

## PR-Journal Newsletter

Nr. 476 / 25. KW 2015

Seite 1

### Honorar- und Trendbarometer 2015 der DPRG: PR-Branche ist optimistisch gestimmt



Die PR-Branche schaut mehrheitlich optimistisch in die Zukunft – das ist ein erster Trend, der aus den Ergebnissen des Honorar- und Trendbarometers 2015 der Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG), Berlin, abzulesen ist. Neben der heutigen Veröffentlichung erster Zwischenergebnisse erscheinen Anfang August die detaillierten Studienergebnisse. Insgesamt 482 PR-Experten aus Agenturen, Unternehmen sowie Verbänden und öffentlichen Institutionen nahmen an der Online-Umfrage im Mai teil. Mehrheitlich prognostizieren sie, dass die Bedeutung von PR im Vergleich zu anderen Kommunikationsmaßnahmen steigen bzw. stark steigen wird. Darüber hinaus schätzen 40 Prozent der Befragten aus Agenturen und 33,7 Prozent aus Unternehmen, Verbänden und Institutionen, dass die Bedeutung von PR im Kommunikationsmix stabil bleiben und nicht abnehmen wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### BCP-Awards 2015 brechen Rekorde

729 Einreichungen, 680 Gäste bei der Preisverleihung, 50 Preisträger – die 13. Best of Corporate Publishing Awards 2015 (BCP Awards) brachen in diesem Jahr alle bisherigen Rekorde. Die Fachjury vergab am 18. Juni in München Preise in 28 Kategorien sowie vier Sonderpreise. Mehr als 160 Juroren hatten die Einreichungen im März und April

2015 auf Herz und Nieren geprüft: Wie ist die journalistische Qualität der Publikation? Wie wirkt das Gesamtkonzept? Gibt es eine crossmediale Verzahnung? Nach drei Jurysitzungen hatten sie 238 Einreichungen auf die Shortlist gesetzt. Die Einreichungen kamen aus der gesamten DACH-Region



sowie aus Dänemark, Großbritannien, Italien, Luxemburg, Norwegen, Russland, Schweden und Ungarn.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Schüco setzt Sportengagement neu auf: Markenbotschafter einerseits, Sponsoring andererseits



Das Bielefelder Unternehmen Schüco hat sein langjähriges Sportengagement systematisiert und weiterentwickelt: Mit Hilfe der innovativen Sportsponsoring-Strategie „Schüco Sports“ richtet das Unternehmen seine Aktivitäten als Teil der Markenstrategie und mit Blick auf die eigenen Wurzeln neu aus. Die Erfahrungen aus drei Jahrzehnten Sportsponsoring sollen so in ein ganzheitliches und zukunftsweisendes Konzept überführt werden. Dieses basiert auf zwei zentralen strategischen Säulen: dem Markenbotschafter Programm und dem Bereich Corporate Events & Sponsoring. Die inhaltliche Verbindung über den Sport ermöglicht es dem Unternehmen, unter dem Leitmotiv „Connecting people worldwide“ alle Zielgruppen gleichermaßen anzusprechen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Studie: Unternehmen nicht fit für Veränderungen

Breiten Raum für den Geschäftsausbau von Change-Beratern bietet eine aktuelle Studie von

## Inhaltsverzeichnis

Der 476. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 39 Einzelmeldungen.

1. *Honorar- und Trendbarometer 2015 der DPRG: PR-Branche ist optimistisch gestimmt*
2. *BCP-Awards 2015 brechen alle Rekorde*
3. *Schüco setzt Sportengagement neu auf: Markenbotschafter einerseits, Sponsoring andererseits*
4. *Studie: Unternehmen nicht fit für Veränderungen – Topmanager stehen mehr Agilität im Weg*
5. *ADAC-Öffentlichkeitsarbeit schafft neue Zuständigkeiten*
6. *Personalien compact - Sonstige (7) (25. KW-2015)*
7. *Personalien compact - Unternehmen (6) (25. KW-2015)*
8. *Personalien compact - Agenturen (5) (25. KW-2015)*
9. *Serviceplan kriecht für Deutschen Anwaltsverein virale Kampagne*
10. *mytaxi lässt sich von Storymaker beraten*
11. *Etats compact (10) (25. KW-2015)*
12. *FAKTOR 3 Sport: Kommunikationskonzepte für den Sport*
13. *Klenk & Hoursch nimmt Kurs auf Hamburg*
14. *Agenturen compact (2) (25. KW-2015)*
15. *Namenswechsel: Forum Corporate Publishing heißt jetzt Content Marketing Forum*
16. *BVDW-Mitgliederversammlung wählt neues Präsidium*
17. *Mainzer PR-Initiative kommoguntia hat einen neuen Vorstand*
18. *Organisationen compact (1) (25. KW-2015)*
19. *Erste Ausgabe von „KomMa, - Das Magazin für Kommunikationsmanager“ erscheint*
20. *Medien compact (3) (25. KW-2015)*
21. *CSR Europe und Nationale Partnerorganisationen legen "Enterprise 2020 Manifesto" vor*
22. *Dokeo legt Abschlussbericht des CSR Forums 2015 vor*
23. *Untersuchung: Wie sichtbar sind deutsche Agenturen im Social Web?*
24. *Fachkräftemangel 2.0: Online- und Social-Media-Spezialisten Mangelware*
25. *Abenteuer Neuseeland, No. 3: Snapchat – Neuland für Neuseeland?*
26. *Kommunikationsfähigkeit als Schlüsselqualifikation*
27. *PR-Interview Nr. 130 – DPRG-Präsident Minwegen: „Die PR ist kein Dinosaurier“*
28. *Die Googleisierung des Journalismus*



29. *Sommermenu IV: Zwischengang - Spargelravioli mit Spargelspitzen, jungen Erbsen und Salbeibutter*
30. *Von Robotern, Klonen...und Keksen – Content Strategy Camp 2015*
31. *DPRG-PR-Talk mit „WAZ“-Chefredakteur Tyrock: Dem Marktdruck anpassen – via Qualität*
32. *Seminare compact (1) (25. KW-2015)*
33. *DAPR schreibt Kommunikations-Stipendien für Master-Studienstart 2015 aus*
34. *Studie: Banken verändern sich nur, wenn es weh tut*
35. *Lesehinweis: Marketing der Zukunft*
36. *Lesehinweise compact (2) (25. KW-2015)*
37. *Cannes Lions 2015: Elf Shortplätze für deutsche Agenturen in der PR-Kategorie*
38. *Preise und Awards compact (1) (25. KW-2015)*
39. *Wenn's im Projekt knirscht: Kommunikationstraining und projektbegleitendes Coaching*
40. *Tipps compact (1) (25. KW-2015)*
41. *Jobbörse*
42. *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

Kienbaum Gummersbach. Demnach sind viel Unternehmen „nicht fit“ für anstehende Veränderungen. Einige Schlaglichter der Change-Management-Studie:

Nur 15 Prozent der Unternehmen können schnell auf neue Bedarfe ihrer Kunden reagieren. Auf der anderen Seite sehen 63 Prozent der Firmen dies als besonders wichtig an. Die Beratungsgesellschaft

Kienbaum hatte mehr als 200 Topmanager, Führungskräfte und Projektleiter aus dem deutschsprachigen Raum zu ihren Erfahrungen und Erfolgsfaktoren für die Transformation ihres Unternehmens zu einem agilen Unternehmen befragt. Nach Ansicht von Jens Bergstein, Autor der Studie und Berater bei Kienbaum, mangle es vielen Unternehmen an notwendiger Agilität.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



## Personalien

### ADAC-Öffentlichkeitsarbeit schafft neue Zuständigkeiten



Im Zuge der strategischen Neuausrichtung seiner Kommunikationsaktivitäten verstärkt der ADAC e.V. seine zentrale Öffentlichkeitsarbeit. Mit Hilfe von Neuzugang Alexander Machowetz (*Foto l.*) sowie Johanna Fink (*M.*) und Oliver Langendorff (*r.*), die schon seit einigen Jahren für den ADAC arbeiten und nun mit neuen Aufgaben betraut wurden, sollen das Reformprogramm vorangetrieben werden.

