

## NEWSLETTER 539

47. KW 2016

++ Von der Leyen als Laudatorin bei den „PR Report“-Awards ++  
 ++ Ketchum Pleon verkürzt Traineeships und garantiert Übernahme ++  
 ++ PR-Desaster: Kundenschelte von VW-Chef Müller ++

### TOP MELDUNGEN

**Studie von Hill+Knowlton: Top-Manager versinken in Informationsflut →**



Immer mehr Top-Manager beklagen sich über eine steigende Flut von Informati-

onen, die von außen täglich auf sie einströmt. Für Führungskräfte wird die Herausforderung daher immer größer, wichtige und geschäftsrelevante Informationen aus den übermittelten Inhalten herauszufiltern. Besonders die stetig steigende Frequenz, mit der sogenannte Vordenker und Meinungsführer (Thought Leaders) Inhalte in sozialen Netzwerken wie Xing, LinkedIn, Facebook oder Twitter verbreiten, überfordert viele Führungskräfte auf Vorstandsebene sowie leitende Angestellte. Das zwingt sie zu einer stärkeren Selektion ihrer Informationsquellen. Dies sind einige zentrale Erkenntnisse einer gemeinsamen Studie von Hill+Knowlton Strategies, Frankfurt am Main, und „The Economist Group“, zu der mehr als 1.600 Führungskräfte weltweit befragt wurden.

*Grafik links: 75 Prozent der Befragten wählen die Inhalte von Meinungsführern mittlerweile viel bewusster aus. Grafik rechts: 80 Prozent davon begründen dies mit dem erheblich gestiegenen Informationsvolumen.*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Vom „Wutmitarbeiter“ zum „Wutbürger“ – oder auch umgekehrt →**



**Wenn der gesellschaftliche Konsens gefährdet ist – zur Rolle der internen Unternehmenskommunikation**

*Von Siegfried Schick (Foto)*

Gehen wir einmal davon aus, dass in Unternehmen die unterschiedlichen Einstellungen und Verhaltensweisen, Merkmale und Charaktere in der Mitarbeiterschaft anteilig genauso vertreten sind wie in der bundesrepublikanischen Gesellschaft. Dann hätten wir zum Beispiel 15 Prozent „Wutmitarbeiter“ (plus solche, die es werden könnten), denen die fortschreitende Globalisierung Angst macht oder die durch die Propagierung der weiteren Digitalisierung („Industrialisierung 4.0“) verunsichert sind. Zu den 15 Prozent gehören auch jene, die Zuwanderer als bedrohliche Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt empfinden und die sich von der „Lügenpresse“ des Unternehmens verschaukelt fühlen, weil die immer nur die rosigen Seiten der Veränderungen im Unternehmen darstellt. Auch könnten die dazu zählen, die davon ausgehen, dass ihre Sorgen und Ängste dem Establishment – sprich Unternehmensleitung – egal sind.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 539. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 25 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN .....	1
Studie von Hill+Knowlton: Top-Manager versinken in Informationsflut → .....	1
Vom „Wutmitarbeiter“ zum „Wutbürger“ – oder auch umgekehrt → .....	1
Verteidigungsministerin von der Leyen beim „PR Report“-Award 2016: „Ey Mama, das flasht“ → .....	3
Ketchum Pleon: Trainee-Programm wird auf zwölf Monate verkürzt – mit Übernahmegarantie → .....	3
Personalien .....	4
Bei InterNations rückt Kommunikation ins Management Board → .....	4
Personalien compact - Agenturen (1) (47. KW-2016) → .....	4
Personalien compact - Unternehmen (5) (47. KW-2016) → .....	4
Personalien compact - Sonstige (3) (47. KW-2016) → .....	5
Etats .....	6
Etats compact (7) (47. KW-2016) → .....	6
Agenturen .....	7
Agentur RCKT: Digital-Experten aus der Rocket-Internet-Welt mit Lust auf mehr → .....	7
Agenturen compact (1) (47. KW-2016) → .....	7
Unternehmen .....	7
PR-Desaster: Kundenschele von VW-Chef Müller löst Unverständnis aus → .....	7
Medien .....	8
Medien compact (2) (47. KW-2016) → .....	8
Social Media .....	8
Chefetagen bremsen Social Media-Erfolg aus → .....	8
Lautenbach Sass und Hirschtec ermitteln gemeinsam den Wertbeitrag von Social Intranets → .....	9
Social Media compact (1) (47. KW-2016) → .....	9

Kommentare .....	10
Lufthansa widerlegt Paul Watzlawick: Man kann auch nicht kommunizieren → .....	10
Termine .....	10
Lügen haben „lange“ Beine! → .....	10
Gelungene Premiere: erster CommsDay des PRSH in Hannover → .....	10
LPRS lädt zum PR-Salon mit Telekom-Kommunikationsstrategie Schleichtriem → .....	11
Bildung .....	11
DAPR startet Rabattaktion zu Weihnachten → .....	11
Studien .....	12
Studie: Erfolgreiche Unternehmen tauschen sich häufiger mit Wirtschafts- und Fachmedien aus → .....	12
Studien compact (1) (47. KW-2016) → .....	12
Lesehinweise .....	12
Lesehinweise compact (1) (47. KW-2016) → .....	12
Preise und Awards .....	13
PR-Award in Rumänien ist jetzt erwachsen: MSL Group PR-Agentur des Jahres → .....	13
Deutscher Marketing Preis 2016 geht an mymuesli → .....	13
#PRGala16 des PRVA: Staatspreis PR und weitere Auszeichnungen vergeben → .....	13
„Finalistenfestival“ vor dem „PR Report“-Award: Spannende Cases mit viel Beinfreiheit → .....	14
Preise und Awards compact (2) (47. KW-2016) → .....	14
Tipps .....	15
Job-Ratgeber „Medien- und IT-Berufe 2017“ bietet Orientierung im Berufe-Dschungel → .....	15
Tipps compact (1) (47. KW-2016) → .....	15
Jobangebote .....	15
Gesuche (6) .....	15
Angebote (51) .....	15
Volontariat/Trainee .....	16
Praktikum .....	16
Impressum .....	17
Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site	
Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PR-Journal	

