

## NEWSLETTER 512

15. KW 2016

++ Schmid neuer Kommunikationschef bei Evonik ++  
 ++ Etats: Hill+Knowlton geht mit Hurtigruten auf Tour ++  
 ++ Karriere ab 40: Alte Eisen oder alte Hasen? ++

### TOP MELDUNGEN

#### Finsbury und Hering Schuppener gehen strategische Partnerschaft ein →



Finsbury und Hering Schuppener Consulting schließen eine strategische Partnerschaft. Mit dieser Partnerschaft soll eine der wenigen globalen Plattformen für integrierte strategische Kommunikationsberatung entstehen, die ihren Kunden „hochwertige Beratung und Umsetzungskompetenz über alle Regionen und Disziplinen hinweg“ versprechen. Finsbury und Hering Schuppener Consulting sind beide führende Anbieter in wichtigen Finanz - und Wirtschaftszentren wie New York, Frankfurt, London, Hongkong, Berlin sowie Brüssel und zwei international anerkannte Marken im Bereich der strategischen Finanz - und Unternehmenskommunikation. Beide sind strategische Kommunikationsberater zahlreicher Unternehmen, die ihre Kunden bei schwierigen Themen wie Fusionen und Übernahmen, Führungswechseln, schwerwiegenden Krisen und im Bereich Corporate und Public Affairs beraten. In den vergangenen zehn Jahren waren beide Kommunikationsberatungen bei annähernd 1.500 Transaktionen beteiligt, die sich zu einem Gesamtwert von mehr als zwei Billionen US-Dollar summieren. *Foto oben: Ralf Hering, Principal Partner & CEO der Hering Schuppener Gruppe.*

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

#### 20. PR-Agentur-Ranking: Pfeffer ermittelt sattes Umsatzplus von 6,7 Prozent →



Der PR-Agenturbranche in Deutschland geht es gut. Legt man die

Zahlen zugrunde, die 136 Agenturen für das 20. PR-Ranking von Gerhard A. Pfeffer, dem Gründer und Herausgeber des „PR-Journals“ eingereicht haben, ist diese Schlussfolgerung absolut zulässig: Im Jahr 2015 kletterte der Gesamtumsatz der PR-Agenturen mit 606,26 Millionen Euro erstmals über die 600 Millionen Euro Grenze. Das Wachstum im Vergleich zum Vorjahr betrug damit satte 6,7 Prozent.

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich um 5,3 Prozent auf 5.689. „Das sind glänzende Eckdaten für die PR-Agenturbranche, die für ein anhaltend lebendiges Geschäft der PR-Dienstleister sprechen. Nach 4,68 Prozent in 2013 und 4,21 Prozent im Jahr 2014 setzt sich die positive Tendenz mit 6,7 Prozent Wachstum in 2015 klar fort. Die Kurve zeigt deutlich nach oben“, fasst Pfeffer die Ergebnisse seiner Untersuchung zusammen, die zum Stichtag 1. April abgeschlossen wurden. Ein kleiner Wermutstropfen für Pfeffer: Nur 36 der teilnehmenden Agenturen haben ihre Angaben durch einen Steuerberater testieren lassen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

## INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 512. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 32 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN .....	1
Finsbury und Hering Schuppener gehen strategische Partnerschaft ein → .....	1
20. PR-Agentur-Ranking: Pfeffer ermittelt sattes Umsatzplus von 6,7 Prozent → .....	1
Personalien .....	3
Evonik ernennt neuen Leiter der Konzernkommunikation → .....	3
Rene Hoffmann neuer Leiter Investor Relations bei Vonovia → .....	3
Abbou und Flughafen Berlin Brandenburg trennen sich „in gegenseitigem Einvernehmen“ → .....	3
Oliver Franz übernimmt Kommunikation bei Nissan → .....	4
Personalien compact - Sonstige (4) (15. KW-2016) → .....	4
Personalien compact - Agenturen (4) (15. KW-2016) → .....	5
Personalien compact - Unternehmen (6) (15. KW-2016) → .....	6
Etats .....	7
Hill+Knowlton geht mit Hurlgruten international auf Tour → .....	7
Etats compact (15) (15. KW-2016) → .....	8
Agenturen .....	9
Gelungene PR-Aktion: Gemeinsamer Pressetag von vier Münchner Agenturen für 60 Kunden → .....	9
Worldcom Public Relations Group ernennt Corinna Voss zum Recruitment Chair EMEA → .....	9
Breustedt wird Partner bei Oseon → .....	10
Agenturen compact (1) (15. KW-2016) → .....	10
Organisationen .....	10
PRSH geht mit neuem Vorstand ins siebte Vereinsjahr → .....	10
„Spürbar anders“ - die Kommunikation für den 1. FC Köln → .....	11

Autoren-Beiträge .....	12
Neugeschäft: Erste Ideen auch ohne Honorar → .....	12
Autorenbeitrag zum Thema Karriere ab 40: Alte Eisen oder alte Hasen? → .....	12
Reden, Zuhören, Kommunizieren: Kundenfeedback mit Influencer Relations nutzen → .....	12
Termine .....	13
Bewegt bild-Kongress des BVDW in Köln: „Eine Idee größer“ → .....	13
Hochschule Hannover lädt zum Storytelling-Symposium → .....	13
Bildung .....	14
Bildung compact (1) (15. KW-2016) → .....	14
Studien .....	14
Global Communications Report verspricht fünf Jahre Wachstum für PR-Agenturen → .....	14
Reputationsstudie: Verbraucher vermissen Produkt- und Service-Innovationen → .....	14
Preise und Awards .....	15
WorldMediaFestival 2016: Indoc und TheNewsMarket gewinnen Gold- und Silberaward → ..	15
Tipps .....	15
Scholz & Friends lädt zum schnellsten Strategie-Praktikum der Welt → .....	15
Tipps compact (1) (15. KW-2016) → .....	15
GPRA im Dialog .....	16
MSL Chairman Wallrabenstein: Gute Kampagnen verkaufen oder fördern die Reputation → .....	16
Jobangebote .....	16
Gesuche (5) .....	16
Angebote (57) .....	16
Volontariat/Trainee .....	17
Praktikum .....	17
Impressum .....	18
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

### Evonik ernennt neuen Leiter der Konzernkommunikation →



Mit Wirkung zum 1. Mai übernimmt Christian Schmid (45) die Leitung der Konzernkommunikation des Essener Chemiekonzerns Evonik Industries. Der Jurist verantwortet bereits die politische Kommunikation. Er folgt auf Rüdiger Oppers, der bis zum 30. April die Konzernkommunikation leitet.