Zum 15. Juli 2015 übernimmt Alexander Machowetz (43) die Leitung des Bereichs „Presse / Externe Kommunikation“. Er wechselt von der Siemens AG zum Automobilclub. Beim Technologieunternehmen war er seit 2004 tätig, seit Ende 2013 als Leiter Kommunikation der Mobilitätssparte Siemens Mobility.

Bereits zum 1. Juni hat Johanna Fink (29) die Leitung des neugeschaffenen Bereichs „Digitale Kommunikation“ innerhalb der ADAC Öffentlichkeitsarbeit übernommen. Dort werden künftig alle Kommunikationsaktivitäten für die Online und Social Media-Kanäle sowie deren Analyse und Reporting zusammengefasst und zentral gesteuert. Fink ist seit 2005 für den ADAC tätig, zuletzt als Leiterin des Bereichs Marketingstrategie, Events und Social Media.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Personalien compact - Sonstige (7) (25. KW-2015)

1. **Römer spricht für Deutsche Unesco-Kommission: Katja Römer** (35) ist seit Mitte Mai Pressesprecherin und Leiterin der neu geschaffenen Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Deutschen Unesco-Kommission in Bonn. Sie wurde Nachfolgerin von **Dieter Offenhäuser**, der in den Ruhestand getreten ist. Römer berichtet an den Generalsekretär der Deutschen Unesco-Kommission, **Roland Bernecker**.
2. **Von der Krankenkasse zum Immobilienverband: Marion Hoppen** (38) ist seit dem 1. April Pressesprecherin des Bundesverbands Freier Immobilien- und Wohnungsunternehmen (BFW) in Berlin. Sie wurde Nachfolgerin von **Tülay Gültekin**. Hoppen war zuletzt Pressesprecherin der Barmer GEK Berlin-Brandenburg. Beim BFW berichtet sie an den Bundesgeschäftsführer **Christian Bruch**.
3. **Fraktions-Pressesprecherin wechselt von FDP zur CDU: Franziska Rode** (27) ist seit dem 1. Juni stellvertretende Pressesprecherin der CDU-Fraktion im Landtag Brandenburg in Potsdam. Zuletzt war sie als stellvertretende Pressesprecherin für die FDP-Fraktion im Thüringer Landtag tätig. Bei der CDU-Fraktion im Landtag Brandenburg berichtet sie an den Pressesprecher **Martin Burmeister**.
4. **Klaue wechselt vom DOSB zum IOC: Christian Klaue** (40) wird vom 1. September an neuer Pressesprecher beim Internationalen Olympischen Komitee (IOC) in Lausanne. In der

neu geschaffenen Position wird er für die Kommunikation in den deutschsprachigen Ländern verantwortlich sein. Bis August arbeitet er noch als Leiter Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Pressesprecher für den Deutschen Olympischen Sportbund in Frankfurt am Main. Vor seinem Wechsel zum DOSB war Klaue Redakteur beim Sport-Informations-Dienst (SID).

5. **Frei wechselt von Hubert Burda Media zur „Zeit“:** **Teresa Maria Frei** (41) wird zum 1. September Leiterin Kooperationen und Pressearbeit sowie stellvertretende Abteilungsleiterin im Bereich Unternehmenskommunikation und Veranstaltungen der „Zeit“. In der neu geschaffenen Position kümmert sich Frei um den Ausbau der Kooperationen für B-to-B- und Leserveranstaltungen und verantwortet die Pressearbeit der „Zeit“ Verlagsgruppe. Sie berichtet an **Silvie Rundel** (41), Leiterin Unternehmenskommunikation und Veranstaltungen. Weiterer Stellvertreter ist **Kay Stelter** (44), Leiter Kultur- und Politikveranstaltungen. Frei kommt von Hubert Burda Media, wo sie seit 2006 als Senior Creative Marketing & Communications Manager und Leiterin Partnerkommunikation tätig ist.
6. **pressrelations verstärkt Medienbeobachter-Verband:** **Romina Gersuni** (31), Global Strategy Managerin International Connections bei pressrelations, Düsseldorf, hat zum 1. April das Amt des Vice Commissioners für Business Development beim internationalen Verband der Medienbeobachter FIBEP übernommen. Zu den Aufgaben Gersunis gehören künftig u.a. der Ausbau von geschäftlichen Beziehungen, Wissenstransfer und die Förderung von Initiativen und Kooperationen unter den mehr als 100 Mitgliedsunternehmen aus über 60 Ländern.
7. **Medienboard Berlin-Brandenburg mit neuem Pressechef:** **Christoph Lang** (51) leitet seit 1. Mai die Abteilung Kommunikation und Presse beim Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH. Zuvor war er unter anderem Sprecher der Senatsverwaltung für Wirtschaft in Berlin sowie der Berliner Wirtschaftsförderung Berlin Partner GmbH und war als selbständiger Berater tätig. Medienboard Berlin-Brandenburg ist die erste Anlaufstelle für alle Kreativen der Film- und Medienwirtschaft in der Hauptstadtregion mit den Hauptaufgaben Filmförderung und Standortmarketing.

**KOMM-PASSION**

### Personalien compact - Unternehmen (6) (25. KW-2015)

1. **Graham löst Mayer bei TE Connectivity Industrial ab:** **Jonathan Graham** (51) hat als Nachfolger von **Venishree Mayer** zum 1. Mai als Senior Manager den Bereich Global Communications bei TE Connectivity Industrial in Darmstadt übernommen. Vorgängerin Mayer wird das Unternehmen Ende August verlassen. Graham verantwortet die externe Kommunikation des Unternehmens sowie die Kontaktpflege zur Wirtschafts- und Fachpresse. Zuletzt arbeitete Graham als Worldwide Sustainability Marketing Manager für Hewlett Packard. Er berichtet an **Adriana M. Nuneva**, Senior Director Global Marketing & Communications Industrial bei TE Connectivity.
2. **Aufgabenzuwachs für Hölkemann bei Arvato:** **Jan Hölkemann** (30) ist seit dem 1. Juni zusätzlich zu seiner Aufgabe als Director Executive Communications nun auch noch Pressesprecher bei Arvato in Gütersloh. Er wird künftig in Abstimmung mit dem Leiter der Pressestelle, **Gernot Wolf**, die Öffentlichkeitsarbeit der Bertelsmann-Dienstleistungstochter koordinieren. Er berichtet an **Gunnar Bender**, der die weltweite Unternehmenskommunikation verantwortet.
3. **Hattendorf verlässt die Messe Frankfurt:** **Kai Hattendorf** (44), aktuell noch Leiter der Bereiche Digital Business sowie Entertainment, Media & Creation, verabschiedet sich im Herbst von seinem Arbeitgeber. Er ist seit 2007 im Unternehmen und war während dieser Zeit unter anderem Bereichsleiter Corporate Communications & Marketing. Im Herbst wird er

dann die Geschäftsführung des Weltmesseverbands UFI übernehmen.

4. **Herrmann neue PR-Chefin bei ITV-Studios in Köln: Rebecca Herrmann** (38) ist seit dem 1. Mai als Nachfolgerin von **Bettina Wagener** neue Leiterin Public Relations beim TV-Produzenten ITV Studios Germany in Köln. Vorgängerin Wagener wechselte intern als Chefin vom Dienst zur Produktion „Das perfekte Dinner“. Zuletzt war Herrmann seit 2011 Projektleiterin PR bei Zamcom Kommunikation. Bei den ITV Studios berichtet sie an die Geschäftsführerin **Christiane Ruff**.
5. **Eydaleine neuer Head of Public Affairs bei Etihad Airways: Philippe Eydaleine** ist neuer Head of Public Affairs in Europa bei Etihad Airways, der nationalen Fluggesellschaft der Vereinigten Arabischen Emirate. Eydaleine bringt mehr als drei Jahrzehnte Erfahrung im Bereich Public Affairs mit – zuletzt arbeitete er als Politikberater für die französische Zivilluftfahrtbehörde. Sein Arbeitsplatz wird im Brüsseler Büro von Etihad Airways sein. Eydaleine wird eng mit dem regionalen Management der Airline in Berlin zusammenarbeiten. Er berichtet an den Vice President of International and Public Affairs, **Vijay Poonosamy**.
6. **Lübbehusen neuer PR-Chef bei Lufthansa Systems: Ansgar Lübbehusen** hat zum 1. Juni 2015 die Leitung der Unternehmenskommunikation bei Lufthansa Systems in Frankfurt am Main übernommen. In dieser Funktion verantwortet er sowohl die interne als auch die externe Kommunikation und ist erster Ansprechpartner für Medien bei allen Themen rund um Airline-IT und die Lufthansa Systems. Lübbehusen begann seine Laufbahn bei Lufthansa Systems 2004. Seither hatte er verschiedene Positionen in Marketing, Kommunikation und Business Development inne. Dabei lag der Schwerpunkt immer auf Kommunikation – für Kunden, Mitarbeiter und die Öffentlichkeit.