**Verteidigungsministerin von der Leyen beim „PR Report“-Award 2016: „Ey Mama, das flasht“ →**



Mahnende Worte des Verlegers zur Situation der Medien- und Kommunikationsbranche, die Bundesverteidigungsministern als Laudatorin, viele Preise und Auszeichnungen, knapp 450 Gäste und viel Networking – das sind die Eckpunkte der „PR-Report“-Awards, die am 22. November im ehemaligen Kosmos-Filmtheater in Berlin zum 14. Mal vergeben wurden. Eher nachdenklich war zunächst die Eröffnungsrede von Verleger Hans Oberauer. Als Herausgeber des „PR Reports“, des „Medium Magazins“, des „Kress Reports“ und zahlreicher weiterer Fachmedien rief er die PR- und Kommunikationsbranche dazu auf, sich der Lüge entgegen zu stellen. Mit Blick auf das anstehende Wahljahr 2017 und die politischen Umwälzungen in den USA betonte er, wie wichtig es sei, sich mit Aufrichtigkeit und einer klaren Haltung für freie Medien zu engagieren. Im weiteren Verlauf des Abends war es dann Bundesverteidigungsministerin Ursula von der Leyen (Foto, © Kati Jurischka), die die Branchenveranstaltung mit ihrem Besuch noch ein wenig mehr aufwertete.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

**Ketchum Pleon: Trainee-Programm wird auf zwölf Monate verkürzt – mit Übernahmegarantie →**

Das Ausbildungsprogramm von Ketchum Pleon, Düsseldorf, zählt nach eigenen Angaben zu den besten



in der Agenturbranche. Doch auch von externer Seite findet es Anerkennung: Erst kürzlich erhielt Ketchum Pleon für sein karriereförderndes und faires Trainee-Programm das Gütesiegel „Traineeauszeichnung



2016“ der Jobbörse Absolvanta. Ab sofort soll die Ausbildung noch attraktiver werden: Die Dauer des Traineeships wurde von 18 auf 12 Monate verkürzt, darüber hinaus garantiert die Agentur

jedem Trainee ein unbefristetes Beschäftigungsverhältnis sowie die anschließende Übernahme als Junior Consultant. Das Ketchum Trainee-Programm gilt ab sofort für alle neuen Trainees der Agenturen Ketchum Pleon, Brandzeichen und Emanate. Victoria Wagner (Foto) will die Ausbildung bei Ketchum Pleon neu ausrichten.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

## PERSONALIEN

### Bei InterNations rückt Kommunikation ins Management Board →



InterNations, das weltweit größte Netzwerk und Informationsportal für alle, die im Ausland leben und arbeiten, beruft Kathrin Chudoba

(Foto, l.) zum Head of Content & Communications und Vera Grossmann (r.) zu ihrer Stellvertreterin. Beide Positionen wurden neu geschaffen und sollen so die zunehmende Relevanz des Geschäftsbereichs für die globale Expansion des Unternehmens spiegeln. Zudem ist die Kommunikationsabteilung damit ab sofort auch im Management-Board des Münchner Unternehmens vertreten. Chudoba ist seit sechs Jahren für InterNations tätig und hat in diesem Zeitraum das interne Redaktionsteam sowohl personell als auch thematisch immer weiter ausgebaut. Grossmann leitet seit zwei Jahren die Öffentlichkeitsarbeit und interne Kommunikation bei InterNations. Seit Beginn ihrer Tätigkeit hat sie die Medienpräsenz des Unternehmens bereits um das Zehnfache erhöhen können.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Personalien compact - Agenturen (1) (47. KW-2016) →

1. **Westend Communication verstärkt Führungsbord: Robert Hesse** (36) wird bei der Westend Communication GmbH, der Leipziger Agentur für Corporate Communications, Reputation Management und Content Marketing, ab dem 1. Dezember neues Mitglied der Geschäftsleitung. Außerdem wird er als PR Senior Consultant und Teamleiter bei dem Dienstleister für strategische Kom-



munikation eingesetzt. Hesse kommt von der Mitteldeutschen Flughafen AG in Leipzig, wo er zuletzt als Kommunikationschef tätig war.

### Personalien compact - Unternehmen (5) (47. KW-2016) →

1. **Duwendag übernimmt Public Affairs bei Cornelsen: Christiane Duwendag** wird von Dezember an neue Direktorin für Public Affairs bei der Cornelsen Verlags GmbH in Berlin. Ihre Hauptaufgaben in der neu geschaffenen Position: Sie soll die bildungspolitischen Interessen des Unternehmens vertreten und die Kontakte zu Entscheidern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft pflegen sowie die internationale Geschäftstätigkeit unterstützen. Zuletzt war Duwendag seit dem Jahr 2008 als Leiterin Kommunikation bei der Stiftung Mercator beschäftigt. Im

Rahmen ihrer neuen Aufgabe berichtet sie künftig an **Mark van Mierle**, den CEO der Franz Cornelien Bildungsgruppe.

