

PR-Journal Newsletter

Nr. 479 / 28./29. KW 2015

Seite 1

Beliebteste Marken im Social Web: Apple stößt Amazon vom Thron



Beste Qualität, bester Service und bester Preis: Dieses Jahr ist Apple die beliebteste Marke der Verbraucher im deutschsprachigen Social Web. Der Elektronik-Konzern aus Kalifornien hat damit den Aufstieg vom dritten auf den ersten Platz geschafft und den Vorjahressieger Amazon auf Platz zwei

verdrängt. Auf dem dritten Platz folgt Google (Vorjahr: Platz fünf). Dies ergab eine umfangreiche Sonderauswertung der Studie „Kundenlieblinge“ durch die dpa-Tochter „news aktuell“ und Faktenkontor, beide Hamburg, bei der mehr als zwei Millionen Social-Media-Beiträge zu 500 Marken ausgewertet wurden.

Die Studienautoren haben untersucht, wie oft die deutschen Verbraucher über Marken diskutieren und wie sie über Preis, Service, Qualität und Ansehen urteilen. Die Auswertung der Verbraucherausagen beruht auf Daten des Webmonitoring-Tools Web Analyzer. Die Software überwacht und analysiert zehntausende Online-Nachrichten und über eine Million Social-Media-Quellen. Für die Ermittlung der Auf- und Absteiger der beliebtesten Marken im Social Web wurden die Daten aus den Studien 2014 und 2015 herangezogen. Die Datenerhebung erfolgte von November 2012 bis Dezember 2014.

Die Infografik von „news aktuell und Faktenkontor“ zeigt die Auf- und Absteiger gegenüber dem Vorjahr.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CEO-Image bei Wirtschaftsjournalisten: Zetsche vorn, Spohr springt auf Platz 2



Dieter Zetsche (Foto l.), CEO der Daimler AG, ist neuer alleiniger Spitzenreiter im Ansehen von Wirtschaftsjournalisten. Nachdem sich Zetsche im Herbst 2014 den ersten Platz noch mit dem

inzwischen in den Aufsichtsrat gewählten BMW-Chef Norbert Reithofer teilen musste, steht er nun allein an der Spitze. Doch als großer Gewinner der erneuten Wirtschaftsjournalisten-Umfrage des Berliner Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doebelin im Juni 2015 zur Reputation des Führungspersonals großer Unternehmen, kann sich Lufthansa-Chef Carsten Spohr (r.) fühlen. Durch sein umsichtiges Krisenmanagement nach dem Germanwings-Absturz stieg sein Ansehen enorm und er wurde von den Journalisten auf Platz 2 gewählt, im Herbst landete er noch auf Platz 9. Damit gelang es ihm auch die Dominanz der Auto-CEOs auf den ersten Plätzen aufzubrechen. Auf Platz 3 wurde wiederholt Martin Winterkorn, CEO von VW, gewählt. Er verteidigte seinen dritten Rang aus der Umfrage vom Herbst 2014 trotz der Auseinandersetzung mit dem früheren Aufsichtsrats-Vorsitzenden Ferdinand Piëch.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Krisenmanagement: Burson Marsteller geht Kooperation GEOS Germany ein



Burson-Marsteller Deutschland rüstet auf, um im Krisenfall besser für die

Kunden gerüstet zu sein. Der in Frankfurt am Main

Inhaltsverzeichnis

Der 479. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 71 Einzelmeldungen.

1. *Beliebteste Marken im Social Web: Apple stößt Amazon vom Thron*
2. *CEO-Image bei Wirtschaftsjournalisten: Zetsche vorn, Spohr springt auf Platz 2*
3. *Krisenmanagement: Burson Marsteller geht Kooperation GEOS Germany ein*
4. *Arweck folgt Schneider als Leiter Unternehmenskommunikation bei Porsche*
5. *Uwe Kattwinkel wird neuer Kommunikationschef von airberlin*
6. *Neuer Director Corporate Affairs Germany bei Philip Morris*
7. *Personalien compact - Sonstige (5) (28./29. KW-2015)*
8. *Personalien compact - Unternehmen (21) (28./29. KW-2015)*
9. *Personalien compact - Agenturen (7) (28./29. KW-2015)*
10. *Vierfacher Etat-Gewinn für lottmann pr*
11. *Jetzt-PR übernimmt Pressearbeit für Mannheimer Kulturprojekt „Gegen das Vergessen“*
12. *Etats compact (17) (28./29. KW-2015)*
13. *Hill+Knowlton setzt mit Hilfe von Group SJR auf Content Marketing*
14. *Serviceplan baut Kölner Standort aus und übernimmt brandrelation*
15. *WPP übernimmt Mehrheitsanteil bei Nicole Weber Communications*
16. *Serviceplan gründet neue Unit Content Marketing*
17. *Verband der Krisenkommunikations-Agenturen hat zwei neue Mitglieder*
18. *Agenturen compact (3) (28./29. KW-2015)*
19. *Kooperation zwischen Ausschnitt und Meta Communication: Synergien stellen sich ein*
20. *Abstimmung im Netz: Fünf Vordenker der Krisenkommunikation ermittelt*
21. *Farbstreit vor Gericht: Nivea-Blau vom BGH bestätigt, Sparkassen kämpfen ums Rot*
22. *Unternehmen compact (2) (28./29. KW-2015)*
23. *Ferdinand von Reinhardstoettner neu im DPRG-Bundesvorstand*
24. *Österreich: Ausschreibungsstart für den Staatspreis Public Relations 2015*
25. *DRPR Broschüre mit Kommunikationskodex und allen Richtlinien erschienen*
26. *Organisationen compact (1) (28./29. KW-2015)*
27. *Ehemaliger Volontär wird neuer „taz“-Chefredakteur*
28. *Medien compact (3) (28./29. KW-2015)*
29. *Vordenker im Reputationsmanagement küren und iPhone 6 gewinnen*



