlert und Professor Karl-Martin Obermeier, bedeutete das Schwerstarbeit.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Deutscher PR-Preis der DPRG 2015: Zahl der Einreichungen gestiegen

Der PR-Preis der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) freut sich über 325 Einsendungen, das sind 17 mehr als im Vorjahr. Bei der Jury-sitzung Ende Oktober in Frankfurt am Main wurden 59 Finalisten für die Endausscheidung nominiert.



Die offizielle Preisverleihung findet am 22. Januar 2016 im Kap Europa in Frankfurt/Main statt. DPRG-Präsident Norbert Minwegen freute sich über die rege Beteiligung: „Wir sind sehr stolz auf dieses herausragende Ergebnis. Es zeigt uns, dass der Inter-

nationale Deutsche PR-Preis der DPRG an Bedeutung für die Einreicher und an Reputation für die Branche offensichtlich zunimmt.“ Zusammen mit den Einsendungen zum DPRG-Special Interest Award „Inkom. für Medienformate der Internen Kommunikation“ wurde in diesem Jahr erneut die 400-Einreicher-Marke geknackt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Tipps

Foto-Kampagne #WeAreTheClimateGeneration startet europaweit



„Der Klimawandel geht uns alle an! Diese Message ist noch nicht angekommen - deshalb braucht es neue Wege der Vermittlung!“ sagt Michael Adler, Geschäftsführer von tippingpoints - Agentur für nachhaltige Kommunikation. Wenige Wochen vor der großen Pariser

UNO-Klimakonferenz setzt sein Unternehmen mit Sitz in Bonn und Berlin gemeinsam mit dem europaweiten Agenturnetzwerk „Do not smile“ (DNS) ein Zeichen. Die Partner aus Paris, Manchester, Istanbul, Rom, Brüssel und Kopenhagen haben gemeinsam mit tippingpoints die künstlerische Foto-Kampagne #WeAreTheClimateGeneration konzipiert. Sie zeigt Familien aus ganz Europa, die einen kraftvollen Aufbruch zu mehr Klimaschutz fordern – siehe nebenstehendes Beispiel der Fotografin Mirène Schmitz. Die sieben deutschen Beiträge sind – gemeinsam mit jeweils sieben Fotos aus den anderen DNS-Ländern - seit heute auf der [Webseite zur Aktion](#) zu sehen.

Die deutschen Fotos stammen von der Bonner Fotografin Mirène Schmitz. Sie zeigen Menschen in ihrem persönlichen Umfeld, mit forderndem Gesichtsausdruck - und verfremdenden Accessoires, die dem deutschen Beitrag eine ganz besondere Note geben.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

comdirect sponsert Finanzbarcamp am 6. und 7. November



Im Haus Drei in Offenbach findet am 6. und 7. November ein Finanzbarcamp statt. Mögliche Themen bei der interaktiven Tagung sind die Zukunft der Banken, der mögliche Verzicht auf Bargeld, die Bedeutung von Big Data im Banking oder andere Themen.

Zum Wesen eines Barcamps gehört, dass die Themen erst vor Ort durch die Teilnehmer endgültig festgelegt werden. Jeder Teilnehmer kann übrigens auch zum Referenten werden, denn die klassische Trennung zwischen Zuhörern und Vortragenden ist außer Kraft gesetzt. Was jedoch feststeht, ist in diesem Jahr die Verleihung des comdirect Finanzblog Awards im Rahmen der Veranstaltung. Die besten drei Finanzblogs erhalten Preise im Gesamtwert von 8.000 Euro. Sponsor des Preises und der Veranstaltung ist die Commerzbank-Tochter comdirect, die mit ihrem CEO Arno Walter (48) vertreten ist. Der will sich auf die Diskussionen einlassen und ohne „Netz und doppelten Boden“ mit den Teilnehmern sprechen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Otto macht's möglich: Projekt Praktikum für die Generation Praktikum

Der Onlinehändler Otto gibt Hilfestellung für Praktikanten. Praktika sind ein wichtiger Schritt auf dem Weg zum Traumberuf: Studierende haben die Möglichkeit, erste praktische Erfahrungen zu sammeln und hilfreiche Kontakte zu knüpfen. Vor dem Beginn eines Praktikums stellen sich dem Bewerber meist

viele Fragen: Welcher Beruf ist für mich der Richtige? Wie suche ich nach einer geeigneten Stelle? Wie bewerbe ich mich richtig? Und welche Rechte und Pflichten habe ich als Praktikant? Diese und weitere Fragen rund um das Thema Praktikum beantwortet Otto in einem E-Book mit dem Titel „Ratgeber Praktikum“. Zusätzlich bietet das Unternehmen noch ein weiteres Highlight für Studierende aller Fachrichtungen: Am 4. Dezember findet auf dem Otto-Campus in Hamburg der ganztägige Workshop „Projekt Praktikum – der Workshop für Deine berufliche Orientierung“ statt. Die Teilnehmer er-



wartet spannende Vorträge und Trainings rund um die berufliche Orientierung. Bewerbungsschluss ist am 15. November. Nähere Informationen zum Workshop sowie zum E-Book gibt es auf der [Otto-Website](#).