2. **Aufgabenzuwachs für Glander in Bremen:** **Christine Glander** (55), bisher ausschließlich Pressesprecherin der Messe Bremen, ist seit kurzem zusätzlich für die Öffentlichkeitsarbeit der Bremer Stadthalle ÖVB-Arena verantwortlich. Auf dieser Position „beerbt“ sie **Matthias Höllings**, der in den Ruhestand getreten ist. Glander berichtet an den Geschäftsführer der Messe Bremen & ÖVB-Arena, **Hans Peter Schneider**.
3. **Aldiana mach Mutz zum Kommunikationschef:** **Michael Mutz** (41) leitet seit dem 15. November die Unternehmenskommunikation für den Reiseveranstalter und Hotelbetreiber Aldiana GmbH in Oberursel. In der neu geschaffenen Position verantwortet er die Öffentlichkeitsarbeit und ist zudem Pressesprecher des Unternehmens. Mutz, der bereits seit 2003 mit unterschiedlichen Aufgaben für Aldiana tätig ist, berichtet künftig an den Geschäftsführer **Max-Peter Droll**.
4. **Ansmann befördert Dunkel zum PR-Chef:** **Maximilian Dunkel** (27), seit Anfang des Jahres als Teamleiter Marketing bei Ansmann in Assamstadt beschäftigt, hat seit dem 14. November zusätzlich die Verantwortung für den Bereich Unternehmenskommunikation übernommen. Er wurde Nachfolger von **Sandra Vetter**, die den Hersteller von E-Bike-Antrieben und Pedelecs verlassen hat. Dunkel berichtet weiterhin an **Markus Schreiber**, Bereichsleiter Produktmanagement und Marketing.
5. **Neuer Pressesprecher am Lausitzring: Tino Hanf** (36) arbeitet seit dem 1. Oktober als Pressesprecher bei EuroSpeedway, dem Betreiber der Motorsport- und Entertainmentanlage Lausitzring in Klettwitz. Er übernahm die seit Mai vakante Position, nachdem Vorgänger **Robert Kaltschmidt** zur IHK Cottbus wechselte. Hanf ist bereits seit 2004 bei dem Unternehmen beschäftigt,



zuletzt als Mitarbeiter Medien & Kommunikation. Er berichtet an den Bereichsleiter Verwaltung **Frank Poensgen** und an den Geschäftsführer **Josef Meier**.

#### Personalien compact - Sonstige (3) (47. KW-2016) →

1. **Koch verantwortet Presse- und PR-Arbeit des Börsenvereins:** **Thomas Koch** (36), seit 2013 Pressereferent im Börsenverein des Deutschen Buchhandels in Frankfurt am Main, übernimmt dort ab dem 1. Dezember die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Er ist damit gleichzeitig Pressesprecher des Verbandes und für die gesamte Kommunikation zuständig. Die Stelle war vakant, weil Vorgängerin **Claudia Paul** (51) im September zum Mannheimer Technoseum wechselte. Zu den Aufgaben Kochs zählen die Vermittlung der Themen des Verbandes durch strategische Medienarbeit und Online-Kommunikation, die Bündelung der Mitgliederkommunikation

und die Begleitung der politischen Arbeit des Verbandes durch Presse- und PR-Arbeit.

2. **Texter ist neuer Vize-Regierungssprecher in Meck.-Pom.: Andreas Texter** (56, CDU) hat zum 8. November die Aufgabe als stellvertretender Regierungssprecher der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern in Schwerin übernommen. Er berichtet an **Andreas Timm**, der Regierungssprecher unter Ministerpräsident **Erwin Selering** (SPD) ist. Texter war zuvor Abgeordneter im Landtag von Mecklenburg-Vorpommern.
3. **Herzogtum Lauenburg hat neuen Sprecher: Uwe Steinmeyer** (52) steht seit dem 5. Oktober als Pressesprecher in Diensten des Kreises Herzogtum Lauenburg. Vorgänger **Karsten Steffen** leitet nun den Fachdienst Kommunales. Steinmeyer war zuvor seit dem Jahr 2011 mit der Medienagentur Text: Bild selbstständig. In seiner neuen Position berichtet er an den Landrat des Kreises Herzogtum Lauenburg, **Christoph Mager**.

## ETATS

Etats compact (7) (47. KW-2016) →

1. **public imaging gewinnt PR-Mandat der RAM Active Investments SA**  
 wer: Anlagespezialist RAM Active Investments SA (ram AI), Genf  
 was: PR- und Medienarbeit sowie Social Media in Deutschland  
 an: **public imaging, Finanz-PR & Vertriebs GmbH**, Hamburg
2. **Kardex Remstar setzt bei Europa-PR auf Sympra**  
 wer: Kardex Remstar, Hersteller von Lager- und Bereitstellungssystemen, Neuburg  
 was: Internationale Fachmedienarbeit  
 an: **Sympra GmbH**, Stuttgart
3. **BBDO setzt Manufactum neu in Szene**  
 wer: Manufactum GmbH & Co. KG, Waltrup  
 was: Digitale Imagekampagne unter dem Motto „Gemacht, um erlebt zu werden“  
 an: **BBDO Düsseldorf**
4. **markenzeichen Gruppe unterstützt Smart Living-Offensive**  
 wer: Strom- und Gasanbieter E wie einfach GmbH, Köln  
 was: Pressearbeit für das Smart Living-Angebot  
 an: **markenzeichen GmbH - Agentur für Marketing-Kommunikation**, Frankfurt am Main
5. **Ecovacs Robotics setzt auf Faktor 3**  
 wer: Ecovacs Robotics Europe GmbH, Hersteller von Haushaltsrobotern, Düsseldorf  
 was: Europäische Leadagentur für alle Kommunikationsbereiche  
 an: **Faktor 3 AG**, Hamburg
6. **Schwartz Public Relations für Audiospezialist revolabs**  
 wer: revolabs, Sudbury (Massachusetts, USA)  
 was: Strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Yamaha-Tochter  
 an: **Schwartz Public Relations**, München
7. **CB.e AG launcht Imagekampagne für Berliner Sparkasse**  
 wer: Berliner Sparkasse  
 was: Imagekampagne samt Positionierungsprozess im Vorfeld  
 an: **CB.e AG - Agentur für Kommunikation**, Berlin



## AGENTUREN

**Agentur RCKT: Digital-Experten aus der Rocket-Internet-Welt mit Lust auf mehr** →



Es fällt schwer, über Rocket Internet positive

Medienberichterstattung zu finden. Kommunizierte das 2007 von den Samwer-Brüdern gegründete Unternehmen anfangs sehr zurückhaltend, wirkt bis heute eine kritische Reportage des „ZDF“-Magazins „Frontal 21“ nach, in der vor allem das Geschäftsmodell hinterfragt wurde, erfolgreiche Ideen zu kopieren statt eigene zu entwickeln. Ein **Zusammentreffen von CEO Oliver Samwer mit Bundeskanzlerin Angela Merkel**, in dem Samwer ihrer Schlagfertigkeit nicht gewachsen schien, oder seine Aussage **„Dieses Burn-out-Ding, das ist nichts für mich“** sorgten ebenfalls nicht für medialen Applaus.