Dann scheidet er auf eigenen Wunsch aus dem Unternehmen aus. Leiter der externen Kommunikation im Bereich von Schmid wird der bisherige Leiter der Abteilung für internationale Politik, Matthias Ruch (41). Der frühere Wirtschaftsjournalist übernimmt damit auch die Funktion des Pressesprechers. Norbert Neß (44), der seit Anfang 2015 für die politische Kommunikation das Büro in Berlin führt, wird zusätzlich im Bereich von Schmid die Verantwortung für die internationale Politik übernehmen.

### Rene Hoffmann neuer Leiter Investor Relations bei Vonovia →



Rene Hoffmann (40, Foto) wird zum 1. Mai die Leitung der Abteilung Investor Relations der Vonovia SE in Bochum übernehmen und in seiner neuen Funktion an

Finanzvorstand Stefan Kirsten berichten. Thomas Eisenlohr (48), seit Oktober 2013 Leiter Investor Relations, verlässt das Unternehmen auf eigenen Wunsch, um sich neuen beruflichen Herausforderungen zu widmen. Zuvor war Eisenlohr 14 Jahre lang bei der



Linde AG in München in verschiedenen Positionen tätig. Hoffmann ist derzeit stellvertretender Leiter Investor Relations bei Vonovia und war vor dem Zusammenschluss von Deutscher Annington und GAGFAH seit 2010 Leiter Investor Relations bei der GAGFAH.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Abbou und Flughafen Berlin Brandenburg trennen sich „in gegenseitigem Einvernehmen“ →



Die Flughafen Berlin Brandenburg GmbH und Daniel Abbou (Foto), bis zum 11. April Leiter Unternehmenskommunikation der FBB, haben sich in gegenseitigem Einvernehmen getrennt.

Als Grund für die Beendigung des Arbeitsverhältnisses gab der FBB unterschiedliche Vorstellungen in der Pressearbeit an. Abbou hatte in einem Interview mit dem „prmagazin“ ungewöhnlich offen Karsten Mühlenfeld, den Vorsitzenden der Geschäftsführung des Flughafens

BER, und die bisherige Kommunikationspolitik des Flughafens kritisiert. Das „PR-Journal“ berichtete am 11. April ausführlich über den Fall. Seither wird in der Branchenöffentlichkeit darüber spekuliert, ob Abbou seinen Rausschmiss provozieren wollte.

### Oliver Franz übernimmt Kommunikation bei Nissan →



Oliver Franz (42, Foto) wird mit Wirkung zum 1. Juli 2016 neuer Direktor Kommunikation der Nissan Center Europe GmbH in Brühl. Franz folgt als neuer Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

auf Michael Bierdümpfl (59), der zum gleichen Zeitpunkt beim deutschen Importeur der japanischen Automobilmarke eine neue Rolle übernimmt und dem Unternehmen weiterhin beratend und projektbezogen erhalten bleibt. Franz verfügt über eine langjährige und vielseitige Medien-Erfahrung. Nach seiner Ausbildung an der Berliner Axel Springer Journalisten-Schule war der studierte Jurist in verschiedenen Funktionen des Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit tätig. Dabei sammelte er einschlägige Erfahrung bei Zeitungen und Fernsehsendern wie „Bild“, ARD und Sat.1 sowie bei börsennotierten Unternehmen wie der Lufthansa. Zuletzt war er als Head of PR bei Honda Deutschland beschäftigt und verantwortete dort sämtliche Presseaktivitäten in den Bereichen Automobil sowie Motorrad.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Personalien compact - Sonstige (4) (15. KW-2016) →

1. **Fichtner steigt im BMUB zum Pressechef auf:** **Nikolai Fichtner** (36) ist mit Wirkung zum 24. März vom Pressereferenten zum Leiter des Pressereferats im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) in



Berlin aufgestiegen. Als Pressereferent war er bislang unter anderem für die Themen Klima- und Naturschutz zuständig. Fichtner übernimmt die Aufgabe vom Leiter des Presse- und Informationsstabs im BMUB, **Michael Schroeren**, der bislang in Personalunion auch Leiter der Pressereferats war.

2. **D21 hat neue Kommunikationschefin: Sabrina Dietrich** (31) leitet seit dem 1. April als Nachfolgerin von **Catarina Specht** die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Initiative D21 in Berlin. Dietrich kommt von der Kommunikationsagentur Atene KOM, wo sie zuletzt Projektmanagerin Öffentlichkeitsarbeit war. Schwerpunkte ihrer Tätigkeit bei D21 sollen zunächst der Ausbau und die strategische Ausrichtung der Kommunikation bei D21 sein. Sie berichtet dort an Geschäftsführerin **Lena-Sophie Müller**.
3. **Neue Pressereferentin im Münchner Kulturzentrum Gasteig: Isabella Mair** (45) hat zum 1. März die Aufgabe als Pressereferentin beim Münchner Kulturzentrum Gasteig übernommen.

In der neu geschaffenen Position ist sie Ansprechpartnerin für die Medien und unterstützt Gasteig-Kommunikationschef **Michael Amtmann** bei den Aktivitäten der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Zuletzt war Mair freiberuflich als PR-Beraterin und Texterin tätig.

4. **Von Himmelhoch-PR zum Wirtschaftsbund: Lukas Lechner** (27) arbeitet seit dem 11. März als Pressesprecher für den Österreichischen Wirtschaftsbund in Wien. Er wurde Nachfolger von Florian Gross, der zur Wiener Wirtschaftskammer gewechselt ist. Lechner leitet in seiner neuen Funktion die Bereiche Presse und Politik und berichtet an **Christoph Biegelmayer**, Direktor beim Wirtschaftsbund Wien. Zuvor war Lechner als Consultant für die Agentur Himmelhoch-PR tätig.