### Personalien compact - Agenturen (5) (25. KW-2015)

1. **Dreifach frischer Wind bei Wilde & Partner:** Drei Hochschulabsolventen sind ab sofort neue Mitarbeiter der Münchner PR-Agentur w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH: **Bérangère Witt** verstärkt das Team Aviation, **Alexandra Huber** entlastet das Team Destination & Outdoor und **Dennis Forte** übernimmt



jeweils zu 50 Prozent Aufgaben für die Teams Hotel & Hospitality sowie Online & Social Media. Witt bringt umfangreiches Know-how im Bereich Journalismus und redaktionelle Mitarbeit mit. Huber hat bereits ein siebenmonatiges Praxissemester bei w&p absolviert und erwarb sich damit das Know-how für die Tourismus-PR. Forte bringt als ausgebildeter Hotelfachmann und ehemaliger Online-Redakteur ebenfalls Vorwissen mit.

2. **achtung! hat zwei neue Senior-Berater: Ann-Kathrin Hinrichsen** (34) und **Markus Bell** (46) sind neue Senior-Berater bei der Hamburger Kommunikationsagentur achtung!. Hinrichsen wird im Team „Beauty Care and Lifestyle“ tätig sein und Bell im Team „Logistics and Technology“. Hinrichsen leitete zuvor bei Nicole Weber communications das Beauty- und Lifestyle-Team der Agentur. Bell ist bereits seit 15 Jahren in verschiedenen Agenturen tätig. Vor seinem Start bei achtung! arbeitete er als Senior-PR-Berater bei Havas PR.
3. **Drei neue Content-Profis für LessingvonKlenze** - Die Münchner Kommunikationsberatung LessingvonKlenze GmbH hat **Korbinian Semmelmann**, **Julia Pscheidl** und **Romy Schwaiger** verpflichtet. Semmelmann, vorher Chefredakteur des Printmagazins „Luxus Wohnen“, verstärkt das Team am Stammsitz München. Ebenfalls neu dabei ist Julia Pscheidl. Die Technik-Journalistin und PR-Beraterin wechselt von „Focus Online“ zur Kommunikationsagentur. Kurz zuvor hatte auch Romy Schwaiger in der Agentur angefangen. Die Multimedia-Journalistin war zuletzt als Sportreporterin für „Bild Hamburg“ im Einsatz.
4. **Mavis GmbH mit zwei Neuzugängen: Mark Jänsch** (44) und **Florian Schiffer** (29) verstärken die Mavis GmbH, eine inhabergeführte Agentur für Markeninszenierung mit Sitz in

Düsseldorf, im Bereich Konzeption & Beratung. Jänsch wird als Senior Client Director in den Themenfeldern Retail Banking, Retail Automotive, Retail Service Providing und Retail Society Bereichen eingesetzt. Bereits zuvor war Jänsch in der Markenkommunikation bei der Liganova GmbH tätig. Schiffer ist fortan Senior Client Manager. Im Namen von Mavis verantwortete er bereits im Februar 2015 das Projekt „Shoeshine– Retail Future Lab“ auf der GDS Global Destination for Shoes & Accessories. Schiffer arbeitete zuvor im Bereich Strategie und Sanierungsberatung bei verschiedenen Unternehmensberatungen.

5. **Köttker wechselt von Alba in die Selbständigkeit: Verena Köttker** (42), zuletzt beim Recyclingunternehmen Alba Group Generalbevollmächtigte für Politik und Kommunikation, hat sich mit der Agentur Köttker Kommunikation & Consulting selbständig gemacht. Schwerpunkte sollen Politikberatung und PR sein. Als Sitz der Agentur werden sowohl Berlin als auch Frankfurt am Main angegeben. Ihren ehemaligen Arbeitgeber nimmt Köttker als Kunden im Bereich PR und Interessenvertretung mit. Vor ihrem Einstieg bei Alba im Jahr 2008 war Köttker im Springer- und im „Focus“-Magazin Verlag als Journalistin tätig.

## Etats

### Serviceplan kriert für Deutschen Anwaltsverein virale Kampagne



Ein wütender Ehemann, der nach der Scheidung seinen Haus-

rat samt Auto per Säge halbiert und auf ebay zum Verkauf anbietet: Diese Geschichte griffen in den vergangenen Tagen weltweit hunderte Medien auf. Nun haben die Urheber aufgedeckt, wer dahinter steckt: Serviceplan Berlin und der Deutsche Anwaltsverein (DAV) haben die Geschichte erfunden, um auf ein ernstes Problem hinzuweisen.

### Buchverlosung: Vordenker in der Krisenkommunikation



Was macht Krisenkommunikatoren erfolgreich. Diese Frage beantwortet das gerade erschienene Buch „Vordenker in der Krisenkommunikation“ im Buchhandel erschienen. Wer sein persönliches Exemplar gewinnen möchte, [findet hier alle weiteren Informationen zur Verlosung](#). Unter allen Einsendern werden drei Exemplare verlost.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Der Berliner „Martin G.“ hat es mit dem Verkauf seines halbierten Hab und Guts auf ebay in den vergangenen Tagen zu weltweiter Berühmtheit gebracht: Zeitungen, Websites, Radio- und Fernsehsender griffen das Schicksal des verlassenen Ehemanns in mehr als hundert Ländern auf – von RTL bis Samoa, von Fox News bis Chile. Zudem diskutierten Millionen Menschen die Geschichte im Social Web. (Foto: Standbild aus dem [YouTube-Video zur Kampagne](#)).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Storymaker berät mytaxi

mytaxi, das Hamburger Unternehmen hinter der gleichnamigen Taxi-App setzt ab Juni 2015 auf die Kommunikationsunterstützung der Storymaker

Agentur für Public Relations GmbH. Die Tübinger Agentur wird mytaxi beratend und operativ in der Medien- und Digital-Content-Arbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz zur Seite stehen. Die



Erwartung von Storymaker ist, dass mytaxi im Markt

der Mobilitäts-Apps künftig weiter wachsen wird und sich das Geschäft zunehmend internationalisieren wird. In diesem Prozess soll die Agentur dem Neukunden speziell im Meinungsmarkt zur Seite stehen und dabei helfen, neue Trends zu setzen und Diskussionen aktiv mitzugestalten. Stefan Keuchel, Head of Communications bei mytaxi, begründet die Entscheidung für Storymaker: „Wir haben uns sorgfältig im Markt umgeschaut. Wir haben nach einer Agentur gesucht, die neben dem klassischen PR-Rüstzeug Erfahrungen in der Digital- und Social-Media Kommunikation hat. Das hat den Ausschlag für Storymaker gegeben.“

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Etats compact (10) (25. KW-2015)

1. **Plan.Net realisiert Newsletter für das ZDF**  
Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF), Mainz  
was: ZDF-Newsletter  
an: **Plan.Net Connect**, München
2. **Liquid inszeniert Erlebnisstandorte des Volkswagen Konzerns**  
Kommunikationsplattform DRIVE, Volkswagen Group Forum, Berlin  
was: Medieninstallation „Das Lebende Buch®“ für den Einsatz auf Messen, in Museen oder Unternehmens-Foyers.  
an: **Liquid Agentur für Gestaltung**, Augsburg
3. **Agenturduo begleitet Munich Creative Business Week (MCBW) 2016**  
Bayern Design GmbH, Nürnberg  
was: Kommunikative Ausrichtung sowie Medien- und Öffentlichkeitsarbeit für MCBW  
an: **Kochan & Partner** und **wbpr\_Kommunikation**, beide München
4. **Neuer Pharma-Etat für Isgro Gesundheitskommunikation**  
Arzneimittelsteller Dr. Klein GmbH & Co. KG,