Dem Börsengang 2014 folgten ein massiver Kursverfall und rund 617 Millionen Euro Verlust allein im ersten Halbjahr 2016. Zuletzt berichtete das „Manager Magazin“ vom Stellenabbau in der Berliner Zentrale, was inzwischen von Rocket Internet dementiert wurde. Grund genug für das „PR-Journal“ einmal nachzuhören, was die hauseigene Agentur RCKT zwei Jahre nach der Gründung macht.

*Das Foto zeigt das Führungstrio (v.l.) Karolin Hewelt, Nils Seger und Lisa Teicher.*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Agenturen compact (1) (47. KW-2016)** →

1. **C3 gewinnt australische Agentur EDGE als Partner:** Edge, eine der führenden Content Marketing Agenturen in der Region Asia/Pacific,

## Noch ein paar Millionen mehr dank vorbildlicher Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit steigert den Umsatz: Im Durchschnitt erzielen Unternehmen in Deutschland 4,6 Prozent ihres Umsatzes durch Nachhaltigkeit. Aufschlussreich ist, was Konsumenten im Hinblick auf Ökologie, Soziales und Ökonomie als nachhaltig wahrnehmen, bzw. welche Aspekte der Nachhaltigkeit in ihrem Bewusstsein besonders stark „verankert sind“.

**Lesen Sie hier**, womit Sie in Ihrer Kommunikation punkten können.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

schließt sich dem Global Content Marketing Network MXM//C3 an, das **C3 Creative Code and Content (C3)**, München, und der U.S.-Marktführer **Meredith Xcelerated Marketing (MXM)** vor zwei Wochen gegründet haben. **MXM//C3** bietet künftig internationalen Klienten die Best-Practice-Strategien preisgekrönter Agenturen aus den Bereichen Strategie, Kreation und Technologie. **Edge** hat rund 45 Mitarbeiter mit Büros in Sydney und Melbourne und betreut über 25 Kunden, darunter Volkswagen, Australia Post, AAMI, Lendlease, Westpac und Suncorp.

## UNTERNEHMEN

**PR-Desaster: Kundenschelte von VW-Chef Müller löst Unverständnis aus** →

Unter der Überschrift „Volkswagen: Müller muss Wandel der Unternehmenskultur erreichen – daran wird er gemessen“ veröffentlichte das „PR-Journal“

am 28. September 2015 eine kritische Bestandsaufnahme, kurz nachdem Martin Winterkorn zurückgetreten war. Mehr als ein Jahr danach kommt die Diskussion rund um den VW-Abgasskandal immer noch



nicht zur Ruhe. Nach den zuletzt kritisch geführten Diskussionen zur Rückrufaktion des VW-Konzerns kritisiert VW-Chef Matthias Müller (Foto) im Zuge der Vor-

stellung der beschlossenen Umstrukturierung des Konzerns das Verhalten seiner Kunden. In einem Interview mit der „Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung“ (F.A.S) ließ er anklingen, die Kunden würden lediglich auf die Entschädigungszahlungen in den USA schießen. Dabei könne die Situation in den USA und Deutschland nicht verglichen werden. Am Umweltschutz sei den Kunden hingegen wenig gelegen; insbesondere würden kaum Elektrofahrzeuge gekauft, so Müller. Diese Art von Kundenschelte löste nicht nur unter Kommunikationsexperten Befremden aus. Jetzt äußerte sich auch die Anwaltskanzlei Baum Reiter & Kollegen aus Düsseldorf öffentlich. Sie vertritt im VW-Abgasskandal eine Vielzahl von Aktionären und Autofahrern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## MEDIEN

Medien compact (2) (47. KW-2016) →

1. **Neuer Auto-Chef bei „Bild“: Stefan Voswinkel** (40) übernimmt zum 1. Dezember die Ressortleitung Auto von „Bild“ in Berlin. Er folgt auf **Sissi Benner** (39), die seit dem 1. Januar „Bild“-Unterhaltungschefin ist. Voswinkel begann seine journalistische Laufbahn nach dem Volontariat 2009 bei „Auto Bild“. Er arbeitet seit sieben Jahren für die Marke, zuletzt als Autor. Nach Abitur und Bundeswehr absolvierte Voswinkel zunächst eine Ausbildung zum Industriekaufmann und studierte anschließend VWL und BWL.

# Digital Fitness

Neue Studie unter

www.lautenbachsass.de  
und www.prcc-personal.de

2. **Neuer Chefredaktion für dfv-Foodfachtitel: Boris Tomic** (52), aktuell noch Lokalchef der „Frankfurter Neuen Presse“ wechselt zum 1. April 2017 als Chefredakteur zur dfv Mediengruppe in Frankfurt am Main. Dort übernimmt er die Chefredaktion der Wirtschaftsfachzeitschriften „food-service“ und „FoodService Europe & Middle East“. **Marianne Wachholz**, die aktuell die Redaktionsleitung beider Titel innehat, bleibt Mitglied der Chefredaktion. Herausgeberin **Gretel Weiß** ist weiterhin beratend tätig und verantwortet die mit der Medienmarke food-service verbundenen Kongresse. Tomic ist seit 2009 bei der „Frankfurter Neuen Presse“, zu Anfang war er Leiter der Lokalredaktion.