30. *Einfach zum Heulen: Manche Online-Medien betrachten Leser als Klickvieh*
31. *Rezension: Krankenhaus-PR nach guter alter Schule*
32. *Fangt einfach mal an! - Gedankensprünge zweier Autorinnen zum Buch „Web oder stirb!“*
33. *PR-Karrierebarometer: PR-Schaffende sind zuversichtlich – und zunehmend unzufrieden*
34. *Seminare compact (3) (28./29. KW-2015)*
35. *Studentenprojekt: Blog „PRtransfer“ geht mit neuer Redaktion und neuem Design online*
36. *Bildung compact (1) (28./29. KW-2015)*
37. *GPRA-Vertrauensindex Juli 2015: Vertrauen der Deutschen in Tourismusbranche ist hoch*
38. *Vertrauensfrage im Fußball: Fans differenzieren – kleine Vereine haben Kredit, FIFA abgestraft*
39. *Umfrage bei 50 Unternehmenssprechern: Lob für „FAZ“ und „Börsen-Zeitung“*
40. *Studien compact (4) (28./29. KW-2015)*
41. *Lesehinweise compact (3) (28./29. KW-2015)*
42. *Fünf Tipps für einen professionellen Auftritt auf Xing und LinkedIn*
43. *Tipps compact (1) (28./29. KW-2015)*
44. *Jobbörse*
45. *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

ansässige deutsche Ableger der internationalen Agentur für Public Relations und Public Affairs geht mit der Unternehmensberatung GEOS Germany, Bonn, eine strategische Partnerschaft ein. Durch die Zusammenarbeit sollen Kunden ab sofort ein umfassendes und integriertes Krisenmanage-

mentangebot erhalten, das über die klassische Krisenkommunikation hinausgehen soll. Gemeinsam wollen die Partner „in der Krisenprävention oder bei akuten Unternehmenskrisen ihren Kunden eine einzigartige Betreuung (zu) garantieren“, heißt es in der Ankündigung von Burson Marsteller. Demnach gehören zum gemeinsamen Portfolio das komplette operative Krisenmanagement als Teil oder in Verantwortung des Krisenstabs. Zudem die gesamte 24/7-Krisenkommunikation mit allen relevanten Stakeholdern, das Behördenmanagement auf nationaler und internationaler Ebene sowie Spezialexperten etwa im Bereich von Erpressungen, Management Compliance-Verstößen oder der Entführung von Mitarbeitern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Arweck folgt Schneider als Leiter Unternehmenskommunikation bei Porsche



Das ging schnell: Josef Arweck (37, Foto) wird mit sofortiger Wirkung vom 10. Juli an Leiter der weltweiten Unternehmenskommunikation der Porsche

AG in Stuttgart. In der vergangenen Woche am 3. Juli hatte Vorgänger Achim Schneider seinen Abschied vom Sportwagenbauer zum Jahresende angekündigt und sich in eine halbjährige Auszeit verabschiedet. Wie seine Nachfolge geregelt wird, war zu diesem Zeitpunkt noch nicht bekannt. Nun übernimmt der bisherige Leiter der Internen Kommunikation. Diese Funktion hatte Arweck seit 2011 inne. Jetzt erweitert sich sein Aufgabenfeld um die externe Unternehmenskommunikation. Arweck, der gelernter Journalist und promovierter Politikwissenschaftler ist, berichtet an den Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Presse, Hans-Gerd Bode, dessen Stellvertreter er sein wird. Von 2008 bis 2011 war Arweck in der Presseabteilung der Porsche Automobil Holding SE tätig; von 2002 bis 2008 arbeitete er als Pressesprecher bei McKinsey & Company.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Personalien

Uwe Kattwinkel wird neuer Kommunikationschef von airberlin



Uwe Kattwinkel (52, Foto) wird Anfang August neuer Kommunikationschef von airberlin. Er berichtet direkt an CEO Stefan Pichler. Kattwinkel übernimmt

die Position des Senior Vice President Communications und folgt damit auf Aage Dünhaupt, der airberlin auf eigenen Wunsch verlässt, um sich neuen Aufgaben zuzuwenden. Dünhaupt wird weiterhin als Berater für airberlin tätig sein. Kattwinkel startete nach seinem Berliner Studium der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation seine berufliche Laufbahn bei der Düsseldorfer Kommunikationsagentur Kothes & Klewes (heute Pleon), bevor er 1992 bei Sat.1 in Berlin Redakteur und Pressesprecher wurde. 1995 übernahm er die Leitung der Unternehmenskommunikation der Robinson Club GmbH und anderer Hotelgesellschaften von TUI Deutschland und wechselte 1999 in eine freiberufliche Tätigkeit als Kommunikationsberater. Von 2004 bis 2013 leitete er die Konzernkommunikation der TUI AG und ist seither wieder als Kommunikationsberater aktiv.

Neuer Director Corporate Affairs Germany bei Philip Morris



Die in Gräfelfing bei München ansässige Philip Morris GmbH ernannt Jörg Waldeck (Foto) mit Wirkung zum 1. August 2015 zum Director Corporate

Affairs und Mitglied der Geschäftsleitung. Er folgt auf Lars-Olaf Brendel, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlässt. Waldeck hat mehr als zwanzig Jahre in führenden Positionen deutscher Großunternehmen gearbeitet. Er leitete unter anderem als Bevollmächtigter des Vorstands die Konzernrepräsentanz der BMW Group in Berlin und war im Anschluss Leiter der Konzern-Außenbeziehungen und Mitglied des Top-Managements der Volkswagen AG. In den letzten Jahren betreute er als geschäftsführender Gesellschafter der Moventus Corporate und Public Affairs GmbH nationale und internationale Unternehmen sowie Verbände. Bei Philip Morris verantwortet Waldeck zukünftig den gesamten Bereich Corporate Affairs. Vorgänger Brendel war seit 2001 in verschiedenen Funktionen im Bereich Corporate Affairs im In- und Ausland für Philip Morris tätig.