# Zu schnell für Ziele?

## Kommunikationsplanung mit Lautenbach Sass.

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

Zell am Harmersbach

was: PR, Fachkreiskommunikation und Direktmarketing für Gastritol Liquid

an: **Isgro Gesundheitskommunikation GmbH & Co. KG**, Mannheim

5. **fischerAppelt gewinnt FRÜHERSchein-Etat des DVR**

Deutscher Verkehrssicherheitsrat (DVR), Bonn  
was: Social Media-Ansprache von Teenagern zum Führerschein mit 17

an: **fischerAppelt AG**, Berlin

6. **Profilwerkstatt setzt Relaunch der internen Medien für Vodafone um**

Vodafone Deutschland, Düsseldorf  
was: Mitarbeitermagazin „Vmag“ und Mitarbeiter-App „Vapp“

an: **Profilwerkstatt GmbH**, Darmstadt

7. **Segara Kommunikation übernimmt Pressearbeit für zwei Hotels zur Eröffnung**

a) Hotel Domaine de Manville, Les Baux de Provence (Frankreich)

b) Hotel The Reverie Saigon, Ho-Chi-Minh-City (Vietnam)

was: Pressearbeit in der Region DACH zur Eröffnung beider Häuser

an: **segara Kommunikation® GmbH**, München

8. **The ADEX vergibt PR-Etat an schoesslers**

Data Management Plattform Anbieter The ADEX, Berlin

was: Pressearbeit und Produkt-PR

an: **PR-Agentur schoesslers GmbH**, Berlin

9. **Visit Wales verstärkt PR in Deutschland**

Tourismusorganisation Visit Wales, Treforest (Nähe Cardiff)

was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

an: **Global Communication Experts GmbH (GCE)**, Frankfurt am Main

## Agenturen

### Faktor 3 Sport: Kommunikationskonzepte für den Sport



Christian Hinzpeter (Foto 1.v.l.), Raoul Hess

(2.v.l.), Gerd Graus (1.v.r.) und Faktor 3 haben Faktor 3 Sport gegründet. Gemeinsam werden die Hamburger Kommunikationsagentur Faktor 3 und die drei seit Jahrzehnten im Sport und den Medien aktiven Partner Kommunikationskonzepte für alle entwickeln, die sich hauptberuflich im Sport engagieren. Faktor 3 Sport startet mit einem Kernteam von zehn Mitarbeitern.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Klenk & Hoursch nimmt Kurs auf Hamburg



Im Juni eröffnet die Klenk & Hoursch AG ein Büro in Hamburg. Ein Team um Managing Director Carsten Nillies (Foto) bietet zukünftig vor allem Kunden aus Norddeutschland das gesamte Agenturportfolio der methodischen Unternehmens- und Markenkommunikation. Als erste Kunden sind bereits das Vielflieger- und Prämienprogramm Miles & More sowie der multimediale Wissensdienstleister Beuth Verlag an Bord. Nach einem Honorarwachstum von 40 Pro-



zent im Geschäftsjahr 2013/14 und der erfolgreichen Eröffnung des Münchener Büros kommt nun die dritte Dependence dazu: „Mit Hamburg sind wir an einem weiteren relevanten Wirtschafts- und Medienstandort in Deutschland präsent und bieten Unternehmen aus Norddeutschland ein Team, das ganz nah dran ist: am Kunden, an den Medien und am Puls der Stadt“, erklärt Standortleiter Carsten Nillies.

### Agenturen compact (2) (25. KW-2015)

1. **15 Jahre Consense in München:** Die Münchener Agentur Consense Communications GmbH feierte am 19. Juni ihren 15. Geburtstag. Hoch über den Dächern veranstalteten die beiden Agenturchefinnen **Birgit Krüger** und **Claudia Thaler** gemeinsam mit Mitarbeiterinnen, Kunden, Freien und Freunden ein rauschendes Fest. Mit von der Partie waren auch Mitarbeiterinnen der ersten Stunde. Gemeinsam mit ihren Chefinnen erinnerten sie an die Anfänge der Agentur. Consense hat heute über 20 Mitarbeiter und versteht sich als Agentur für PR und Marketing. Seit dem Jahr 2013 arbeitet Krüger als Präsidiumsmitglied im GPRA-Vorstand mit.
2. **Kölner Agentur antwerpes feiert 25-Jähriges:** 25 Jahre Agenturarbeit im Healthcaremarkt - da wird es Zeit, die ersten Gehhilfen an das Personal auszuteilen. Bei aktuell rund 100 Mitarbeitern geht das schon per Sammelbe-

stellung im Sanitätshaus. Laut Pressemitteilung fragen manche Kunden die Agentur besorgt, ob sie bei Pitches überhaupt noch mithalten könne? Antwerpes antwortet mit „ja“. Denn 2014 habe man immerhin einen **Jahresumsatz von rund 9,7 Millionen Euro** „zusammengekratzt“. Da sei dann schon mal eine kleine Kur für die Kreativen drin. Die antwerpes ag beschäftigt rund 100 Mitarbeiter und gehört zur **DocCheck Gruppe**.

## Organisationen

### Namenswechsel: Forum Corporate Publishing heißt jetzt Content Marketing Forum



Vom FCP zum Content Marketing Forum: Die Mitgliederversammlung des Verbandes hat am 17. Juni in München die Umbenennung des Forum Corporate Publishing (FCP) in Content Marketing Forum (CMF) beschlossen. „Die Umbenennung ist eine Konsequenz aus der Marktentwicklung und vor allem unserer Positionierungsarbeit der vergangenen drei Jahre“, erklärt Verbandspräsident Andreas Siefke. „Content Marketing hat sich vom Buzzword zum festen Branchen- und Gattungsbe-griff entwickelt – es ist also eine logische Evolution, dass aus dem FCP das Content Marketing Forum wird.“ Der Namenswechsel markiert laut Siefke letztendlich nur einen weiteren Schritt innerhalb eines andauernden Positionierungsprozesses: „Wir haben uns ambitionierte Ziele für die weitere Entwicklung und das nachhaltige Wachstum unseres Verbandes und unserer Branche gesetzt.“

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### BVDW-Mitgliederversammlung wählt neues Präsidium

Die Mitglieder des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. haben auf ihrer Mitgliederversammlung turnusmäßig ein neues Präsidium gewählt. Neuer Präsident der Interessenvertretung der



Digitalen Wirtschaft ist Matthias Wahl (*Foto*, 3. v. r.), OMS. Er folgt auf Matthias Ehrlich (ehrllich//strategies), der sich aus Unternehmensgründen nicht wieder zur Wahl stellte. Neu in das Präsidium des BVDW gewählt wurden Thomas Duhr (l.), IP Deutschland, Melina Ex (3. v. l.), Fetch, Thorben Fasching (2. v. r.), hmmh, Vorsitzender der Fokusgruppe Digital Commerce, sowie Marco Zingler (2. v. l.), denkwerk, Vorsitzender des Fachkreises Full-Service-Digitalagenturen.



Als Vizepräsident in seinem Amt bestätigt wurde Achim Himmelreich (r.) Mücke, Sturm & Company GmbH. Nicht mehr für einen Sitz im Präsidium kandidiert hatten die bisherigen Vizepräsidenten Christoph N. von Dellingshausen, markendenker.digital, Harald R. Fortmann, Cribb Personalberatung, Ulrich Kramer, pilot Hamburg, und Burkhard Leimbrock, ReachLocal.