## SOCIAL MEDIA

**Chefetagen bremsen Social Media-Erfolg aus** →

Die Geschäftsleitung in deutschen Unternehmen nimmt die Entwicklung ihrer Corporate-Social-Media-Strategie nur selten selbst in die Hand, delegiert



diese Verantwortung stattdessen meistens weg. Das zeigt eine aktuelle Umfrage unter Mitarbeitern von Unternehmens-Pressestellen: 59 Prozent der Befragten aus Unternehmen, die über eine ausformulierte Social Media-Strategie verfügen, geben an, dass die Federführung der Entwicklung in ihrer Firma der Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oblag. An zweiter Stelle folgt mit 28 Prozent die Marketing-Abteilung. Lediglich sechs Prozent gaben an, dass die Verantwortung für die Strategie-Entwicklung bei ihrer Geschäftsführung liegt. Das sind Ergebnisse des Trendmonitors „Social Media: Kommunikation, Strategie, Ziele“ der Kommunikationsberatung Faktenkontor und der dpa-Tochter news aktuell, beide Hamburg, für den 640 Mitarbeiter aus Pressestellen und PR-Agenturen befragt wurden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



### Lautenbach Sass und Hirschtec ermitteln gemeinsam den Wertbeitrag von Social Intranets →



Lautenbach Sass, Unternehmensberatung für Kommunikation

aus Frankfurt am Main, und die Hamburger Full-Service Intranet Agentur Hirschtec vereinen ihr Know-how bei der Steuerung und Bewertung von Social Intranets. Mit dem gemeinsamen Intranet Performance Cockpit steht Unternehmen ab sofort ein wirksames Instrument für die Erfolgsbewertung ihrer Plattform zur Verfügung. Durch die Digitalisierung von Geschäftsmodellen rückt die interne Kommunikation immer näher an die Wertschöpfung von Unternehmen. Die Fähigkeit der Mitarbeiter zu neuen Formen der internen und externen Zusammenarbeit ist die Basis für eine erfolgreiche Vernetzung – und wird zum entscheidenden Erfolgs- und Wettbewerbsfaktor. Interaktive Intranets mit ihren modernen Möglichkeiten für

Kommunikation und Kollaboration entwickeln sich dabei zum Katalysator.

*Fotos: Lutz Hirsch (l.), Geschäftsführender Gesellschafter von Hirschtec, und Jan Sass (r.), Gründer und Partner von Lautenbach Sass.*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Social Media compact (1) (47. KW-2016) →

1. **Studie: Social Media-Verhalten in der Tourismusbranche** – Touristiker nutzen soziale Medien mittlerweile höchst professionell. Doch steckt in den Informationen der Social Media-Kommunikation noch großes, ungenutztes Potenzial – eine Chance für Agenturen. Dieses Fazit zieht die Hamburger Kommunikationsagentur ad publica. Die Agentur hat im Rahmen ihres Social Labs und in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut MWRResearch in einer Studie das Social Media-Verhalten der Tourismusbranche

untersucht. Die wichtigsten Ergebnisse: Social Media ist zum Standard geworden und die Chancen von Social Media-Monitoring bleiben ungenutzt. Der Ergebnisbericht kann via [ad-publica-Website](#) herunter geladen werden.

## KOMMENTARE

### Lufthansa widerlegt Paul Watzlawick: Man kann auch nicht kommunizieren →

#### Die Odyssee eines Streikgeschädigten

Die größte Airline Europas wird bestreikt, zum 14. Mal im Rahmen der aktuellen Tarifauseinandersetzung. Das ist eine ungute Situation, aber sie ist nun mal so, und die Lufthansa hätte aus den 13 vorangegangenen Streiks lernen können. Doch weit gefehlt. Als Passagier ist man der Dumme. Kurz zu den Fakten: Vor einigen Wochen habe ich einen Flug für Dienstag, den 22. November von München nach Bukarest gebucht, wo am Tag danach die Gala des Rumänischen PR-Preises stattfand. Den Rückflug habe ich für den 24. November gebucht. Nachdem den Medien am Dienstag noch zu entnehmen war, dass die Lufthansa-Piloten einen Tag lang – also Mittwoch – streiken wollen, trat ich die Reise beruhigt an.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## TERMINE

### Lügen haben „lange“ Beine! →

Das ist das Leitthema der dritten European Communications Convention (ECC'17), die am 22./23. März in München stattfindet, unmittelbar vor der Gala zur Verleihung der deutschen PR-Preise der DPRG. Ta-



gungsort ist das berühmte Schloss Nymphenburg, eines der großen Königsschlösser Europas und eine vielbesuchte Sehenswürdigkeit. Der zweifelhafte Erfolg der Lüge in der Kommunikation wird dargestellt anhand von Brexit, US-Wahlkampf, Flüchtlingskrise, Dieselgate und vielem mehr. Auch die gefährlich wachsende Cyber-Kriminalität kommt nicht zu kurz. Die Veranstalter der ECC'17 können schon jetzt mit einer Reihe internationaler TOP-Referenten aufwarten, darunter Adrian Edwards, Sprecher der Weltflüchtlingshilfe der Vereinten Nationen (UNHCR) und Leiter des Bereichs News and Media. Er hat täglich mit Lügen und Falschinformationen zu kämpfen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Gelungene Premiere: erster CommsDay des PRSH in Hannover →