## Personalien compact - Agenturen (4) (15. KW-2016) →

1. **Lieblingsagentur mit neuem Key Account Director: Björn Christoffer** (41) ist neuer Key Account Director bei der Lieblingsagentur in Krefeld. Damit will die auf Markeninszenierung und Live-Kommunikation spezialisierte Agentur den Ausbau des Bestandskundengeschäfts sowie die Ausdehnung auf zusätzliche Kundensegmente forcieren. Christoffer verfügt über langjährige Erfahrung und Branchenkenntnisse. Der Diplom-Sportwissenschaftler mit Schwerpunkten in Medien- und Kommunikationswissenschaften war vor seinem Wechsel nach Krefeld unter anderem als Key Account Manager für die Agentur marbet tätig.
2. **Scholz & Friends Agenda gewinnt Völker als Leiter Beratung: Daniel Völker** (36) ist neuer Leiter Beratung bei Scholz & Friends Agenda am Standort Berlin. Er verstärkt das Führungsteam am Litfaß-Platz, um die gesellschaftspolitische

Kommunikation in der Scholz & Friends Gruppe und die Arbeit für Institutionen und Verbände weiterzuentwickeln. So verantwortet Völker unter anderem Etats für das Bundesministerium für Gesundheit und das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur. Zuvor war er zwölf Jahre lang bei der Kommunikationsagentur „neues handeln“ in Berlin tätig und baute als Leiter Konzeption & Neugeschäft die strategische Beratung für institutionelle Kunden aus. Ende 2015 schloss er seine Promotion zur Krisenkommunikation in der Finanzkrise ab.

3. **Katja Evertz neu im Digital-Team von FleishmanHillard: Katja Evertz** (34) arbeitet ab sofort als Digital Strategist für die internationale Kommunikationsberatung FleishmanHillard. Mit der neu geschaffenen Position baut FleishmanHillard seine Unit für Digitale Kommunikation weiter aus. Evertz war zuletzt Social Media Officer beim Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe und hat zuvor die digitale Kommunikation der Universität St. Gallen betreut und

den Bereich Social Media verantwortet. Neben fundierten Erfahrungen in der Entwicklung von Social Media Strategien bringt Evertz auch besondere Expertise in Content-Strategie, Krisenkommunikation und Analytics mit.

4. **Stefanie Meuter kehrt zurück zu antwerpes:** **Stefanie Meuter** (36) ist zurück in den Reihen der Kölner Healthcare-Agentur antwerpes. Als Senior Account Director verstärkt sie die Teamleitung der Unit PR & Social Media und will dort die Kombination aus integrierter und klassischer PR forcieren. Meuter war bereits von 2006 bis 2010 für antwerpes tätig. Als Senior Account Director ist sie für die Weiterentwicklung ihres sechsköpfigen Teams sowie die fachliche Qualitätssicherung verantwortlich. Vor ihrer Rückkehr war Meuter fünf Jahre bei der auf Veranstaltungen spezialisierten Agentur face to face GmbH tätig.

---

## Personalien compact - Unternehmen (6) (15. KW-2016) →

1. **Rollik neuer BVG-Kommunikationschef in Berlin:** **David Rollik** (37) ist bei den Berliner Verkehrsbetrieben (BVG) aufgestiegen, das berichtet der Mediendienst „kress.de“. Vom Chefredakteur der BVG-Medien ist er zum Leiter der Stabsabteilung Kommunikation befördert worden. Rollik ist damit unter anderem für die Mitarbeiterkommunikation für rund 14.000 Beschäftigte zuständig. Zu den zusätzlichen Aufgaben gehören nun auch die Bereiche Redaktion, Personalmarketing, CD/CI sowie Event. In seiner neuen Funktion berichtet er an direkt an die BVG-Vorstandsvorsitzende **Sigrid Evelyn Nikutta**.
2. **Wechsel von Vonovia zu Ista in Essen:** **Philipp Schmitz-Waters** (33) arbeitet seit dem 1. März als Corporate Communications Specialist beim Energiedienstleister Ista in Essen. Die Position wurde in diesem Zuschnitt neu geschaffen.



Schmitz-Waters verantwortet die Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen. Zuvor war er vier Jahre Pressesprecher bei Vonovia. Bei Ista berichtet er an **Mirko-Alexander Kahre**, Senior Vice President Corporate Communications & Public Affairs.

3. **Doppio.tv intensiviert die Kommunikation:** **Christina Franzen** (52) hat zum 1. April als Head of Communications und Pressesprecherin die Kommunikation beim Sender Doppio.tv in Berlin übernommen. Zuvor war Franzen für den Interessenverband Deutscher Zeitarbeitsunternehmen und die Fullservice-Agentur CAP Company in Berlin tätig. Bei Doppio.tv ist sie für den gesamten Kommunikations- und Marketingbereich zuständig und berichtet an den Geschäftsführer **Olaf Zachert**.
4. **Scherfling verstärkt Ausschnitt Medienanalysen:** **Sandra Scherfling** (38) ist neue Mitarbeiterin im Team der deutschen Medienbeobachtungs-Agentur Ausschnitt in Berlin. Scherfling wird in ihrer Rolle als Teamleiterin hauptsächlich internationale Kunden aus dem Bereich Consumer Products und Retail betreuen. Dabei steht ein Team von vier erfahrenen Projektleitern hinter ihr. Sie bringt mehr als 13 Jahre Berufserfahrung aus den Bereichen Marktforschung, Marketing Controlling und Strategisches Marketing mit, die sie in der Vergangenheit unter anderem bei der Pelikan AG erfolgreich unter Beweis stellen konnte.