Personalien compact - Sonstige (5) (28./29. KW-2015)

1. **Wechsel von der Wirtschaft in die Wissenschaft: Katrin Müller** (35) leitet seit dem 1. Juli die Stabsstelle Hochschulkommunikation der Technischen Universität Kaiserslautern. In der neu geschaffenen Position ist sie für alle Marketing- und Kommunikationsaktivitäten der Universität zuständig. Zuvor arbeitete sie als Teamleiterin Marketing und Unternehmenskommunikation bei Prego Services. An der TU Kaiserslautern berichtet sie an den Präsidenten **Helmut Schmidt**.
2. **Von Stiftung Leuchttfeuer zur Arbeiterwohlfahrt: Björn Troll** (44) leitet seit dem 1. Juli Marketing und Unternehmenskommunikation bei der Arbeiterwohlfahrt im Bezirksverband Rheinland in Koblenz. Die Position wurde neu zugeschnitten. Zuvor war Troll als Vorstandsreferent PR und Marketing bei der Stiftung



- Leuchttfeuer tätig. Bei der AWO Rheinland berichtet er an den Geschäftsführer **Andreas Zels**.
3. **Neue Aufgabe für Erken beim Luftwaffentruppenkommando: Thomas Erken** (36) hat bei der Luftwaffe eine neue Aufgabe übernommen. Seit dem 1. Juli arbeitet er als Leiter der Informationsarbeit sowie Pressesprecher des Luftwaffentruppenkommandos in Köln. Zuvor hatte Erken eine Doppelaufgabe für das Kommando Einsatzverbände Luftwaffe und das Kommando Unterstützungsverbände Luftwaffe in Köln zu erfüllen. Diese beiden Behörden wurden zum 30. Juni aufgelöst. Das zum 1. Juli aufgestellte Luftwaffentruppenkommando übernimmt deren Aufgaben größtenteils. Im Rahmen der neu zugeschnittenen Aufgabe berichtet er an Generalleutnant **Martin Schelleis**.
 4. **Jörres nun Pressesprecher beim Deutschen Hausärzterverband: Vincent Jörres** (27) hat nach seiner Zeit als Volontär und Pressereferent nun seit dem 1. Juli die Aufgaben des Pressesprechers des Deutschen Hausärzterverbands in Berlin übernommen. Er ist seit 2014 für den Verband tätig, war zunächst als Volontär und zuletzt als Pressereferent im Einsatz. In seiner neuen Position berichtet er an den Bundesvorsitzenden **Ulrich Weigeldt** sowie an die Geschäftsführung um den Hauptgeschäftsführer **Eberhard Mehl**.
 5. **Kikillis Nachfolgerin von Teuner bei Vox: Julia Kikillis** (35) leitet seit dem 1. Juli als Nachfolgerin von Corinna Teuner die Kommunikationsabteilung des TV-Senders Vox. Vorgängerin Teuner war Anfang Mai dieses Jahres im Alter von 45 Jahren gestorben. Kikillis arbeitet bereits seit 2008 in der Kommunikation des Senders. Zuletzt war sie seit Januar stellvertretende Leiterin der Abteilung. Kikillis berichtet an den Generalsekretär der Mediengruppe RTL Deutschland, **Thomas Kreyes**.

**Personalien compact - Unternehmen
(21) (28./29. KW-2015)**

1. **Nielsen ist Kommunikationschefin bei Dedrone: Friederike Nielsen** (36) leitet seit dem 15. Juni die Marketing- und Kommunikationsabteilung der Dredrone GmbH in Kassel. Sie kommt vom Drohnen-Hersteller Aibotix, wo sie ebenfalls für Marketing und Kommunikation verantwortlich zeichnete. Die Stelle bei der 2014 gegründeten Dredrone GmbH wurde neu geschaffen. Nielsen berichtet direkt an Managing Director **Jörg Lamprecht**. Das Unternehmen entwickelt Technologien zur Kontrolle des unteren Luftraums.
2. **Twitter weiter in Turbulenzen: Gabriel Stricker**, seit drei Jahren Kommunikationschef des Social Media-Unternehmens in San Francisco, ist seinen Job los. Wie der Bits-Blog auf der Website der „New York Times“ berichtet, erfolgte der Abschied Strickers nicht freiwillig. Eine Stellungnahme von Twitter legt nahe, dass das Board der Meinung ist, der Wert des Unternehmens sei nicht ausreichend kommuniziert worden. Zum Aufbruch in eine bessere Zukunft sei zudem eine Überarbeitung der Kommunikationsstrategie erforderlich. Die Nachfolge Strickers, der von Google kam, bleibt offen, bis geklärt ist, wer neuer CEO wird. (Quelle: [Bits-Blog der „New York Times“](#))
3. **Franz steigt bei Honda auf: Oliver Franz** (42) ist als Nachfolger von **Peter Freund** seit dem 1. Juli neuer Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Honda Deutschland in Frankfurt am Main. Vorgänger Freund wechselte bei Honda auf die Position als Leiter Business Planning Automobile. Franz arbeitet seit 2011 bei Honda und war zuletzt für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Motorrad zuständig. Bis dort ein Nachfolger gefunden ist, betreut er den Zweiradbereich kommissarisch weiter. Franz ist im Rahmen seiner neuen Aufgabe **Gerald Heinecke** zugeordnet, der Deputy General Manager Marketing und PR ist.
4. **Rasche spricht für AstraZeneca: Julia Rasche** ist seit Anfang Juli neue Pressesprecherin des forschenden Pharma-Unternehmens AstraZeneca in Wedel. Sie wurde Nachfolgerin von **Sebastian Schaffer**, der nun stellvertretender Senatssprecher der Stadt Hamburg ist. Rasche kommt aus der Produktkommunikation von AstraZeneca, wo sie während der vergangenen drei Jahre als PR-Managerin gearbeitet