Kommunikation kennenlernen und (er)leben – das war der Schwerpunkt beim ersten CommsDay des PR-Studenten Hannover e.V. (PRSH). Im Rahmen eines

eintägigen Kommunikationskongresses referierten vor rund 50 Teilnehmern PR-Professionals aus der Branche über vier verschiedene Bereiche der Kom-

munikation. Denn: Der Beruf des Kommunikationsmanagers ist vielfältig und facettenreich. Für Studierende dieser Fachrichtung stellt sich daher irgendwann die Frage, ob sie sich auf eine der zahlreichen Sparten in der Kommunikation konzentrieren sollen oder doch den Weg des Generalisten einschlagen. Um sich einen umfangreichen Überblick über die unterschiedlichen Bereiche der Kommunikation zu verschaffen, hat der PRSH den CommsDay ins Leben gerufen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### LPRS lädt zum PR-Salon mit Telekom-Kommunikationsstrategie Schlechtriem →



„One Voice“ galt lange als höchstes Prinzip der Unternehmenskommunikation: Das Unternehmen musste mit einer Stimme sprechen. Doch das war einmal – mit den Megatrends der Digitalisierung und Globalisierung gerät dieses Verständnis zunehmend ins Wanken. Denn in einer Welt, in der jeder mit wenigen Klicks ein Millionenpublikum erreichen kann, ist Kommunikation nicht mehr kontrollierbar. So ist aus „one voice“ längst „many voices“ geworden. Für die Unternehmenskommunikation folgen hieraus eine Vielzahl neuer Rollen und Aufgaben. Welche Kompetenzen brauchen Kommunikatoren, um diese neuen Rollen zu erfüllen? Und was bedeutet das für angehende Absolventen? Das sind Fragen, die im Mittelpunkt des nächsten PR-Salons stehen, der am 8. Dezember um 19.00 Uhr in der Villa Ida, Menckestraße 27, in Leipzig stattfindet. Zur Diskussion hat der LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V. Michael Schlechtriem, Leiter Kommunikationsstrategie und Entwicklung der Deutschen Telekom AG, eingeladen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



## BILDUNG

### DAPR startet Rabattaktion zu Weihnachten →

Mit einer Weihnachtsrabatt-Aktion bedankt sich die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR), Düsseldorf, für das erfolgreiche Jubiläumsjahr „25 Jahre DAPR“: Auf alle Angebote, die 2017 erstmals stattfinden, gewährt die DAPR als Weihnachtsgeschenk den doppelten Frühbucherrabatt. So erhalten die Interessenten eine Ermäßigung um zehn Prozent auf die reguläre Seminargebühr. Das Angebot umfasst die Starttermine 2017 der Weiterbildung zum Digital Strategist, der Fachseminare DAPR pro sowie die DAPR-Grundausbildung am neuen Standort München. Voraussetzung für die Ermäßigung ist der Eingang der Anmeldung bis zum 31. Dezember 2016.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## STUDIEN

**Studie: Erfolgreiche Unternehmen tauschen sich häufiger mit Wirtschafts- und Fachmedien aus** →



Wie gut ist die Qualität der Beziehungen von Unternehmen zu ihren wichtigsten Stakeholdern? Wodurch zeichnen sich erfolgreiche Unternehmen gegenüber weniger erfolgreichen dabei aus? Diesen

Fragen gingen das F.A.Z.-Institut und das Mainzer Beratungs- und Marktforschungsunternehmen forum! Für beste Beziehungen in Zusammenarbeit mit der Johannes Gutenberg-Universität Mainz nach und haben für ihre Studie Entscheider aus den Bereichen Marketing und Kommunikation befragt. Überraschendes Ergebnis: Obwohl die Befragten dem Stakeholder-Management eine große Bedeutung beimessen, behandeln sie es im Alltag nur mit geringer Priorität. Der meistgenutzte Kommunikationskanal bleibt – trotz Digitalisierung - der persönliche Dialog mit den relevanten Gruppen. Es folgen Medien-Monitoring, Social Media-Analysen und Befragungen. Desk-Research und Google Analytics/ Webanalysen werden dagegen nur selten eingesetzt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Studien compact (1) (47. KW-2016)** →

1. **Studie: Gedruckte und digitale Prospekte beeinflussen Kunden** – Die Lektüre von gedruckten und digitalen Prospekten beeinflusst Händlerwahl und Warenkorbwert. Das zeigt die **Studie „Prospekt wirkt!“** von IFH Köln und Media Central, die die Bedeutung des Prospekts als Impulsgeber beim Kauf im Lebensmitteleinzelhandel sowie in Drogerie- und Baumärkten untersucht hat. Digitale Prospekte werden deutlich seltener ge-



nutzt als Printprospekte. Print liefert mehr Inspiration, Digital gezielte Informationen. Für die Studie wurden drei zweistündige Fokusgruppen mit je acht Teilnehmern durchgeführt. Die Erkenntnisse wurden anschließend in einer repräsentativen Befragung von 3.015 Konsumenten validiert. Die Studie kann bei [Media Central](#) bestellt werden.

## LESEHINWEISE

**Lesehinweise compact (1)**  
**(47. KW-2016)** →

1. **Lesetipp: „Content-Marketing hat uns der Teufel gebracht“** – Unter der Überschrift „Unabhängiger Journalismus: Content-Marketing hat uns der Teufel gebracht“ gibt **Johannes Vetter** im österreichischen „Der Standard“ ein lesenswertes Plädoyer für den kritischen, unabhängigen Journalismus ab. In seinem Kommentar fordert der **Kommunikationschef des OMV-Konzerns**, einem integrierten Öl- und Gasunternehmen mit Sitz in Wien, „dass auch die werbende Wirtschaft Verantwortung übernimmt und über Wege zur Sicherung des kritischen Journalismus nachdenkt.“ Sein Horrorszenerario ist der Verlust der Glaubwürdigkeit – und zwar von Unternehmen und Medien. Lesen Sie den Beitrag in voller Länge auf der [Website des „Standard“](#).