## Mainzer PR-Initiative kommoguntia hat einen neuen Vorstand



Der neue Vorstand von kommoguntia e.V.

steht fest. Die Mitgliederversammlung hat Ann-Marie Flegel (Foto, 3. v. r.), 1. Vorstandsvorsitzende, Anne Schwitalla (r.), 2. Vorstandsvorsitzende, Lucy Schüssler (2. v. r.), Inga-Marit Nölle (l.), Romina Heider (2. v. l.) und Johann Horras (3. v. l.) gewählt und damit den alten Vorstand, bestehend aus Ann-Kathrin Müller, David Peter, Tobias Schweitzer, Michelle Kalt und Doris Bärtle, nach einem erfolgreichen Geschäftsjahr entlastet. „Wir haben ein ereignisreiches Jahr hinter uns, in dem wir den Verein weiter bekannt gemacht haben und in der Branche verstärkt positionieren konnten. Zudem haben wir die Agenturen JP|KOM, Media Advice und 3K Agentur für Kommunikation sowie das ‚PR-Journal‘ als neue Förderer gewonnen. Wir als neuer Vorstand freuen uns nun auf das kommende Geschäftsjahr und die Fortsetzung der erfolgreichen Vereinsarbeit“, so die neue Vorstandsvorsitzende Ann-Marie Flegel.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Organisationen compact (1) (25. KW-2015)

1. **Vogl folgt auf Bogner im Wissenschaftlichen Senat des PRVA:** Die bis April 2015 amtierende Präsidentin des PR-Verbandes Austria (PRVA), **Ingrid Vogl**, löst **Franz Bogner** als Geschäftsführer des Wissenschaftlichen Senats des PRVA ab. Der Ehrenpräsident des PRVA legte sein Amt nach 25 Jahren in die Hände seiner Nachfolgerin. Bogner bleibt dem PRVA aber als wissenschaftlicher Delegierter und Juryvorsitzender des Österreichischen Wissenschaftspreises für Public Relations erhalten. 1986 als Teil des PRVA gegründet, befasst sich der Wissenschaftliche Senat des PRVA mit der Förderung von Wissenschaft und Forschung sowie Aus- und Weiterbildung im Bereich Public Relations bzw. Kommunikationswissenschaft und -management.



**ResponseSource**  
Antworten für Journalisten

**Kommunikationsverantwortliche erreichen mit ResponseSource mehr Medienpräsenz, bauen ihre Medienkontakte aus und positionieren sich als Experten.**

**Testen Sie uns kostenlos!**

## Medien

### Erste Ausgabe von „KomMa, - Das Magazin für Kommunikationsmanager“ erscheint



Aus „Kommunikationsmanager“ mache „KomMa, - Das Magazin für Kommunikationsmanager“ und schon soll ein neuer Stern am Himmel der Kommunikationsfachzeitschriften aufgehen. Ob das so ist, müssen die geeigneten Leser selbst entscheiden. Jedenfalls bringt der

F.A.Z.-Fachverlag Frankfurt Business Media am 19. Juni die erste Ausgabe seiner nach eigenen Angaben „vollständig überarbeiteten“ Fachzeitschrift für Entscheider in der Unternehmenskommunikation auf den Markt. Einerseits soll es laut Ankündigung in der Tradition des bisherigen Magazins „Kommunikationsmanager“ stehen, andererseits aber ein vollständig neues redaktionelles und inhaltliches

Konzept sowie ein neues Layout erhalten. Und dennoch will „KomMa“ mit den Spitzenentscheidern der Kommunikationsbranche als Zielgruppe und der Betrachtung von Kommunikation als unternehmensstrategischer Aufgabe der Ausrichtung des Magazins „Kommunikationsmanager“ treubleiben.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Medien compact (3) (25. KW-2015)

1. **Paid Content ist nicht gefragt, Native Advertising schadet dem Image:** Der "Spiegel" trägt sich mit Paywall-Plänen. In dem Zusammenhang sind die Erkenntnisse des "**Digital News Report 2015**" von Reuters wenig ermutigend. Die Mehrheit der 20.000 Befragten aus zwölf Ländern möchte für Online-Inhalte nichts bezahlen, weder jetzt noch in Zukunft. Wenn überhaupt gezahlt wird, dann für Abomodelle. In Deutschland sind dies rund 60 Prozent aller Bezahlmodelle. Der Anteil an Einmalzahlungen beträgt 47 Prozent. Ohnehin bezahlen nur sieben Prozent der Bundesbürger für Online-Nachrichten. Native Advertising ist aber als alternative Einnahmequelle ebenfalls nicht ratsam, so Reuters. Imageschäden des Mediums seien die Folge.
2. **Krumrey verlässt die „WirtschaftsWoche“:** **Henning Krumrey** (53), stellvertretender Chefredakteur der „WirtschaftsWoche“, verlässt die Redaktion, um sich künftig neuen Aufgaben außerhalb der Verlagsgruppe Handelsblatt zuzuwenden. Bis zu seinem Ausscheiden Ende November ist er in seiner bisherigen Position weiterhin für das Wirtschaftsmagazin tätig. Chefredakteurin **Miriam Meckel** bedauert das Ausscheiden von Krumrey ebenso wie Verlagschef **Gabor Steingart**. Seit 2009 ist er stellvertretender Chefredakteur der „WirtschaftsWoche“ und hat bis Ende April zudem das Berliner Büro des Wirtschaftsmagazins geleitet. Zuvor hat er elf Jahre die Parlamentsredaktion des Nachrichtenmagazins „Focus“ geleitet.
3. **Ex-Stern-Chefredakteur Wichmann wechselt zu DLD:** **Dominik Wichmann** wird Chefredakteur und Co-Geschäftsführer bei Hubert Burdas Digitalkonferenz DLD. Geschäftsführerin **Steffi Czerny** bleibt als Geschäftsführerin im Boot und freut sich über die journalistische Verstärkung. DLD soll nach Informationen des „Kress Reports“ als Medienmarke ausgebaut



werden. Wichmann war zuletzt von 2013 bis 2014 Chefredakteur beim „Stern“.

## CSR + Reputation

### CSR Europe und Nationale Partnerorganisationen legen "Enterprise 2020 Manifesto" vor

Über 40 Corporate Social Responsibility-Netzwerke aus Europa rufen Unternehmen und Regierungen zur Zusammenarbeit bei der Bewältigung von Arbeitslosigkeit, Klimawandel und demografischem Wandel auf. Es besteht dringender Bedarf für innovative gesellschaftliche und wirtschaftliche Veränderungen in Europa. Arbeitslosenquoten verbleiben in zahlreichen europäischen Ländern seit langer Zeit auf hohem Niveau und viele Menschen sind weiterhin ausgegrenzt. Klimaschutz, Ressourcenverknappung und demografische Veränderungen verlangen ebenso nach neuen kooperativen Ansätzen. Mit dem heute auf der Expo in Mailand vorgestellten "Enterprise 2020 Manifesto" sprechen sich über 40 Corporate Social Responsibility-Organisationen aus ganz Europa für mehr Zusammenarbeit

von Regierungen und Unternehmen aus und setzen Schwerpunkte für die Arbeit bis zum Jahr 2020.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Dokeo legt Abschlussbericht des CSR Forums 2015 vor

Auf insgesamt 47 Seiten dokumentiert die Stuttgarter CSR-Beratung dokeo den Abschlussbericht zum 11. Deutschen CSR Forum vor, das inzwischen zum festen Highlight des CSR-Kalenders gehört. Interessierte können den Bericht unter folgendem Link downloaden. [Klick](#).

Der Bericht vermittelt einen guten Überblick über das außerordentlich breite Spektrum der Veranstaltung. Daheim gebliebene Leser, die die Veranstaltung nicht besuchen konnten und sich hier einen einen nennenswerten fachlichen Input erwarten, dürfen jedoch eher enttäuscht sein. Die Fülle der Themen und deren fachliche Tiefe wird bei diesem Format nur ansatzweise spürbar. Das ist in gewisser Weise schade, da viele der beim Forum behandelten Themen so kaum nachzuvollziehen sind und die sicherlich vorhandenen wichtigen Informationen und Inspirationen nur teilweise erhalten bleiben. Dennoch ist der Bericht in der Summe einen Blick wert. Ein erweitertes Format in den kommenden Jahren wäre jedoch wünschenswert.