5. hat. Ihre neue Vorgesetzte ist die Leiterin Unternehmenskommunikation, **Kristin Breuer**.
5. **Neuer Referent PR und Kommunikation bei Parador: Manuel Glöckner** (31) ist als Nachfolger von **Josi Brunner** seit dem 1. Juli als Referent PR und Kommunikation für den Coesfelder Bodenhersteller Parador tätig. Glöckner ist zuständig für die Pressearbeit sowie die externen und internen PR-Aktivitäten des Unternehmens. Vorgängerin Brunner wechselte bereits Anfang des Jahres als Leiterin Unternehmenskommunikation und Marketing zu Surteco Decor. Glöckner berichtet an die Marketingleiterin bei Parador, **Birgit Kunth**.
6. **Von Audi zum „Reutlinger Generalanzeiger“: Armin Zimny** (49), seit 2011 als Pressesprecher bei Audi, hat die Schreibtischseite gewechselt und arbeitet nun für die Reutlinger Regionalzeitung. Dort wird er als stellvertretender Chefredakteur und Ressortleiter Wirtschaft eingesetzt. Damit kehrt er zurück zu seinen beruflichen Wurzeln als Journalist. So war er zwischen 2005 und 2008 stellvertretender Ressortleiter Wirtschaft bei den „Stuttgarter Nachrichten“. Seine Nachfolge bei Audi ist noch nicht geregelt.
7. **Von Check 24 zu Speexx: Oliver Halbig** (29) arbeitet seit dem 1. Juli als PR- und Social-Media-Manager beim Anbieter von Online Sprachtrainings Speexx mit Sitz in München. Die Position wurde neu eingerichtet. Halbig kommt von Check 24, wo er zuletzt als Produktmanager tätig war. Bei Speexx berichtet er an **Catherine Higginson**, Head of Corporate Communications.
8. **Nordt übernimmt für Machholz bei Pharma Privat: Maike Machholz** (35), seit Ende 2011 beim Braunschweiger Unternehmen Pharma Privat für die Kommunikation und Pressearbeit verantwortlich, verabschiedete sich zum 17.

Juli für rund ein Jahr in Elternzeit. Ihre Kollegin **Fiona Nordt** (48) wird sie in diesem Zeitraum vertreten. Nordt sammelte ihre Erfahrungen in der Unternehmenskommunikation bei der Deutschen Bank in Frankfurt, der Verlagsgruppe von Holtzbrinck in Berlin und bei der Mast-Jägermeister AG in Wolfenbüttel, deren Abteilung für Presse und Information sie leitete. Nach der Geburt ihrer drei Söhne arbeitete sie im Bereich Praxismarketing und Kommunikation. Seit dem 1. Juni ist sie bei Pharma Privat tätig.

9. **Bohl ergänzt Business Communications-Team bei Sky: Jens Bohl** (38) ist seit dem 10. Juli als Senior Manager neues Mitglied im Business Communications-Team der Abteilung Corporate Communications von Sky in Unterföhring. Der Neuzugang ist vor allem für die Kommunikation des Sky Vermarkters Sky Media Network. Er berichtet an **Britta Krämer**, Head of Business Communications / Corporate Communications. Bohl kommt von United Internet Media, dem Online-Vermarkter der United Internet-Portale Web.de, GMX und 1&1, wo er als Senior PR-Manager und Pressesprecher die Pressearbeit und Social Media-Aktivitäten für sämtliche Unternehmensmarken verantwortete.
10. **Heimerzheim kommuniziert für Hydro Aluminium Rolled Products: Peter Heimerzheim** (52) hat bereits am 1. Mai bei Hydro Aluminium Rolled Products in Grevenbroich die neu geschaffene Aufgabe als Vice President Communications & Public Affairs übernommen. In dem internationalen Unternehmen ist er **Ingher Sethov** in Oslo zugeordnet, die dort im Vorstand des Hydro-Konzerns die globale Kommunikation und das Lobbying verantwortet. Heimerzheim kam von der SMS Group, wo er als Vice President Corporate Communications & Marketing tätig war.
11. **König leitet bei Königsdruck Service die Kommunikation: Julia König** (33) leitet seit dem 1. Juli die Kommunikation bei Königsdruck Service in Berlin. König ist in der neu geschaffenen Position sowohl für die Kunden- als auch für die Produktkommunikation zuständig. Sie kam von der Herzfeld Akademie, wo sie ebenfalls die Unternehmenskommunikation leitete. Zuvor war sie in der Internen Kommunikation des Axel Springer Verlags tätig. Bei Königsdruck Service berichtet sie an die Geschäftsführerin **Carolin Zacharias**.

Germanwings-Absturz: Jetzt geht die Kommunikations- krise erst richtig los

Lufthansa hat die Krisenkommunikation beim Germanwings-Absturz sehr gut gemeistert. Doch jetzt kommen die Anwälte und zerschießen – absichtlich – die Reputation der Kranich-Airline. Die härteste Phase für die Krisenkommunikatoren kommt erst noch.