5. **Ernst wechselt von H&M zu Otto Group Media: Swetlana Ernst** ist seit dem 1. April neuer Head of Marketing & PR der Otto Group Media in Hamburg. Sie verstärkt in der 100-prozentigen Konzerngesellschaft der Otto Group das Team um Geschäftsführer **Torsten Ahlers** in der neu geschaffenen Position. Dort wird sie für den Ausbau der Marketingaktivitäten und die weitere Positionierung der Otto Group Media am Markt verantwortlich sein. Zuvor war Ernst bei Hennes & Mauritz Leiterin Presse und Kommunikation und baute die Medien- und Fashionkommunikationsabteilung maßgeblich auf.
6. **Huawei baut Public Affairs- und PR-Abteilung in Deutschland aus: Michael Lemke** ist neu im Public Affairs- und Communications-Team von Huawei Technologies in Deutschland. Als Senior Technology Expert arbeitet er am Standort Berlin insbesondere in den Themengebieten Industrie 4.0 beziehungsweise Informations- und Kommunikationstechnologie mit speziellem Fokus auf Wireless-Technologie. In der neuen Funktion soll Lemke eine Brücke zwischen den Bereichen Public Affairs und Kommunikation auf der einen sowie den Geschäftsbereichen auf der anderen Seite bilden. Lemke arbeitet bereits seit 2007 für Huawei, zuletzt seit 2010 als Head of Wireless Marketing für den Kunden Telekom. Zuvor war er unter anderem bei Nokia Siemens Networks.

## ETATS

### Hill+Knowlton geht mit Hurtigruten international auf Tour →

Im Rahmen einer internationalen Ausschreibung wählte die norwegische Traditionsreederei Hurtigruten Hill+Knowlton Strategies als globalen PR-Partner unter anderem in Deutschland, Norwegen, den USA, Großbritannien und Frankreich aus. Hintergrund: Die norwegische Traditionsreederei Hurtigruten führt die

### Die Facebook-Bots sind da – und in der Kommunikation ändert sich (nicht) alles

Auf Facebook kommunizieren und teilen bald nicht mehr nur Nutzer ihre Inhalte, sondern auch Bots. Dies ist eine der Meldungen, die im Zuge der Facebook-Entwicklerkonferenz F8/2016 für Aufmerksamkeit sorgten. Mark Zuckerberg stellte eine Art Masterplan für die Entwicklung von Facebook in den nächsten zehn Jahren vor.

Was das für Kommunikatoren bedeutet, [lesen Sie hier](#)

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Kommunikationsaktivitäten in verschiedenen Märkten und Regionen zusammen. Das Osloer Büro von Hill+Knowlton Strategies, Gambit H+K, arbeitet eng mit dem globalen PR-Manager von Hurtigruten in Oslo, Øystein Knoph, zusammen. Die Hill+Knowlton



Büros in Hurtigruten Hauptmärkten Deutschland, Groß-

britannien, Frankreich und den USA sowie in den neuen Wachstumsmärkten China, Japan, Indien, Australien und Neuseeland arbeiten hierbei eng mit Gambit H+K zusammen. Auch bei der Kommunikation in Dänemark und Schweden unterstützt Hill+Knowlton Hurtigruten. Mit der Pressestelle der deutschen Hurtigruten GmbH wird auf Agenturseite das Frankfurter Büro unter Miriam Holbe, Board Director und Head of Marketing Communications & Brand PR, zusammenarbeiten. (Foto: © Hurtigruten)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (15) (15. KW-2016) →

1. **Salt Works startet mit erster Kampagne**  
 wer: Personalberatung Academic Work Germany, München und Hamburg  
 was: Content Marketing Lösungen für alle Kanäle, online und offline  
 an: **Salt Works**, München
2. **Montblanc feiert mit Hugh Jackman 110 Jahre Pioniergeist**  
 wer: Montblanc International GmbH, Hamburg  
 was: Jubiläumskampagne zum 110-jährigen Bestehen inkl. Online-Maßnahmen, Social Media und Print  
 an: **Scholz & Friends Group GmbH**, Hamburg
3. **Eurojackpot-Kampagne von Origo geht in die 2. Runde**  
 wer: Sächsische Lotto-GmbH, Leipzig  
 was: Eurojackpot-Kampagne für Sachsenlotto  
 an: **Origo Agentur für Marketing GmbH**, Leipzig
4. **Malteser Hilfsdienst beauftragt muehlhausmoers**  
 wer: Malteser Hilfsdienst e.V., Köln  
 was: Gesamterstellung und Anzeigenmarketing für Spendermagazin „Danke“ und Jahresbericht 2015  
 an: **muehlhausmoers**, Köln
5. **Forcepoint setzt auf Schwartz Public Relations**  
 wer: Lösungsanbieter für IT-Sicherheit Forcepoint, München  
 was: Strategischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
 an: **Schwartz Public Relations**, München
6. **NetCologne startet mit Imagekampagne mit Mitarbeitern**  
 wer: NetCologne, Köln  
 was: Imagekampagne  
 an: **Counterpart Group GmbH**, Köln



7. **eReading-Unternehmen toline startet Social Media-Kampagne**  
 wer: toline media GmbH, München  
 was: Social Media-Kampagne #GoodNightStories  
 an: **Freies Creative Team Markus Wentlandt & Jan Lohse**, München
8. **Comeoweitert Zusammenarbeit mit Spanien-Tourismus aus**  
 wer: Spanisches Fremdenverkehrsamt, Frankfurt am Main  
 was: Umsetzung Spanien-Info-Newsletter  
 an: **Comeo Werbung PR Event**, München
9. **Wunderknaben sind für Baur aktiv**  
 wer: Online-Händler Baur Versand GmbH & Co KG, Burgkunstadt  
 was: Betreuung des Blog BAUR & Me, Social Media  
 an: **Wunderknaben**, Düsseldorf
10. **60. Europäische Warenbörse setzt auf Vagedes & Schmid**  
 wer: Europäische Warenbörse, Straßburg  
 was: Konzeption, Kommunikation und Gesamtorganisation der 60. Warenbörse 2020 in Berlin  
 an: **Vagedes & Schmid**, Hamburg

11. **noble kommunikation steuert Medienarbeit von Oceania Cruises**  
 wer: Kreuzfahrtreederei Oceania Cruises, Southampton  
 was: Medien- und Öffentlichkeitsarbeit in DACH  
 an: **noble kommunikation**, Neu-Isenburg
12. **denkwerk gewinnt Corporate-Online-Etat von Mäurer & Wirtz**  
 wer: Mäurer & Wirtz, Stolberg bei Aachen  
 was: Relaunch der Corporate Website  
 an: **denkwerk GmbH**, Köln
13. **Dreifacher Etatgewinn für Schlösser PR**
  - a) Radhersteller Rose Bikes GmbH, Bocholt  
 was: Cross-Channel-Kommunikation, Pressearbeit, Blogger Relations
  - b) Modelabel mara mea UG, Berlin  
 was: PR-Arbeit zur Steigerung der Markenbekanntheit
  - c) Scribershub GmbH, Vermittlungsplattform für Schreiber und Schreibsuchende, Hamburg  
 was: Öffentlichkeitsarbeit in der Region DACH  
 an: **Schlösser PR**, Berlin