## PREISE UND AWARDS

### PR-Award in Rumänien ist jetzt erwachsen: MSL Group PR-Agentur des Jahres →



Die gesamte PR-Branche Rumäniens traf sich zur festlichen Verleihung der rumänischen PR-Preise im Bukarester JW Marriott-Hotel. Dem Festakt mit knapp 300 Gästen war eine monatelange Arbeit vorausgegangen, die letztlich dazu führte, dass die 85-köpfige internationale Jury 286 Kampagnen in 29 Kategorien zu bewerten hatte. Warum so viele Jurymitglieder? Dana Oancea, Chefin des Organisationsteams: „Juryarbeit ist eine verantwortungsvolle Tätigkeit und kostet viel Zeit, wenn man sie gründlich macht. Wir wollten keinem der Juroren zumuten, mehr als 25 Kampagnen zu bewerten.“

Dem Festakt mit knapp 300 Gästen war eine monatelange Arbeit vorausgegangen, die letztlich dazu führte, dass die 85-köpfige internationale Jury 286 Kampagnen in 29 Kategorien zu bewerten hatte. Warum so viele Jurymitglieder? Dana Oancea, Chefin des Organisationsteams: „Juryarbeit ist eine verantwortungsvolle Tätigkeit und kostet viel Zeit, wenn man sie gründlich macht. Wir wollten keinem der Juroren zumuten, mehr als 25 Kampagnen zu bewerten.“

*Foto: Mihai Sora, der 100-jährige Kommunikator des Jahres mit den Organisatoren Dana Oancea (r. im Vordergrund) und Thomas Achelis (l. mit Fliege).*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Deutscher Marketing Preis 2016 geht an mymuesli →

Der Gewinner steht fest: Aus fünf Finalisten hat die vom Deutschen Marketing Verband eingesetzte, unabhängige Jury mymuesli zum Gewinner des Deutschen Marketing Preises 2016 gewählt. Durch sieben Phasen sind die Nominierten gegangen, bis der Gewinner unter den Top-5-Kandidaten mymuesli, Opel, Rügenwalder Mühle, Thermomix und Weber-Stephen im Rahmen der Jury-Präsentation ermittelt wurde. Am 24. November 2016 wurde der Preis im Rahmen



der Abendveranstaltung zum 43. Deutschen Marketing Tag Congress Center Leipzig verliehen. Mit mymuesli

konnte sich der bisher jüngste Preisträger die begehrte Trophäe sichern.

*Foto v.l.n.r.: Ralf E. Strauß, Präsident Deutscher Marketing Verband, Daniel Setzermann, Director Marketing bei mymuesli, Max Wittrock und Hubertus Bessau, beides Mitgründer von mymuesli, und Godo Röben, Geschäftsleiter Marketing Rügenwalder Mühle*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### #PRGala16 des PRVA: Staatspreis PR und weitere Auszeichnungen vergeben →



Im Rahmen der österreichischen #PRGala 16 des Public Relations Verband Austria (PRVA) wurde am 23. November in Wien der Österreichische PR-Staatspreis vergeben.

300 Gäste aus Wirtschaft, Medien und Wissenschaft waren mit dabei als der österreichische Vizekanzler Reinhold Mitterlehner, Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, die eingereichten Arbeiten und die Kreativität aller Nominierten würdigte und den Siegern der einzelnen Kategorien gratulierte. Zum „Kommunikator des Jahres“ wurde Klaus Schwertner (*auf dem Foto r. mit Barbara Stöckl, M., und PRVA-Präsidentin Susanne Senft, l.*), Generalsekretär der Caritas in der Erzdiözese Wien, ernannt. Besonders erfreulich für Schwertner: Mit dem von der Caritas eingereichten Kooperations-

projekt mit Facebook „Wir helfen“, konnte die Organisation auch den ersten Platz in der Kategorie Digitale Kommunikation des österreichischen Staatspreises PR für sich verbuchen. Erstmals in diesem Jahr gab es außerdem den Sonderpreis Austrian Young PR Award. Sie Siegerinnen waren Viktoria Frühwirth von The Skills Group und Stefanie Kurzweil von Raffener Reputation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### „Finalistenfestival“ vor dem „PR Report“-Award: Spannende Cases mit viel Beifreiheit →



Das „PR-Journal“ hat vor kurzem Agenturchefs danach befragt, welche Bedeutung Kommunikationsawards für sie besitzen.

Eine Antwort, die man hätte erwarten können, ist dabei nicht gefallen: Sich Inspiration für die eigene Arbeit zu holen oder zu sehen, was die anderen so machen. Natürlich sind Geschäftsführer von Agenturen äußerst routiniert und kennen ihr Metier, nur allgemein sind Preise wie der Oscar oder Grammy immer auch eine Standortbestimmung für Qualität und Kreativität – und es lässt sich etwas für die eigene Arbeit lernen. Daher ist die Idee, im Rahmen der „PR Report“-Awards ein „Finalistenfestival – Cases im Kino“ zu veranstalten und 37 Projektbeispiele aus mehr als 20 Kategorien zu zeigen, unter dem Gesichtspunkt, mehr über die Arbeiten anderer Agenturen und Unternehmen zu erfahren, absolut begrüßenswert. Am 22. November war es dann soweit – allerdings folgten nur rund 30 Gäste der Einladung des „PR Report“ ins Kosmos – einem ehemaligen Kino in Berlin Friedrichshain.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Preise und Awards compact (2) (47. KW-2016) →

1. **Wilde & Partner PR als familienfreundlich ausgezeichnet:** Höchste Anerkennung für die Unternehmenskultur von w&p Wilde & Partner Public Relations: Die Münchner PR-Agentur gehört zu den 20 familienfreundlichsten Unternehmen im Freistaat und erhielt am 24. November eine Auszeichnung der Bayerischen Staatsregierung im Rahmen des landesweiten **Wettbewerbs „Erfolgreich.Familienfreundlich“**. Er wurde erstmals vom Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Soziales, Familie und Integration gemeinsam mit dem Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie durchgeführt.
2. **public imaging gewinnt internationalen PR Award:** Die Hamburger PR Agentur public imaging, spezialisiert auf PR in den Bereichen Wirtschaft, Finanzen, Versicherungen und Immobilien, hat den **internationalen PR Agency Excellence Award 2016** des britischen Asset Managers Schroders erhalten. Die Auszeichnung, die außergewöhnliche Kommunikationsleistungen und -ergebnisse kürt, wurde im Rahmen der **internationalen Medientage von Schroders in London** verliehen. Insgesamt reichten weltweit 18 renommierte Agenturen, die Schroders in klassischer und digitaler PR betreuen, ihre Unterlagen ein. Kriterien für die Bewertung der Agenturen waren unter anderem Leidenschaft, Innovation, Integrität und Exzellenz.