## Social Media

### Untersuchung: Wie sichtbar sind deutsche Agenturen im Social Web?

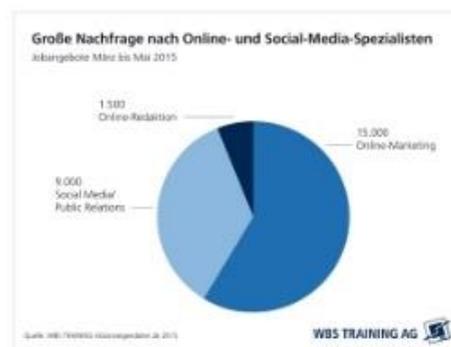
Das zweite Update der Social Media Analyse „Wie sichtbar sind deutsche Agenturen im Social Web“ zeigt diesmal die Entwicklung von führenden Agenturen im Social Web im Jahresvergleich. Serviceplan überholt Jung von Matt, achtung! legt ebenfalls zu und sichert sich den 3. Platz im Ranking. Besonders interessant ist die Entwicklung der Twitter-Aktivität und die neue Verteilung von Owned vs. Earned. Der „verdiente Buzz“ (Earned Media)



konnte durch ein erhöhtes Engagement des Agenturpublikums auf Twitter weiter gesteigert werden.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Fachkräftemangel 2.0: Online- und Social-Media-Spezialisten Mangelware



Die Nachfrage nach Online-Redakteuren, Social-Media-Spezialisten

und Online-Marketing-Fachleuten ist so hoch wie nie. Das ist das Ergebnis einer Analyse des Stellenmarktes durch den Weiterbildungsspezialisten WBS Training AG, Berlin. Allein in diesen drei Bereichen waren in den vergangenen drei Monaten, von März bis Mai 2015, über 26.000 Stellen ausgeschrieben. Im Online-Marketing, mit fast 15.000 angebotenen Stellen, war die Nachfrage besonders groß. Für die Bereiche Social Media und PR waren es rund 9.000 Angebote in den zurückliegenden drei Monaten. Im gleichen Zeitraum wurden etwa 1.500 Online-Redakteure gesucht. Zu den suchenden Unternehmen gehören neben den bekannten Medienunternehmen (wie Axel Springer, Burda, Bertelsmann) viele Unternehmen aus den Bereichen Online-Handel (z. B. amazon, Otto-Versand, redcoon) sowie Zeitungsverlage und Online-Provider. Weitere Informationen direkt auf der [Website von WBS Training](#).

## Autoren-Beiträge

### Abenteuer Neuseeland, No. 3: Snapchat – Neuland für Neuseeland?



Von *Linda Sasse, Neuseeland*  
Die Bloggerinnen Vreni Frost und Masha Sedgwick haben es für sich entdeckt, unser Songcontest-Mädchen

Lena Meyer-Landruth kann nicht die Finger davon lassen. Gleichzeitig mehren sich die Artikel über das kommunikative Potenzial des neuen Social Media Stars. Die Rede ist von Snapchat (*siehe Logo*), der Social App die es ermöglicht, Freunden Fotos und Videos zu senden, die dann nur einige Sekunden sichtbar sind.



Während es den Anschein macht, als würde Deutschland gerade auf den Zug aufspringen, gehört der gelbe Geist in Neuseeland schon seit Längerem ins Kommunikationsrepertoire. Und meine Überraschung darüber muss ich eingestehen. Denn bislang gehörte der kleine Inselstaat nicht zu den Ländern, die ich als kommunikativ besonders fortschrittlich im Kopf hatte. Aber sei es drum: Snapchat ist gerade in Deutschland Thema und wird heiß gehandelt. Für mich der perfekte Anlass, mich hier nach Einsatzbeispielen umzusehen, die vielleicht dem einen oder anderen als Inspirationsquelle dienen können.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Kommunikationsfähigkeit als Schlüsselqualifikation



Von *Manfred Piwinger*  
Obwohl Kommunikationsfähigkeit, so der Bundesfinanzhof in zwei Urteilen vom 28. August 2008 (VI R 44/04

und VI R 35/05), als Bestandteil der Sozialkompetenz („soft skills“) eine Schlüsselqualifikation darstellt, die bei der Wahrnehmung von Führungspositionen im Wirtschaftsleben erforderlich ist, steht dieses Thema kommunikationswissenschaftlich allzu oft im Schatten. Häufig wird nicht zwischen „Kommunikationskompetenz“ und „Kommunikationsfähigkeit“ getrennt, respektive geklärt, wie sie einander bedingen. Bewertungsregeln fehlen. Das bedeutet auch, dass sich bisher kein einheitliches Verständnis zur Kommunikationsfähigkeit herausgebildet hat. Nun lassen sich doch erste Anzeichen dafür finden, dass Unternehmen dem Themenkomplex Sozialkompetenz mehr Aufmerksamkeit schenken als dies bisher der Fall war. Selbst wenn es erst wenige Einzelfälle sind. Anlass, sich mit Kommunikationsfähigkeit zu befassen, gibt uns die schweizerische Großbank UBS in ihrem Geschäftsbericht 2014 (S. 370/259), wo es u.a. heißt: „Wir haben (des Weiteren) größeres Augenmerk auf die Bedeutung von Verhaltensaspekten im Risikomanagement zum Schutz unserer Reputation gelegt.“ Mitarbeiter werden darin bestärkt, Vorgänge aktiv zu hinterfragen.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Das PR-Interview

### PR-Interview Nr. 130 – DPRG-Präsident Minwegen: „Die PR ist kein Dinosaurier“

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



Mit dem „DPRG-Zukunftsforum 2015“ am 12. Juni initiierte der DPRG-Vorstand ein neues Format, das die inhaltliche Arbeit des Berufsbandes in den Fokus stellt. Sowohl gestandene PR-Größen als auch Studenten nutzten die Chance, gemeinsam aktuelle Fragestellungen und Entwicklungen der Branche zu diskutieren. Wir sprachen mit Norbert Minwegen (*Foto, (c) altengarten.de*) über die Zukunft der PR.

**PR-Journal:** Die einleitende Keynote am DPRG-Zukunftstag hatte den provokanten Titel „Vom Ende der PR: Unternehmenskommunikation in Zeiten der Postmoderne“. Was kommt nach der PR?

**Norbert Minwegen:** Die PR ist kein Dinosaurier, der irgendwann ausstirbt. Solange die Menschen kommunizieren, wird es auch PR und das dazugehörige Management geben. Allerdings werden sich die Kommunikationsplattformen zunehmend verändern. Doch um es mit den Worten von Christof E. Erhart, Kommunikationschef der Deutschen Post DHL und Referent des Vortrages, zu sagen: Jeder hat das Recht, sich zu verändern, um zu bleiben, wer er ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Rezensionen

### Die Googleisierung des Journalismus



**Titel:** Die Kunst der Recherche;  
**Autor:** Hektor Haarkötter; **Verlag:** UVK 2015, 294 Seiten; 29,99 Euro; ISBN-13: 978-3867644600

Empirischen Studien zufolge gehen Journalisten heutzutage alles andere als methodisch vor, wenn sie recherchieren, sagt Hektor

Haarkötter. Aber das trifft sicherlich genauso auf andere „Recherche-Berufe“ zu. Mit der Methodik ist es so eine Sache. Ein Theorie-Praxis-Ding. Man kennt sich. Aber man würde nicht unbedingt zusammen in die Kneipe gehen.

Warum? Nun, die Theorie zu befolgen heißt im „wahren Leben“ meist Mehraufwand. Und besonders beim Recherchieren sind die Kommunikationsberufe im Zeitalter des Information Overload einem unglaublichen Druck ausgesetzt. Aber wie schafft man es denn, valide – wenn nicht gar exklusive – Informationen zu bekommen? Dieser Frage geht Haarkötter in seinem aktuellen Buch „Die Kunst der Recherche“ nach.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Norbert: Gerüchte+Gerichte

### Sommermenu IV: Zwischengang - Spargelravioli mit Spargelspitzen, jungen Erbsen und Salbeibutter



(nsb) Jetzt ist bald Schluss mit Spargel – die Saison endet am Johannistag, dem 24. Juni. Das muss so sein, damit die Pflanzen auswachsen und

Kraut entwickeln. Nur so können sie die Energie erzeugen, um im nächsten Frühjahr wieder auszutreiben. Der letzte Spargel ist nicht mehr der beste. Die Stangen verholzen zunehmend, bei älteren Pflanzen sind sie oft hohl. Darum wird es jetzt Zeit, noch einmal ein schmackhaftes Spargelgericht zu bereiten – am besten von den Spitzen. Zwar wird inzwischen das ganze Jahr hindurch von irgendwoher – China, Peru, Südafrika – Spargel nach Deutschland geliefert, aber die frisch um die Ecke geschnittenen Stangen sind nicht zu übertreffen. Und von Konserven wollen wir gar nicht reden, die überlassen wir gerne den Amerikanern.