## AGENTUREN

**Gelungene PR-Aktion:  
 Gemeinsamer Pressetag von vier  
 Münchner Agenturen für 60 Kunden →**



Voll und ganz zufrieden zeigten sich die Organisatoren des Münchner Pressetages am 7. April (siehe dazu den Vorbericht im „PR-Journal“). Mehr als 50 Journalisten waren der gemeinsamen

Voll und ganz zufrieden zeigten sich die Organisatoren des Münchner Pressetages am



Einladung der vier PR-Agenturen eastside communications, Freedom & Enterprise, Kern Gottbrath Kommunikation sowie LöschHundLiepold Kommunikation gefolgt und nutzten die Möglichkeit, sich in kürzester Zeit über die Neuheiten von rund 60 Firmen zu informieren. Die vier Agenturen arbeiten vorwiegend für Kunden aus den Bereichen Sport, Outdoor, Mode und Lifestyle, sprechen also im Wesentlichen dieselben Medienvertreter an. Da bot es sich an, gemeinsam aufzutreten und den Journalisten auf diese Weise die Arbeit zu erleichtern, was besonders viel Lob fand.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Worldcom Public Relations Group  
 ernennt Corinna Voss zum Recruitment  
 Chair EMEA →**



Worldcom Public Relations Group, das internationale Netzwerk inhabergeführter PR-Agenturen mit 143 Büros und über 2.300 Mitarbeitern in 115 Städten auf sechs Kontinenten, hat am 13. April Corinna Voss (Foto), Managing Director der HBI Helga Bailey GmbH in München, zum Recruitment Chair EMEA benannt. In dieser

Funktion soll Voss das globale Worldcom-Netzwerk mit neuen Partnerschaften aus dem europäischen Raum erweitern. Voss ist seit 1991 bei der HBI tätig und leitet die integrierte Kommunikationsagentur seit 2007 in der Position als Geschäftsführerin.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

---

### Breustedt wird Partner bei Oseon →



Gerrit Breustedt (32, Foto M.) ist seit 1. April Partner bei Oseon. Der Leiter des Hamburger Büros ist als Kommanditist in die Gesellschaft

eingestiegen und bildet mit den Managing Partnern Tapio Liller (42, r.) und Manuela Moore (41, l.) das Führungstrio der Agentur, die ihren Hauptsitz in Frankfurt am Main hat. Breustedt ist seit vier Jahren bei Oseon tätig und verantwortet vor allem PR-Etats für Adtech-, e-Commerce- und Medienunternehmen. Oseon wurde 2008 von Liller als Agentur für disziplinübergreifende Kommunikation gegründet. Im Jahr 2012 kam Moore als Mitinhaberin an Bord, das Hamburger Büro wurde 2014 eröffnet. Das Team aus derzeit neun Beratern betreut rund 15 deutsche wie internationale Unternehmen mit PR-Kampagnen, Content Marketing und Online-Kommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

---

### Agenturen compact (1) (15. KW-2016) →

1. **Ansel & Möllers neues Mitglied im GWA:** Die Stuttgarter PR- und Eventagentur Ansel & Möllers ist neues Mitglied im Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA. Die Mitgliedschaft beginnt zum 1. Mai 2016. Die unabhängige Agentur ist spezialisiert auf B-to-B- und B-to-C-

DPRG  
DPRG ZukunftsForum 2016

**Barcamp statt Kongress  
9. und 10. Juni  
Jetzt anmelden!**

PR sowie Eventmanagement. Dabei liegt der Fokus auf den Branchen Bauen & Wohnen, Sanitär Heizung Klima, Maschinenbau, Lebensmittel & Getränke, Energie und öffentliche Auftraggeber. 1996 gegründet, wird die Agentur heute von den Inhabern Jochen Ansel und Katrin Möllers geführt. Aktuell beschäftigt Ansel & Möllers 24 Mitarbeiter und eine freie Grafikerin.

## ORGANISATIONEN

### PRSH geht mit neuem Vorstand ins siebte Vereinsjahr →

Diese Vorstandszusammensetzung scheint sich bei den PR-Studenten Hannover (PRSH) bewährt zu haben: drei Frauen und ein Mann. So ist es beim neuen Vorstand genau wie beim alten. Im Rahmen der Jahreshauptversammlung am 12. April wurden in die siebte Vorstandsgeneration des PRSH gewählt: Katalin Genius (Foto, 2. v. l.), Vorsitzende, Jil Jakobi (2. v.



r.) und Tanja Wente (r.), beide stellvertretende Vorsitzende, sowie Björn Beringer (l.), Finanzvorstand. Sie lösen Loreen Abedi, Vorsitzende, und ihr Team mit Jan Reinholz, Carina Temmen und Katharina Striewe ab. Als Förderer des PRSH e.V. gratuliert das „PR-Journal“ dem neuen Team zur Wahl und wünscht viel Erfolg. Beim alten Vorstandsteam bedankt sich das „PR-Journal“ für die gute Zusammenarbeit. Gerhard A. Pfeffer, Herausgeber und Gründer des „PR-Journals“: „Allen zusammen wünschen wir einen erfolgreichen Verlauf Ihres Studiums. Das ist das Wichtigste. Darüber hinaus aber kann man dem neuen und den alten Vorständen nur dankbar sein für ihre engagierte Arbeit für den PR-Nachwuchs. Dieses Interesse teilen wir.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## „Spürbar anders“ - die Kommunikation für den 1. FC Köln →

Dass der 1. FC Köln sich für einen außergewöhnlichen Bundesligaverein hält, wissen viele Fußballfreunde. Dass aber auch die Kommunikationsarbeit für den Geißbock-Club mitunter ganz eigenen Regeln folgt, erfuhren rund 60 Kommunikatoren auf Einladung des Landesverbands Nordrhein-Westfalen der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) am Abend des 12. April im RheinEnergie-Stadion. Im Gegensatz zu den meisten Unternehmen und Organisationen muss sich der Club nicht darum bemühen, öffentliches Interesse der Medien und Öffentlichkeit zu wecken. Es ist einfach da. „Die Herausforderung besteht vielmehr darin, das enorme Interesse sinnvoll zu kanalisieren und – soweit möglich – zu steuern“,



so Tobias Kaufmann, Leiter Medien & Kommunikation beim 1.FC Köln, in seinem Vortrag. Wie groß das Interesse ist zeigen einige Zahlen: Mit seinen 78.000 Mitgliedern liegt der 1. FC Köln nach Angaben Kaufmanns in der Rangliste der mitgliederstärksten Fußballbundesligisten auf Platz 4. Zu jedem der 17 Heimspiele in der Bundesliga kommen bis zu 120 Medienvertreter.