## TIPPS

### Job-Ratgeber „Medien- und IT-Berufe 2017“ bietet Orientierung im Berufesdchungel →



Auf die Frage, was sie denn später nach der Schule machen wollen, antworten immer noch viele Jugendliche: „Irgendwas mit Medien!“ Die Medien- und IT-Branche bietet jungen Nachwuchstalenten zahlreiche Möglichkeiten und eine enorme Vielzahl attraktiver Berufsfelder, gerade

auch in der Metropolregion Hamburg: Hier sind 110.000 Menschen aus rund 23.000 Unternehmen in der Medien-, IT- und Telekommunikations-Branche beschäftigt. Ob in Verlagen, Agenturen oder Marketingabteilungen – die Berufschancen erscheinen grenzenlos. Doch wie behält man da den Überblick? Antworten will das druckfrische Handbuch „Medien- und IT-Berufe 2017“ geben. Der jährlich erscheinende Ratgeber gibt Schülern, Studierenden und Eltern Orientierung im Berufesdchungel. Er informiert über die vielfältigen Jobs sowie die Aus- und Weiterbildungen in den Bereichen der IT-, Medien-, Werbe-, Verlags-, Kreativ- und Eventbranche.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Tipps compact (1) (47. KW-2016) →

1. **bvik veröffentlicht Whitepaper zu digitalen Strategien:** Der **Bundesverband Industrie Kommunikation** e.V. (bvik), Augsburg, hat ein Whitepaper veröffentlicht, dass Kommunikations- und Marketing-Managern im B-to-B-Sektor helfen soll, digitale Strategien zu entwickeln. Das Whitepaper trägt den Titel „B-to-B goes digital – Die

Strategie als Erfolgsfaktor im digitalen Marketing“ und steht bvik-Mitgliedern exklusiv zum Download im [Mitgliederbereich der Website](#) zur Verfügung. Aus Sicht des bvik stehen B-to-B-Unternehmen vor großen Herausforderungen, die es zu meistern gilt. Digitales Marketing bietet hier zahlreiche Chancen, Kundenbeziehungen zu verbessern und Umsätze zu steigern.

## JOBANGEBOTE

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

---

### Gesuche (6)

Die 6 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

---

### Angebote (51)

Stellenangebote der Agenturen

- Account Manager PR Schwerpunkt Finanzen (m/w), Hamburg
- PR-Assistenz für 30 Stunden (m/w), Bremen
- Junior PR-Redakteur und -Berater (w/m) in Stuttgart
- Account Manager/Projektleiter (m/w) mit B2B-Kommunikation für unser Team „Engineering & Manufacturing“, Tübingen

- Account Director/Teamleitung PR (mw) Schwerpunkt Beauty & Lifestyle, Hamburg
- Account Director/Teamleitung (m/w) Schwerpunkt F&B & Lifestyle, Hamburg
- PR-Redakteur Lifestyle/Food mit Beratungskompetenz (m/w), Düsseldorf
- Junior-Redakteur (m/w), Hamburg
- Junior-PR-Berater/in, Köln
- PR-Berater (m/w), Köln
- Junior PR Berater (m/w) für Düsseldorf und Berlin
- Junior PR Consultant (w/m) Healthcare in Düsseldorf
- Junior PR Berater (w/m) Beauty, München
- Riba:BusinessTalk sucht PR-Manager (m/w) in Vollzeit, bei Koblenz
- Junior PR-Berater(in) in Berlin für spannende Aufgaben
- Junior-PR-Berater Online Public Relations und Community Management (m/w) Schwerpunkt Automotive&Technik ab 01.12.2016, Düsseldorf
- Senior PR-Berater/in B2C, Stuttgart
- Senior PR-Consultant in Düsseldorf
- Junior-PR-Berater (m/w) in München
- Erfahrener Healthcare-PR-Berater (m/w) in Köln
- Grayling München sucht einen PR Berater (w/m)
- Grayling Frankfurt sucht ab sofort einen Junior PR-Consultant (w/m)
- Kommunikationsberater (m/w) für unsere Zentrale in Leipzig
- JR. PR-Berater(in) in Berlin (Vollzeit)
- PR Manager/in für den Standort Berlin (Vollzeit)
- Senior-Redakteur/Senior-PR-Berater (m/w), Hamburg
- Juniorberater PR (m/w), München
- PR-Agentur mit touristischem Schwerpunkt sucht PR Manager(in) ab Dezember 2016 oder später, München
- PR-Berater/-in (Vollzeit oder Teilzeit), Montabaur
- Junior Digital Communications (m/w), Frankfurt
- Client Service Director (m/w) mit Schwerpunkt PR und Social Media, Mannheim
- redroses communications sucht PR-Berater (m/w), Hamburg

#### Stellenangebote der Unternehmen

- Leiter/Leiterin Unternehmenskommunikation, Neuburg a.d.D.

- Communications / PR Specialist for DACH, Düsseldorf

#### Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- Projektleiter/in Dialog & Veranstaltungen, Berlin

---

### Volontariat/Trainee

Die 11 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

---

### Praktikum

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



---

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:  
Montag, 28. November 2016 um 17:45 Uhr  
Dieser Newsletter wurde an **10.591 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 25,1 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.940 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.