Wenn von „jungen Erbsen“ die Rede ist, sind unreife, grüne und saftige Körner gemeint. Erbsen blühen im April und Mai, die feinen jungen Erbsen sind bis Mitte Juni auf dem Markt. Wer sich die Mühe des Pulens ersparen will, greift auf Tiefkühlware zurück – die ist oft besser als zu reife, schon mehliges Erbsen vom Gemüsehändler.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Termine

### Von Robotern, Klonen...und Keksen – Content Strategy Camp 2015

So mancher der 160 Teilnehmer des 3. Content Strategy Camps in Dieburg hätte sich am liebsten geklont, um zeitgleich mehreren Sessions beiwohnen zu können. Zur Auswahl standen schließlich

mehr als 40 Vorträge, unter anderem über Storytelling, Contentqualität oder Roboterjournalismus. Das



klings nach Zukunft, ist aber bereits heute schon Wirklichkeit. Einen kurzen Nachbericht und eine Linksammlung zum #cosca15 gibt es auf

der [Webseite des Camps](#).

### DPRG-PR-Talk mit „WAZ“-Chefredakteur Tyrock: Dem Marktdruck anpassen – via Qualität



„Auflagenrückgang? Ja. Zukunft des Prints? Ja!“ So drückte es Andreas Tyrock, Chefredakteur der „Westdeutschen Allgemeinen Zeitung“ (WAZ) und Special Guest beim PR-Talk der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) am 18. Juni in Essen aus. Die DPRG Landesgruppe Nordrhein-Westfalen hatte ihn eingeladen, um über die Entwicklung von Print, Digital und die Zukunft des Journalismus zu diskutieren. „Mindestens in den nächsten 20 Jahren wird das Geld noch mit Print verdient“, prognostizierte Tyrock. Über diese Grenze hinaus sei der Fortbestand der WAZ gesichert – durch das „Alleinstellungsmerkmal Lokales“. „Im regionalen Bereich gibt es kaum alternative Informationsquellen, weshalb viele Menschen auf die klassische Printzeitung zurückgreifen“, so Tyrock. Ein weiterer entscheidender Vorteil sei die Glaubwürdigkeit: „Sie ist das Fundament jeder Print-Zeitung.“

Foto: DPRG-Gruppenfoto mit Referent Tyrock (2. v. r.)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Seminare

### Seminare compact (1) (25. KW-2015)

1. **Sommer-Special der Social Media-Akademie:** Wer tiefer in Social Media und Online Marketing einsteigen möchte, bekommt bei der Social Media-Akademie (SMA), Mannheim, im Sommer die Chance dazu. Die SMA hat die beiden Lehrgänge „Online Marketing Manager“ und „Social Media Manager“ überarbeitet und mit neuen Inhalten versehen. Zusätzlich erhalten die Teilnehmer bei Buchung bis zum 26. Juni noch kostenlosen Zugang zu weiteren Marketing-Inhalten. Weitere Informationen auf der [SMA-Website](#).

## Bildung

### DAPR schreibt Stipendien für Master-Studienstart 2015 aus

Interessenten des berufsbegleitenden Masterstudiums der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) und der Donau-Universität Krems (DUK) können sich auch in diesem Jahr um eine Förderung bewerben. Mit einem Stipendium werden bis zu 50 Prozent der Lehrgangskosten finanziert. Die Bewerbungsfrist für die Stipendien endet am 7. September 2015; Studienstart für die Master-Programme am Standort Düsseldorf ist der 19. Oktober 2015. Über die Vergabe der Stipendien entscheidet eine mehrköpfige Jury, der Vertreter der Donau-Universität Krems, der DAPR und aus der Kommunikationspraxis angehören. Weitere Informationen sowie die Bewerbungsunterlagen zum Download auf der [DAPR-Website](#).

## Studien

### Studie: Banken verändern sich nur, wenn es weh tut



Ist es Ignoranz oder Realitätsverlust? Geld- und Kreditinstitute schätzen die durch die Bankenkrise entstandenen negativen Imageeffekte als wenig bedeutend ein. Außerdem treffen Banken

kaum Vorbereitungen für Veränderungen aufgrund der Digitalisierung. Dies sind Ergebnisse des Change-Barometers 5, „Herausforderungen der Bankenbranche 2014 bis 2018“, durchgeführt von der Changeberatung Mutaree GmbH, Wiesbaden. An der Studien beteiligten sich 283 Teilnehmer. Vielmehr sehen deutsche Banken in neuen regulatorischen Auflagen und gesetzlichen Zwängen sowie der Entwicklung des Zinsniveaus, bei einem erwarteten dauerhaften Niedrigzins, die größten Herausforderungen für ihre Branche. Die zunehmende Digitalisierung ihres Geschäftes, auch durch neue Wettbewerber, folgt erst an dritter Stelle der Prioritätenliste. Claudia Schmidt (Foto), Geschäftsführerin der Mutaree GmbH, drückte es sehr freundlich aus: „Die deutschen Banken sind in ihrer Strategie eher beständig als agil. Veränderungsprozesse werden intensiv abgewogen.“

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Lesehinweise

### Lesehinweis: Marketing der Zukunft

Es bleibt alles anders. Sascha Pallenberg, Gründer und Herausgeber des Tech-Blogs Mobile Geeks!, blickt in einem Essay, das bei „W&V“ erschienen ist, in die Marketing Zukunft. Unter der Überschrift „Was Sie über das Marketing von morgen wissen sollten“ stellt er die These auf, dass Multichannel-Marketing Wirklichkeit geworden ist. Zitat: „Multichannel-Marketing ist final da, nachdem wir dieses Buzzword all

die Jahre vor uns hergeredet haben.“ Ausführlich legt er dar, dass auch künftig Owned Media mit der hauseigenen Website und dem dazugehörigen Blog das Fundament einer jeden Kampagne sein werde. Doch über welche Kanäle sie von dort aus gestreut werde, das könne niemand vorhersagen. Lesen Sie Pallenbergs Beitrag direkt auf der [Website von „W&V“](#).

### Lesehinweise compact (2) (25. KW-2015)

1. **"Work hard – play hard" - irgendwas mit Werbung:** GWA-Vizepräsident und Thjnk-Chef Michael Trautmann berichtet in „[Horizont](#)“ über seinen Werdegang als Werber. Damit setzt sich die öffentliche Diskussion über Arbeit und Gehälter in Agenturen fort, angestoßen durch eine [Umfrage des Agenturverbandes Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen e.V. \(AIKA\)](#). "Ich würde es wieder tun", so lautet die Bilanz von Trautmann.
2. **Diskussion über Agenturgehälter erreicht den GWA:** Der Agenturverband Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen e.V. (AIKA) hatte PR-Schaffende in Agenturen zu ihren Gehältern befragt. Aussage: Das [Durchschnittsgehalt eines Agenturangestellten](#) liegt bei 2.800 Euro brutto im Monat. Am 17. Juni meldet sich der [Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA](#) im "Horizont" zu Wort und bietet mehr: GWA-Mitgliedsagenturen zahlen rund 4.635 Euro brutto pro Monat. Laut GWA ließen Agenturvertreter die Telefonleitungen in der Geschäftsstelle glühen und beschwerten sich über Imageschäden durch die AIKA-Studie. Fest steht: Der StepStone Gehaltsreport nennt laut [Crosswater Job Guide](#) für die Branche seit Jahren Gehälter, die weitgehend in dem von AIKA genannten Bereich liegen.