Foto: Gastgeber Tobias Kaufmann mit Regine Hellwig-Raub und Wolf-Dieter Rühl, beide im Landesvorstand NRW der DPRG (von rechts).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## AUTOREN-BEITRÄGE

### Neugeschäft: Erste Ideen auch ohne Honorar →



Steht ein Unternehmen, das im B-t-C-Bereich tätig ist, vor der Herausforderung, eine Agentur zu suchen, die bei der Entwicklung und Umsetzung

einer Kampagne hilft, so hat es hier meist die Qual der Wahl. Es gibt hier mehr als genug Dienstleister, die diese Aufgabe potenziell lösen können. Dass dieses Thema im Detail aber nicht einfach ist, steht außer Zweifel. Hat ein B-t-B-Unternehmen, das komplexe und erklärungsbedürftige Produkte verkauft, eine spezielle Aufgabe zu lösen, so ist die Anzahl der Agenturen, die hier schon Erfahrungen gesammelt haben, wesentlich geringer. Es muss genau recherchiert werden, wer hier von Nutzen sein kann und das nötige Know-how mitbringt. Erschwerend kommt noch hinzu, dass kaum eine Agentur von sich behauptet, bestimmte Themen nicht abbilden zu können. Hier gilt oft immer noch die alte Weisheit: „Wir holen uns erst den Auftrag und denken dann darüber nach, wie wir ihn erfüllen!“ Es macht natürlich viel mehr Sinn, wenn Agenturen genau sagen können, was sie wirklich gut können und was nicht. Ich habe über das Thema mit Andreas Bachmeier (Foto) gesprochen, Vorstand bei der Agentur Engel und Zimmermann in Gauting bei München.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Autorenbeitrag zum Thema Karriere ab 40: Alte Eisen oder alte Hasen? →

Am 29. Februar veröffentlichten wir [Ergebnisse einer Blitzumfrage](#) der PRCC Personalberatung, Düsseldorf, zum Thema Karriere ab 40. Demnach haben 50



Prozent der Teilnehmer Angst davor, ab einem bestimmten Punkt ihrer Karriere zum alten Eisen zu gehören. Die Sorge, dass ältere Arbeitnehmer möglicherweise auf dem Arbeitsmarkt uninteressant werden könnten, teilten rund 67 Prozent der Befragten. Sie glauben, dass Arbeitgeber nicht so hohe Gehälter zahlen wollen. Zwischen dem 15. und 23. Februar dieses Jahres hatten 95 Personen mit einem Durchschnittsalter von 44 Jahren an der Befragung teilgenommen.



Jetzt hat sich mit Ulrich Schuhmann (Foto), ein erfahrener Branchenkenner, noch einmal mit den Ergebnissen der Blitzumfrage auseinandergesetzt. Als Inhaber und Geschäftsführer der auf die Berufsfelder Public Relations, Investor Relations und Marketing spezialisierten Personalberatung stellt er einzelne Ergebnisse auf den Prüfstand und kommt zu anderen Schlüssen. Lesen Sie nachfolgend seinen Beitrag.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Reden, Zuhören, Kommunizieren: Kundenfeedback mit Influencer Relations nutzen →

„Die Natur hat uns nur einen Mund, aber zwei Ohren gegeben, was darauf hindeutet, dass wir weniger

sprechen und mehr zuhören sollten.“ So sprach der griechische Philosoph Zenon von Elea. Was heißt das für Kommunikatoren? In einer Zeit, in der Kunden immer mehr mitreden wollen, sind PR-Praktiker gefordert, im engen Austausch mit dieser zentralen Stakeholder-Gruppe zu stehen, Anregungen beziehungsweise Wünsche aufzunehmen und Unklarheiten zu beseitigen. In Zusammenarbeit mit Abteilungen wie Marktforschung können Kommunikatoren so qualifiziertes Kundenfeedback ins Unternehmen tra-



gen. Damit können Produkte und Service gezielt verbessert werden – und Kommunikatoren bestehende Kontakte über Influencer Relations in ihre PR-Arbeit integrieren.

Wie das genau funktionieren soll, erläutert „PR-Journal“-Autor Christian Krause (Foto) in seinem [Blog „K-Strategie“](#). Lesen Sie dort weiter.

## TERMINE

### Bewegtbild-Kongress des BVDW in Köln: „Eine Idee größer“ →



Zur Bewegtbild-Konferenz hatte der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. nach Köln geladen – und aus

allen Disziplinen kamen die Teilnehmer: Publisher und Vermarkter, Technikanbieter und Content-Produzenten informierten sich zu Trends und neuen Geschäftsmodellen. Dabei lautete die Kernfrage der Konferenz: „Wie lässt sich Content am besten monetarisieren und distribuieren?“. Von den rund 150 Plätzen im stylischen Heinz Gaul, einer Hinterhof-Location im Kölner Stadtteil Ehrenfeld, blieb kein einziger frei – gut zwei- bis dreimal so viele Tickets hätte man



laut Veranstalter verkaufen können. Die formale Struktur der Konferenz: Die vier Themenblöcke Content, Technologie & Publishing, Analytics & Data sowie Monetarisierung wurden in Keynotes angerissen und danach in Panel-Debatten weiter erörtert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Hochschule Hannover lädt zum Storytelling-Symposium →