Was Lufthansa jetzt noch tun kann, [lesen Sie hier](#).

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

12. **Becker von Agentur LMG zum Mandarin Oriental-Hotel: Carolin Becker** (32) arbeitet seit dem 1. Juli als PR- und Communications-Managerin für das Hotel Mandarin Oriental in München. Sie war zuvor als Senior PR Managerin bei der Münchener PR Agentur LMG Management tätig. Bei ihrem neuen Arbeitgeber berichtet Becker an **Rabea Keller**, Director of Sales & Marketing.
13. **Neue Aargauer Bank mit neuem Kommunikationschef: Daniel Mollet** (59) leitet als Nachfolger von **Christoph Steiner** seit dem 1. Juli Unternehmenskommunikation und Generalsekretariat der Neuen Aargauer Bank (NAB) mit Sitz in Aarau, Schweiz. Vorgänger Steiner, der diese Funktion knapp 20 Jahre lang ausübte, hat das Unternehmen verlassen. Mollet arbeitete vor seinem Wechsel zur Neuen Aargauer Bank als selbständiger Kommunikations- und Governance-Berater. Bei der NAB berichtet er an den Direktor und Leiter Präsidialbereich **Thomas Wechsler**.
14. **Wehrli wechselt zum 1. September zu Mediapulse in Bern: Christopher Wehrli** (47) übernimmt vom 1. September an die Leitung der Kommunikation beim Medienforschungsunternehmen Mediapulse in Bern. Er wird damit verantwortlich sein für die interne und

externe Kommunikation sowie die Neupositionierung des Unternehmens. Wehrli wird Nachfolger von **Nico Gurtner**, der das Unternehmen Ende August verlässt. Zuletzt arbeitete Wehrli als Leiter Kommunikation und Creative Director bei Gassmann Media. Bei Mediapulse wird er an die Geschäftsführerin **Franziska von Weissenfluh** berichten.

15. **Hattrup löst Berle als Unternehmenssprecherin bei Thalia ab:** **Julia Hattrup**, bereits seit 2011 in der Kommunikationsabteilung des Buchhandelsunternehmens Thalia Holding GmbH in Hagen, wird ab dem 30. November neue Unternehmenssprecherin bei ihrem Arbeitgeber. Sie löst Mirjam Berle ab, die 2009 zu Thalia kam und in den vergangenen Jahren den Aufbau und die Weiterentwicklung der Unternehmenskommunikation verantwortete. Bevor Berle zum Buchhändler Thalia kam, leitete sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der time:matters GmbH, einem Dienstleistungsunternehmen, das zur Lufthansa-Konzernfamilie gehört. (Quelle: „buchreport.de“)
16. **Corp-Com von Media-Saturn meldet zwei Neuzugänge:** **Christian Bölling** (36) als Manager Corporate Communications und **Dominik Durben** (36) als Manager Corporate Sponsorships verstärken seit dem 1. Juli die Abteilung Corporate Communications der Media-Saturn-Holding GmbH in Ingolstadt. Bölling kam von Osram, wo er zuletzt Pressesprecher und Verantwortlicher für Social Media war. Durben war zuvor sechs Jahre lang bei the sportsman media group, einer deutschen Agentur im Bereich Medienrechte und Sportvermarktung tätig, zuletzt als Director Marketing Rights. Beide berichten im Rahmen ihrer neuen Aufgaben an die Unternehmenssprecherin und Vice President Corporate Communications der Media-Saturn-Holding GmbH, **Andrea Koepfer**.
17. **Baldes kehrt als PR-Chef zurück an den Ring:** **Uwe Baldes** (52) ist seit dem 1. Juli neuer Leiter Unternehmenskommunikation der capricorn Nürburgring GmbH. Der gelernte Sportjournalist hat das spezielle Nürburgring-Flair mit der Muttermilch aufgesogen, denn er wuchs in Adenau, in unmittelbarer Nähe des Rings, auf. Seine Laufbahn begann er als Volontär beim Sport-Informations-Dienst (sid). Später wurde er dann Leiter Öffentlichkeitsarbeit der DTM-Dachorganisation ITR, Pressesprecher für die Motorsport-Aktivitäten der

**Zu schnell
für Ziele?**

**Kommunikations-
planung mit
Lautenbach Sass.**

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

Adam Opel AG und Leiter Marketing und Kommunikation bei der Volkswagen Motorsport GmbH. Baldes berichtet direkt an **Carsten Schumacher**, Geschäftsführer der Nürburgring GmbH in Nürburg.

18. **Dalan leitet Konzernkommunikation bei Borgward:** **Marco Dalan** (48), zuletzt vier Jahre lang Sprecher Finanzen beim Volkswagen Konzern in Wolfsburg, verantwortet seit dem 1. Juli die weltweite Kommunikation der Borgward Group AG in Stuttgart. Dalan bringt für seine neue Aufgabe auch Erfahrungen aus dem Journalismus mit, mehr als zehn Jahre war er vor seiner Zeit bei Volkswagen Wirtschaftsredakteur und Korrespondent bei der Tageszeitung „Die Welt“. In seiner neuen Funktion berichtet Dalan direkt an den Vorstandsvorsitzenden von Borgward, **Ulrich Walker**.
19. **Röseler wechselt von der CDU zur Deutschen Post DHL:** **Oliver Röseler** (45), seit 2005 in Diensten der CDU, hat zum 1. Juli die Leitung der Berliner Konzernrepräsentanz der Deutschen Post DHL übernommen. Bei der CDU verantwortete er verschiedene Aufgaben in den Bereichen Marketing und Interne Kommunikation. Röseler wurde Nachfolger von Michael Jansen, der in die Konzernrepräsentanz von Volkswagen gewechselt ist. Röseler

berichtet an **Rainer Wend**, Leiter des Zentralbereichs Politik und Regulierungsmanagement bei der Deutschen Post DHL.