## Preise und Awards

### Elf Shortlistplätze für deutsche Agenturen in der PR-Kategorie



Die Kreativitätsfestival Cannes Lions ist gestartet. Während die ersten Lions im

Bereich Health bereits vergeben sind, ist in der Kategorie PR soeben erst die Shortlist veröffentlicht worden. 200 Bewerber haben es in den 36 PR-Unterkategorien auf die Anwärter-Liste zum Lion-Gewinn geschafft. Auf Bewerber aus Deutschland entfallen elf Shortlistplätze, fünf mehr als im Vorjahr, in sieben Einzeldisziplinen. Mit Ketchum Pleon ist nur eine „klassische“ PR-Agentur dabei. Die übrigen Agenturen, die Gewinnchancen haben, haben eher eine andere DNA. Die elf Shortlistplätze verteilen sich auf sechs Agenturen.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Preise und Awards compact (1) (25. KW-2015)

1. **PR-Bild Award verlängert Einreichungsfrist:** Um vier Tage bis zum **25. Juni** hat news aktuell die Frist für die Teilnahme am PR-Bild-Award 2015 verlängert. Bis dahin haben Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz Gelegenheit, ihre besten PR-Bilder der vergangenen zwölf Monate einzureichen. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Bildeinreichung finden sich auf der [Website des Preis-Initiators news aktuell](#), Hamburg.

## Tipps

### Wenn's im Projekt knirscht: Kommunikationstraining und projektbegleitendes Coaching



Wenn es in PR- oder Marketing-Projekten Schwierigkeiten gibt, liegt es meistens am Menschlichen und nicht am Fachlichen. Dies untermauert

auch eine aktuelle Studie der dpa-Tochter news aktuell: Unter den zehn größten Frustrfaktoren finden sich beispielsweise nicht anerkannte Erfolge und mangelnder Gestaltungsspielraum. Sylvia Pietzko (Foto) will mit ihrer in Wiesbaden ansässigen Agentur Comino Abhilfe und Unterstützung für betroffene Unternehmen und Teams leisten. Zu den Leistungen von Comino gehören Einzelsitzungen zu individuellen beruflichen Themen, Trainings in wertschätzender Kommunikation sowie projektbegleitendes Coaching. Letzteres hält Agenturgründerin und Medienprofi Pietzko für einen bislang in Kreativ- und Kommunikationsprozessen wenig beachteten, aber dringend benötigten Ansatz. Weitere Informationen gibt es auf der [Comino-Website](#).

### Tipps compact (1) (25. KW-2015)

1. **Jetzt-PR.de bietet wieder Aktion ‚Presse-Sommer 2015‘:** Der Spezial-Pressedienst Jetzt-PR, Düsseldorf, startet ab sofort die Aktion ‚Presse-Sommer 2015‘. Kunden des Dienstes mit angeschlossener PR-Agentur können damit in den Sommerwochen ihre Pressearbeit günstiger vornehmen. Die [Presse-Sommer-Aktion](#) führte das Unternehmen erstmals 2013 ein. Sie umfasst sowohl die Erstellung einer Pressemitteilung als auch den Versand inklusive Verteilererstellung zu Sondertarifen. Die Aktion endet am 31. Juli 2015.

## Jobangebote

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

### GESUCHE

Die 4 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

### ANGEBOTE (54)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *Einzelkämpfer/in? Im Team erfolgreicher.*
- *PR-Juniorberater (m/w) Tourismuswirtschaft, Hamburg*
- *Junior-PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Projektmanagement, Hamburg*
- *PR-Berater/in mit mehrjähriger Erfahrung, Köln*
- *PR-Berater/in, Karlsruhe*
- *Account Director Consumer PR, Berlin*
- *Junior PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *PR-Berater (m/w) Tourismus in Hamburger PR-Agentur*
- *Erfahrener IT- und Telekommunikations-Fachredakteur (m/w), München*
- *Loerke Kommunikation sucht PR Berater (m/w) Schwerpunkt Food, Hamburg*
- *PR Unit-Leitung Sport in München (m/w)*
- *PR-Berater (m/w) Fashion, Düsseldorf*
- *PR Manager (m/w) Lifestyle-Kommunikation, Stuttgart*
- *PR-Berater (m/w), München*
- *PR-Berater(in) Consumer, München*
- *Junior-Berater(in) Consumer- und Corporate-PR, München*
- *(Junior) PR-Berater (m/w) Corporate Communications, München*
- *Junior PR-Berater, Darmstadt*
- *Junior Account Executive in Teilzeit, Berlin*

- *PR-Berater & PR-Redakteur (m/w), Heidelberg*
- *PR-Berater (m/w), Köln*
- *PR-Berater/-in, Berlin*
- *Senior PR-Berater/-in, Berlin*
- *Junior-PR-Redakteur (m/w) Industrie/Handel/Finanzen ab 1.6./1.7.2015, Starnberg*
- *Redakteur (m/w) mit ausgewiesener IT-/TK-Kompetenz, Köln*
- *PR-Berater / Junior-Berater (m/w) Schwerpunkte Energie und Technologie, Hamburg*
- *MuthKomm sucht PR-Berater (m/w), die mit unserer Agentur wachsen wollen, Hamburg*
- *Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Food & Beverage, Hamburg*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*

Behörden (Öffentl.Dienst)

- *Wissenschaftsjournalist (w/m), Jülich*

Medien

- *PR Manager - Games (m/w), Hamburg*
- *Senior Berater (m/w) Content Marketing, Hamburg*

Unternehmen

- *Social Media Manager (m/w), Berlin*
- *Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Frankfurt/Main*
- *Junior Spezialist (m/w) Online Kommunikation, Berlin*
- *Mitarbeiter Kommunikation und Marketing (m/w), Filderstadt*
- *Mitarbeiter Marketing und PR (m/w), Köln*
- *Marketing Koordinator Kommunikation (m/w) bei der LLOYD Shoes GmbH in Sulingen*

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 22. Juni 2015 um 19:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.978 Empfänger** versandt.

---

## Impressum

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

### Gründer und Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg (seit 2004/1996), (pfeffer[at]pr-journal.de), Chefredakteur von 11/2004 bis 04/2014

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

### REDAKTION:



Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (dillmann[at]pr-journal.de),

**Postadresse:** Linzer Straße 72 b, 53604 Bad Honnef, Telefon: 02224 901616, Mobil:

0171 3326139;

Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen - Rubrik: „Norbert: Gerüchte+Gerichte“; Riccardo Wagner, Köln - Ressort: „CSR + Reputation“; Helge Weinberg, Hamburg.

### Redaktionsrubrik "Das PR-Interview":

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

### Rubrik „PR-WebsiteCheck“:

Lan Anh Nguyen, Hannover, (nguyen[at]prsh.de) (Teamleiterin); Kristin Becke; Carina Bogus; Jan Jasper Dundurs; Janine Riedel; Lara Wöhrmann.

### Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine":

Thomas Pfeffer, Hennes (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

### Korrespondenten:

**Berlin/Potsdam:** Birgit Grigoriou, Berlin

**Düsseldorf/Rhein-Ruhr:** Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, Agentur Fürstenberg

**Frankfurt a.M./Rhein-Main:** Marcus Eichhorn, Frankfurt am Main, BetterRelations

**Hamburg/Norddeutschland:** Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation

**Köln/Bonn/Aachen:** Riccardo Wagner, Köln, BetterRelations

**München/Oberbayern:** Frederic Sturm, München, In-doc-Film

**Internationales:** Thomas Achelis, München, Achelis & Partner

**Neuseeland:** Linda Sasse, Wellington

**USA:** Dr. Markus Lemmens, New York.

### Rezensionen:

Annett Helbig, Hamburg (helbig[at]mastermedia.de); Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach; Manfred Piwinger, Wuppertal.

### Autoren:

Dr. Wolfgang Griepentrog, Leichlingen; Manfred Piwinger, Wuppertal; Mathias Scheben, Andernach.

*Die Gesichter zu den Namen der "Mitmacher" in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir auf unserer neuen Serviceseite dokumentiert: [www.pr-journal.de/fotos.html](http://www.pr-journal.de/fotos.html).*

### Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

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

### Anschrift:

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

**E-Mail:** [redaktion\[at\]pr-journal.de](mailto:redaktion[at]pr-journal.de)

**URL:** [www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de); [www.prjournal.de](http://www.prjournal.de); [www.pr-journal.ch](http://www.pr-journal.ch); [www.pr-journal.at](http://www.pr-journal.at); [www.pr-journal.com](http://www.pr-journal.com).



**Auflage kontrolliert** durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin. Für 2014 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen:

343.712 Visits und 828.038 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 942 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,4 Seiten aufgerufen.