Wie können Menschen mit Geschichten erreicht werden? Dieses Thema beschäftigt nicht nur den Journalismus, die Unternehmenskommunikation und das Design. Die Fakultät III - Medien, Information und Design der Hochschule Hannover (HsH) lädt am 26. und 27. Mai 2016 zu einem interdisziplinären Symposium zum Trend-Thema Storytelling in den Hörsaal des Design Centers auf der Expo Plaza 2 ein. Von den Public Relations und der Journalistik über das Mode- und Produktdesign, Dramaturgie und Fotografie bis zum Informationsmanagement: Mit narrativen Formen der Botschaftsvermittlung beschäftigen sich nahezu alle der 13 Studiengänge der Fakultät. Das Storytelling-Symposium hat daher den Anspruch, eine Plattform für den akademischen und anwendungsbezogenen Austausch zu schaffen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## BILDUNG

### Bildung compact (1) (15. KW-2016) →

1. **DAPR-Befragung für Kommunikatoren: „2020 = alles online?“** Wie sieht für Fachkräfte in Kommunikation, PR und Marketing die optimale Aus- und Weiterbildung der Zukunft aus? Dieser Frage geht das erste **DAPR-Kompetenzbarometer** „2020 = alles online? Wie sich Kommunikatoren zukünftig weiterbilden wollen“ der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) nach. Im Mittelpunkt der fünfminütigen Branchenbefragung stehen die Ansprüche und Erwartungen an Bildungsangebote in Zeiten der Digitalisierung. Die Teilnehmer können optional ihre E-Mail-Adresse hinterlegen und nehmen damit an der Verlosung von drei Best Practice Sessions, dem neuen E-Learning-Format der DAPR, teil. Hier geht es zur Befragung auf die [SurveyMonkey-Website](#).

## STUDIEN

### Global Communications Report verspricht fünf Jahre Wachstum für PR-Agenturen →



Große Wachstumserwartungen: Glaubt man dem Global Communications Report, der am 14. April in der Los Angeles der Öffentlichkeit vorgestellt wurde, steigt der Umsatz von PR-Agenturen weltweit in den kommenden fünf Jahren von derzeit rund 14 Milliarden US-Dollar auf

19,3 Milliarden US-Dollar. Damit einher geht auch ein Zuwachs an Mitarbeitern: mehr als 25 Prozent sollen im gleichen Zeitraum hinzukommen. Ermittelt hat das USC Annenberg Center for Public Relations.

Gleichzeitig wird aber auch erwartet, dass sich das Berufsverständnis vom alten Begriff „Public Relations“ nicht aufrecht erhalten ließe. Als Wachstumstreiber wurden daher vor allem Content Generierung und Social Media identifiziert, so die Auffassung der befragten Entscheider in Agenturen und Unternehmen. Aber auch Brand Reputation und Evaluierung würden eine Rolle spielen. Earned Media steht für beide Gruppe relativ hoch auf der Agenda.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Reputationsstudie: Verbraucher vermissen Produkt- und Service-Innovationen →



Die Verbraucher in Deutschland sind enttäuscht von vielen be-

kannten Unternehmen und Marken: Sie vermissen neue, innovative Produkte und Services. Laut der aktuellen Reputationsstudie „Authenticity Gap“ der internationalen Kommunikationsberatung FleishmanHillard, Frankfurt am Main, gilt dies branchenübergreifend. Innovation verbunden mit dem Wunsch nach Mehrwert steht auf der Wunschliste der Konsumenten ganz oben. Dies bezieht sich sowohl auf die einzelnen Produkte als auch auf gestiegene Ansprüche im Bereich Nachhaltigkeit und gesamtgesellschaftlicher Nutzen. Es reicht auch im Geburtsland der Discounter nicht mehr aus, der günstigste Anbieter einer Branche zu sein. Im Rahmen der dritten Auflage der jährlichen Studie wurden in Deutschland 160 Unternehmen und Marken aus 20 Branchen untersucht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## PREISE UND AWARDS

**WorldMediaFestival 2016:  
Indoc und TheNewsMarket  
gewinnen Gold- und Silberaward →**



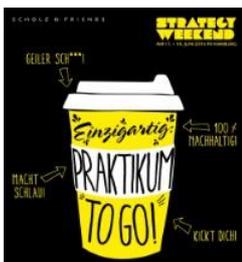
Einer der international bedeutendsten Wettbewerbe für Kommunikationsmedien ist das WorldMediaFestival. Seit 16 Jahren werden hier herausragende Lö-

sungen aus den Bereichen Corporate Film, Television, Web und Print Produktionen ausgezeichnet. Public Relations-, Marketing- und Werbeexperten aus aller Welt präsentieren bei dieser „global competition for modern media“ ihre Arbeiten. Die Münchner Filmproduktionsgesellschaft Indoc und TheNewsMarket, die weltweit führende Online-Distributionsplattform für globale Videokommunikation von Unternehmen, Organisationen und Agenturen erhalten in diesem Jahr sowohl eine Gold- als auch eine Silbermedaille für Produktionen aus dem Jahr 2015.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## TIPPS

**Scholz & Friends lädt zum schnellsten  
Strategie-Praktikum der Welt →**



Scholz & Friends veranstaltet zum 9. Mal das „Scholz & Friends Strategy Weekend“ – ein Nachwuchsevent für die Marken- und Kommunikationsstrategen von morgen. Am Wochenende 17. und 18. Juni erleben die Teilnehmer Markenstrategie und Kampag-

nenentwicklung im Schnelldurchlauf. Bewerbungsschluss ist der 30. April 2016. Für einen echten Kunden arbeiten die Teilnehmer in 48 Stunden auf einem realen Briefing und erarbeiten erste Ideen für die Umsetzung. Bewerben können sich alle – vor allem aber Trendhellerseher, Zahlendreher und Menschenversther –, die sich für Märkte und Marken interessieren. Zur Teilnahme am Wettbewerb: Copytest ausfüllen und samt Lebenslauf bis zum Einsendeschluss am 30. April per **E-Mail an Scholz & Friends** schicken. Nur die 15 besten Einsender werden zum Scholz & Friends Strategy Weekend nach Hamburg eingeladen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Tipps compact (1) (15. KW-2016) →

1. **Neues dpa-Whitepaper soll bei Planung helfen:** Die Deutsche Presse-Agentur GmbH (dpa), Berlin, erläutert in einem neuen Whitepaper Redakteuren und Kommunikations-Profis in Unternehmen und Institutionen, welche Möglichkeiten es für eine effiziente Planung gibt. „**Save the Date**“ ist ein Kompendium aus fünf Beiträgen zum Thema Planung und Organisation, verfasst von namhaften Journalisten und Kommunikationsexperten. Sie erklären die Bedeutung guter Planung, geben Hinweise für eine effiziente Arbeitsorganisation und kämpfen auch gegen das Vorurteil, Planung ersticke die Kreativität und sei kleinkariert. Das Whitepaper kann [hier über die dpa-Website](#) bestellt werden.