Kommunikationskosten immer grifffbereit: neuer Etat-Kalkulator erschienen



Der neue und überarbeitete Etat-Kalkulator® des Freiburger Verlages creativ collection bildet mit klaren Zahlen und Fakten die Situation am deutschen Kommunika-

tions- und Werbemarkt ab. Viele Veränderungen sind zwar im Bereich der konzeptionellen Werbekosten zu verzeichnen, mehr aber noch im PR-Bereich, denn dort ist die Honorar-Entwicklung weiter gesplittet und differenzierter zu betrachten. Der neue Etat-Kalkulator® hilft dabei, gut kalkulierte und belastbare Budgetplanungen zu erstellen, mit ihm sind die wichtigsten Werbe- und Marketingkosten grifffbereit. Das Planungsinstrument bietet eine

schnelle Übersicht und begleitet Berater und Kunden durch die Zahlen und Fakten individueller Kommunikationsmaßnahmen. Im wahrsten Sinne des Wortes im Handumdrehen bietet der Etatkalkulator 2015/2016 Anhaltspunkte zu den aktuellen Stundensätzen, Druck- oder Schaltkosten sowie zu vielen werberelevanten Kosten.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 28.438 Besucher im Oktober 2015; 35 neue Jobangebote, 24 Prozent nutzen Mobilversionen

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das „PR-Journal“ im Oktober 2015 insgesamt 28.438 Besucher laut Zählung der **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 917 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,2 Seiten an - daraus errechnen sich 61.242 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch **Google Analytics** im Oktober festgestellt: 69,5 Prozent waren neue Besucher; 54,2 Prozent der Besucher sind männlich, 45,8 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. 24 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten über mobile Geräte (Smartphones und Tablets) auf.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 5 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (44)

Volontariat/Trainee

Die 10 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- Junior-PR-Berater (m/w), München
- Junior Consultant (m/w), München
- (Junior) Berater Marken-PR (m/w), München/Düsseldorf/Hamburg
- PR-Berater und Projektmanager (m/w) in Karlsruhe
- Junior-PR-Berater/-in Schwerpunkt Technik und Industrie, Köln
- PR- Manager (m/w) bei BAGO DIWA \ WORKS, Berlin
- schönknecht : kommunikation sucht PR-Juniorberater/in, Hamburg
- Senior Account Manager PR / Stellv. Teamleitung (m/w), Hamburg
- PR- und Social Media-Berater/in, Düsseldorf
- Publik sucht eine/n Corporate-Publishing-Redakteur/in, Ludwigshafen a.R.
- Essener Agentur sucht PR-Junior-Redakteurin und -Berater/in
- PR / Pressereferent/in, Bozen
- Junior-Berater(in), Essen
- PR-Juniorberater (m/w), Köln
- PR-Berater (m/w) gesucht für Agentur in Berlin
- TEXT-COM sucht Junior PR-Berater (m/w) für Technologiekommunikation, Rhein-Main-Gebiet
- Essener PR-Agentur freut sich auf engagierte/n PR-Redakteur/in
- Berufseinsteiger als Account Executive PR (m/w), Hamburg
- PR Account Executive (m/w) oder Senior PR Account Executive (m/w), bei München
- vom Hoff Kommunikation sucht einen PR-Berater (m/w), Düsseldorf
- Kölner PR-Agentur sucht so bald als möglich PR-Redakteur/in und/oder Volontär/in
- Junior Berater Marken PR, München oder Düsseldorf

- Seniorberater/-in für Bildungskommunikation und Online, Hamburg
- Kölner PR-Agentur VOCATO sucht PR-Juniorberater/in

Medien

- Jungredakteur/in, Köln

Unternehmen

- (Senior) Public Relations Manager (m/w), München
- Manager Marketing & Unternehmenskommunikation (m/w), Heidelberg
- Referent Marketingkommunikation (m/w), Düsseldorf
- Referent Kommunikation / Pressesprecher (m/w), Braunschweig

Verbände (Non-Profit)

- PR-Referent (m/w), Berlin
- Mitarbeiter/in für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Speyer

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 02. November 2015 um 18:45 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.038 aktive Empfänger** versandt. Der Gesamtverteiler bei Clever-Reach, Oldenburg, umfasst 17.461 Adressen.

Impressum

© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Gründer und Herausgeber:

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

Verlag:

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg (USt-IdNr.: DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)

Redaktion:



Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, **Chefredakteur**, (dillmann[at]pr-journal.de). (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV),
Adresse: Linzer Straße 72 b, 53604 Bad Honnef, Telefon: 02224 901616, Mobil: 0171 3326139;

Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen; Riccardo Wagner, Köln; Helge Weinberg, Hamburg;
E-Mail: redaktion@pr-journal.de

Redaktionsrubrik „Das PR-Interview“:

Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln:
Ulf Kartte, Rahel Camps und Gunter Ortlieb.

Redaktionsschluss für Newsletter:

montags 16:00 Uhr.

Rubrik „PR-Jobbörse“:

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

Namen, Daten und Fotos der Autoren und Korrespondenten des PR-Journals entnehmen Sie bitte dieser Website www.pr-journal.de/fotos.html.
Zum ausführlichen **Impressum** geht es hier: www.pr-journal.de/impressum.html

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg, E-Mail: [anzeigen\[at\]pr-journal.de](mailto:anzeigen[at]pr-journal.de).

Anschrift (Verlag):

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

E-Mail: redaktion@pr-journal.de

URL: www.pr-journal.de.

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.