20. **Huawei Deutschland richtet Public Affairs-Funktion ein: Torsten Küpper** (45) hat seit Mai die neu geschaffene Funktion als Vice President und Director Corporate & Public Affairs bei Huawei Technologies Deutschland, Düsseldorf, inne. Küpper, der seit 2008 verschiedene Funktionen bei Huawei Technologies wahrgenommen hat, zeichnet verantwortlich für die Außenbeziehungen des Unternehmens in Deutschland. Er berichtet an Chief Executive Officer **Kevin Hu**.
21. **Neue PR-Chefin bei Porzellan-Manufaktur Meissen: Sandra Jäschke** übernahm zum 1. Juli die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der staatlichen Porzellan-Manufaktur Meissen. Zuvor war sie von Juni 2010 bis Dezember 2014 stellvertretende Regierungssprecherin und Abteilungsleiterin in der Sächsischen Staatskanzlei für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. In der Porzellan-Manufaktur berichtet sie direkt an Geschäftsführer **Tillmann Blaschke**. Die Position Jäschkes wurde neu geschaffen, zuvor lag die Kommunikationsarbeit in den Händen verschiedener Agenturen.

Personalien compact - Agenturen (7) (28./29. KW-2015)

1. **Kompaktmedien holt langjährigen WAZ-Marketingchef: Stefan Zowislo** (52) verstärkt seit Juni die Geschäftsleitung der Kommunikationsagentur Kompaktmedien. Er leitet die strategische Beratung in der rund 30-köpfigen Berliner Agentur, die unter anderem auf politische Kommunikation und Kampagnenarbeit für Bundes- und Landesministerien spezialisiert ist. Vor seinem Wechsel war Zowislo Geschäftsführer der staatlichen Geschäftsstelle „Luther 2017“, die mit der Vorbereitung und Vermarktung des Reformationsjubiläums beauftragt ist. Von 2004 bis 2012 leitete er das Marketing und unter anderem auch einige Jahre die Kommunikation der WAZ Mediengruppe (heute FUNKE Mediengruppe) in Essen.
2. **pioneer communications mit drei neuen Consultants: Josephine Brückner, Stefanie Schreiber und Nadine Thielow** sind seit Juni neue Mitglieder im Team der Leipziger Kommunikationsagentur pioneer communications. Brückner (28) steigt nach ihrem Studium der



Kommunikations- und Medienwissenschaft und ihrem Praktikum bei pioneer communications nun als feste Mitarbeiterin bei der Leipziger Agentur ein. Ebenfalls seit Juni dabei: Schreiber. Die studierte Medienmanagerin war vor ihrem Wechsel als Kontakterin bei einer Leipziger Werbeagentur tätig. Thielow war zuvor als Kommunikationsstrategin einer Berliner Kommunikationsagentur sowie für die PR-Unit von Ogilvy in Düsseldorf tätig.

3. **Simon heuert bei Media Concept in Berlin an: Achim Simon** (53), in den vergangenen sieben Jahren als freiberuflicher Journalist unterwegs, ist seit dem 1. Juli Senior Consultant bei Media Concept in Berlin. In der neu geschaffenen Position verstärkt er das Hauptstadtbüro der Kommunikationsagentur. Er berichtet an den Geschäftsführer **Peter Gerlach**.
4. **Online-Marketing Agentur ReachAd stellt PR-Managerin ein: Bianca Frömer** ist seit dem 1. Juli neue Marketing- und PR-Managerin bei der Münchner Online-Marketing Agentur ReachAd. Die Position wurde neu eingerichtet. Frömer ist im Rahmen ihrer neuen Aufgabe zuständig für Konzeption und Umsetzung der Marketing-Strategie sowie die Unternehmenskommunikation. Zuvor war sie bei der Managementberatung Mücke, Sturm & Company tätig, wo sie ebenfalls in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Marketing gearbeitet hat.
5. **consense communications erweitert Content-Team: Andreas Strasser** (33) unterstützt ab sofort das Team Content der consense communications gmbh. Die Münchner Agentur für PR und Marketingkommunikation baut damit ihre Kompetenz im Bereich Storytelling sowie Themenentwicklung und -management

weiter aus. Strasser kommt von der Ziggy.mediahouse GmbH, wo er Unternehmensfilme, Online-Spots und Dokumentationen für die Marketingkommunikation von Kunden aus dem Automotive-Bereich (Audi AG, Volkswagen AG) entwickelt und redaktionell umgesetzt hatte.

6. **Cziesche gründet Agentur für strategische Kommunikation: Dominik Cziesche** (37) hat im Juni die Agentur Brunswick in Berlin verlassen, um sich selbständig zu machen. Er gründete die Beratungsagentur für strategische Kommunikation und Verhandlungsführung Panke Street. Cziesche war bei Brunswick seit 2012 als Director angestellt. Zuvor war er als Berater bei der Boston Consulting Group, Redakteur beim „Spiegel“ und Mitarbeiter von **Frank-Walter Steinmeier** tätig, als dieser Chef der SPD-Bundestagsfraktion war.
7. **DigitasLBi verpflichtet Geißler als Director Social Media:** Die digitale Marketing- und Technologieagentur DigitasLBi erweitert ihr Team mit **Sebastian Geißler** (33) als Director Social Media am Standort München. In der neu geschaffenen Position verantwortet er den weiteren Ausbau des Fachbereichs Social Media für nationale und internationale Agenturkunden. Er berichtet direkt an **Andreas Teigeler**, Chief Creative Officer von DigitasLBi. Vor seinem Wechsel war Geißler bei den Webguerillas seit 2010 in verschiedenen Positionen und zuletzt als Head of Social Media Concept für Social Media Strategien tätig.