## GPRA IM DIALOG

**MSL Chairman Axel Wallrabenstein: Gute Kampagnen verkaufen oder fördern die Reputation** →



Für die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) sind Nachwuchsförderung und die gezielte Verbesserung

des Images von Kommunikationsagenturen gegenüber Studierenden wichtige Ziele der Verbandsarbeit. Mehrfach hat der Verband betont, dass Agenturen ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern und künftig stärker im Sinne eines Employer Brandings am Markt agieren wollen. Eine konkrete Maßnahme setzt die GPRA in 2016 in Kooperation mit dem „PR-Journal“ um. Monatlich stellt sich ein Agenturchef der GPRA den Fragen von Studierenden, die sich in den Initiativen in Hannover (PRSH), Leipzig (LPRS), Mainz (kommoguntia) und Münster (campus relations) engagieren. Die haben damit die Gelegenheit, alle Fragen über das Agenturgeschäft zu stellen, die sie für relevant halten. In der vierten Folge stellt sich der Chairman von MSL Germany, Axel Wallrabenstein (Foto), den Fragen von Kim Strejcek und Linh Nguyen, beide PRSH.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## JOBANGEBOTE

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

---

### Gesuche (5)

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

---

### Angebote (57)

Stellenangebote der Agenturen

- Account Manager PR & Digital (m/w) Schwerpunkt FMCG & Handel, Hamburg
- Account Manager (m/w) Corporate Communications, München
- Public Relations Specialist (m/w), Dortmund
- Junior Consultants (m/w), Frankfurt a.M.
- PR-Berater(in) / Account Manager (w/m) Industrial, Düsseldorf
- Berater PR/PA (m/w) mit Herz und Verstand, München
- PR-Juniorberater oder -Berater (Consumer Tech), Frankfurt a.M.
- PR-Juniorberater oder -Berater (Lifestyle), Frankfurt a.M.
- Planner (m/w), Karlsruhe
- Leiter/in Digitale Beratung, Hamburg
- PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Food/Hotellerie, Hamburg
- Berater (m/w) Schwerpunkt Corporate Communication/B2B, Frankfurt a.M.
- Berater/in Public Relations, Berlin
- Senior-Berater/in Corporate Communications, München
- PR-Berater/in mit Affinität für Markenkommunikation, Ludwigshafen a.R.
- PR-Redakteur (m/w) Teilzeit, Berlin
- Volontär/-in für Hamburg
- Junior PR-Consultant (m/w), Mülheim a.d.R.
- PR-Manager/in, München
- PR Berater / Account Manager (m/w), bei Hamburg
- Mitarbeiter für PR & Kommunikation (m/w), Hamburg
- Redakteur (m/w), Hamburg

- PR-Berater/in mit mehrjähriger Erfahrung für Counterpart Group, Köln
- Trainee oder Juniorberater (m/w) Schwerpunkt Digital Marketing, Düsseldorf
- PR-Berater/-innen Corporate Communications, Frankfurt a.M.
- Junior-PR-Berater/-in und PR-Berater/-in Standort Köln oder Montabaur
- Junior Account Manager/in PR & Marketing Tourismus, Berlin/Frankfurt
- Kommunikations-/PR-Berater(in) Schwerpunkt strategische und integrierte Kommunikation, Essen/Köln
- Redakteur/in Corporate Publishing, Köln
- Senior Account Manager PR (m/w), Hamburg
- PR-Berater/in - Schwerpunkt politische Kommunikation, Berlin
- PR-Berater/-in bzw. PR-Seniorberater/-in Healthcare, Raum Düsseldorf/Köln

## Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie **hier**

### Stellenangebote der Unternehmen

- Pressereferent/Pressereferentin, Bremen
- Projekt-Assistenz (m/w) Unternehmenskommunikation / Politische Kommunikation, Frankfurt a.M.
- Junior Manager Konzernkommunikation (m/w) Schwerpunkt Online Kommunikation und interne Medien, Hamburg
- PR-Assistenz (m/w) für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und/oder Unternehmenskommunikation, Hamburg
- Leitung Externe & Interne Kommunikation(m/w), Villingen-Schwenningen
- PR-Mitarbeiter/in, Medebach (Sauerland)
- Referent (w/m) für Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation bei der EnBW Kernkraft GmbH in Neckarwestheim
- Senior Consultant (m/w) in- & externe Kommunikation Schwerpunkt Veränderungskommunikation, Hamburg
- Senior PR Consultant (m/w) Schwerpunkt Online-Kommunikation, Hamburg

### Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- Pressesprecher (m/w), Frankfurt a.M.
- PR Manager (m/w), Frankfurt

---

## Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie **hier**

---

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:  
Montag, 18. April 2016 um 18:30 Uhr  
Dieser Newsletter wurde an **10.920 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 29,8 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.320 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;

Riccardo Wagner, Köln; Helge Weinberg, Hamburg;

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

### Redaktionsschluss für Newsletter:

montags 16:00 Uhr.

### Rubrik „PR-Jobbörse“:

Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de). [www.jobs.pr-journal.de](http://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](http://www.pr-journal.de/fotos.html). Zum ausführlichen **Impressum** geht es hier: [www.pr-journal.de/impressum.html](http://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](mailto:redaktion@pr-journal.de)

URL: [www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de).



**Auflage kontrolliert** durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin. Für 2015 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des

PR-Journals ausgewiesen: 367.961 Visits und 809.584 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 1.008 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,2 Seiten aufgerufen.