Etats

Vierfacher Etat-Gewinn für lottmann pr



Die Düsseldorfer Agentur lottmann pr freut sich über vier neue Kunden, die bis zum Juli den Zuschlag erteilt haben. Mit Aramark, alca mobil logistics & services gmbh, Sachsenmilch und der Initiative Textile Räume baut die inhabergeführte Agentur mit Sitz in Düsseldorf, Berlin und Hamburg ihren Kundstamm weiter aus und erweitert ihr Portfolio in den Bereichen Food, Gastronomie, Automobil und Verbands-Arbeit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



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

Testen Sie uns kostenlos!

Jetzt-PR übernimmt Pressearbeit für Mannheimer Kulturprojekt „Gegen das Vergessen“



Die Düsseldorfer Agentur Jetzt-PR unterstützt das Mannheimer Kulturprojekt

„Gegen das Vergessen“ und betreibt bundesweite und regionale Presse- und Medienarbeit für die Installation des Fotografen Luigi Toscano. Am 16. September startet an der Alten Feuerwache Mannheim das als Foto-Installation umgesetzte Kulturprojekt „Gegen das Vergessen“. Anlässlich des 70. Jahrestages der Befreiung der Konzentrationslager werden dazu 70 der insgesamt rund 200 Portraits von KZ-Überlebenden an der Gebädefassade weit sichtbar angebracht. Die großformatigen Portraits des Fotografen Toscano ermöglichen so die direkte visuelle Begegnung zwischen KZ-Überlebenden

und Passanten im Alltag. Ziel ist es, die unbegreifliche Unmenschlichkeit des Völkermords durch Personifizierung zu vergegenwärtigen – gleichzeitig ist sie eine stille Aufforderung geschlossen gegen Antisemitismus und Rassismus vorzugehen.

Foto: Kulturprojekt „Gegen das Vergessen“, Luigi Toscano

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Etats compact (17) (28./29. KW-2015)

1. **Tower PR unterstützt Markteintritt der oncnostics GmbH**
 Diagnostik-Unternehmen oncnostics GmbH, Jena
 was: Produkt- und Unternehmenskommunikation, Pressearbeit
 an: **Tower PR**, Jena
2. **Görs Communications setzt 15. TRIZ Future Conference in Szene**
 Internationale Konferenz für Innovation und erfinderisches Problemlösen, Berlin
 was: PR, Content Marketing und Social Media
 an: **Görs Communications**, Hamburg
3. **Donner & Doria kommuniziert für all4cloud**
 Cloud-Company all4cloud GmbH & Co. KG, Viernheim
 was: Presse- und Medienarbeit, Social Media sowie das Content Marketing
 an: **Donner & Doria Public Relations GmbH**, Heidelberg
4. **Schwartz Public Relations kommuniziert für Emarsys**
 Anbieter cloud-basierter Marketing-Technologien Emarsys, Wien
 was: Presse- und Medienarbeit in der Region DACH
 an: **Schwartz Public Relations**, München
5. **Ansel & Möllers gewinnt Etat der RES Deutschland GmbH**
 Projektentwicklungsunternehmen für Erneuerbare Energien RES Deutschland GmbH, Stuttgart
 was: Planung und Umsetzung der PR-Strategie
 an: **Ansel & Möllers GmbH**, Stuttgart
6. **Edelman übernimmt Neupositionierung von Alete**
 Babynahrungshersteller Alete GmbH
 was: Strategische Beratung zur kommunikativen Neupositionierung,



7. **Edelman Deutschland**, Frankfurt am Main
Blume PR gewinnt Möbel-Onlinestore „Joss & Main“ als Neukunden
 Möbel-Onlinestore Joss & Main, Galway (Irland)
 was: Presse- und Medienarbeit sowie B-to-C-Kommunikation in Deutschland
 an: **Blume PR GmbH & Co. KG**, Hamburg
8. **Ecker & Partner für Game City Wien**
 Verein wienXtra, Wien
 was: Presse- und Medienarbeit für Computer- und Konsolenspiel-Event Game City (2.-4.10.15)
 an: **Ecker & Partner Öffentlichkeitsarbeit und Public Affairs GmbH**, Wien
9. **Website-Spezialist Zeta Software vertraut Straub & Linardatos**
 Zeta Software GmbH, Göppingen
 was: Presseservices und PR zur Steigerung der Bekanntheit
 an: **Straub & Linardatos GmbH**, Hamburg
10. **Serviceplan One im Dialog mit MAN**
 MAN Truck & Bus Deutschland GmbH, München
 was: Überarbeitung und Erneuerung der CRM-Maßnahmen
 an: **Serviceplan One**, München
11. **SteinbachPR betreut Start up "Senioren Wohnwechsel"**
 Dienstleistungsunternehmen "Senioren

- Wohnwechsel", Düsseldorf
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Blogger Relations
an: **SteinbachPR**, Wachtberg (Nähe Bonn)
12. **Gletscherbahnen Kaprun AG vergibt PR-Etat an Wilde & Partner**
Gletscherbahnen Kaprun AG (Österreich)
was: Pressearbeit zur Profilschärfung und Bekanntheitssteigerung
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
13. **wbpr kommuniziert für Gut Thiemendorf**
Schweinezuchtunternehmen Gut Thiemendorf GmbH & Co. KG, Heideland
was: Strategische Beratung, Unternehmenskommunikation, Medienarbeit und -monitoring
an: **wbpr_Kommunikation GmbH**, Unterföhring
14. **Zwilling mit neuer Online- und PR-Agentur**
Zwilling J.A. Henckels AG, Solingen
a) was: Neue Informationsarchitektur, Relaunches Website und Onlineshops
an: **denkwerk GmbH**, Köln
b) was: Strategische Beratung, PR-Begleitung der Marketing- und Vertriebsaktivitäten
an: **agentur05** (Teil des Agenturnetzwerks BrandGalaxyGroup), Köln
15. **Schwartz Public Relations gewinnt GT Nexus**
IT-Unternehmen GT Nexus Europe GmbH, Hamburg
was: PR- und Medienarbeit in der Region DACH
an: **Schwartz Public Relations GmbH**, München
16. **Corporate Media-Unit des Zeit Verlags produziert „Aufbrüche“**
Joachim Herz Stiftung, Hamburg
was: Bildungsmagazin „Aufbrüche“
an: **Tempus Corporate**, Hamburg



Kräfte. Das 2004 in den USA gegründete Unternehmen wurde 2013 von Hill+Knowlton Strategies gekauft und gilt als wichtiger Player in Sachen Content Marketing. Das Unternehmen entwickelt digitale Inhalte, mit denen sich Unternehmens- und Produktmarken im nationalen und globalen Wettbewerb positionieren können.



H+K-CEO Ernst Primosch (Foto) wurde im Zuge des geplanten Auftritts von Group SJR in Deutschland auch gleich CEO des Unternehmens in der Region DACH. Primosch spricht von Content

als dem „neuen Gold im Marketing und in der Kommunikation“ und verspricht: „Mit der Bündelung von nationalem und internationalem Know-how und Ressourcen sehen wir große Chancen für deutsche Unternehmen, die im globalen Wettbewerb um Aufmerksamkeit stehen.“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Serviceplan baut Kölner Standort aus und übernimmt brandrelation



Die Serviceplan Gruppe baut den Kölner Standort aus und übernimmt die dort ansässige Kommuni-

kationsagentur brandrelation mit seiner kompletten zehnköpfigen Mannschaft und allen Kunden. Erst vor einem Jahr startete Serviceplan seine Aufbauarbeit in der Domstadt. Der Standort ging aus der Agentur Liquid Campaign Köln hervor. Die Führungscrew in Köln besteht nun aus Serviceplan-

Agenturen

Hill+Knowlton setzt mit Hilfe von Group SJR auf Content Marketing

Hill+Knowlton Strategies (H+K) und die amerikanische Spezialagentur für Content Marketing, Group SJR, bündeln im deutschsprachigen Markt ihre

Partner Tobias Grewe, Tobias Liu (*Foto r.*), der von Interone Düsseldorf kam und bei Serviceplan Köln seit Jahresbeginn als Geschäftsführer an Bord ist, sowie Oliver Grüttemeier (*l.*), einem der Gründer und Geschäftsführer der Kommunikationsagentur brandrelation. Grüttemeiers brandrelation-Partner Sven Hecker hingegen hat den Absprung gewählt. Er will stattdessen den Consulting-Ableger in Hamburg weiterführen. Grüttemeier zum Wechsel von brandrelation unter das Dach von Serviceplan: „Nach 15 Jahren selbständigem Unternehmertum freue ich mich besonders auf die Vernetzung und den Austausch mit den Kollegen der Serviceplan Gruppe. Unsere Kunden werden von der Erweiterung unserer Kompetenzfelder profitieren.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

WPP übernimmt Mehrheitsanteil bei Nicole Weber Communications

WPP ist der neue Mehrheitseigner der Hamburger PR-Agentur Nicole Weber Communications (NWC). Wie WPP am 7. Juli bekannt gab, hat die Commarco GmbH, die unter dem WPP-Dach zuständige Holding für Kommunikations- und Marketing-Services-Agenturen im deutschsprachigen Raum, die Mehrheitsanteile an NWC erworben. Zuvor hatte sich Agenturinhaberin Nicole Weber vom vorherigen Netzwerkpartner Golin, vormals Golin Harris, getrennt. Wie der „PR-Report“ berichtet, hatte Weber dazu offenbar die Anteile an ihrer Agentur zurück gekauft, die sie vor mehr als drei Jahren zu 100 Prozent an Golin verkauft hatte. Nur so konnte offensichtlich das Geschäft mit WPP ermöglicht werden. Weber hatte ihre Agentur 1996 gegründet, mit rund 30 Mitarbeitern erwirtschaftete sie im vergangenen Jahr einen Umsatz von 2,4 Millionen Euro. NWC hat seine Schwerpunkte in den Bereichen Lifestyle, Consumer Electronics und Automotive. Zu den Kunden der Agentur gehören Unternehmen wie Opel, ASOS und Olympus.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Serviceplan gründet neue Unit Content Marketing



Die Serviceplan Gruppe erweitert ihr Leistungsspektrum und gründet gemeinsam mit dem Journalisten Dominik Schütte (*Foto*) den Geschäftsbereich „Serviceplan Content Marketing“: Unter dem Dach der Serviceplan Agenturgruppe bietet die neu geschaffene Einheit in München Content-Strategien an, die ideal verzahnt sein werden mit der Kreative-, Media- und Digitalkompetenz der Agentur. Die neue Unit, die bei Serviceplan Public Relations angesiedelt ist, wird sich dem Storytelling und der redaktionellen Beratung sowie Betreuung von Kunden widmen. Das Leistungsangebot umfasst zwei Schwerpunkte: die Entwicklung von Marken zu Medienmarken sowie die Integration von Multichannel-Newsrooms im Rahmen von aktualitätsgetriebenen Werbekampagnen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Verband der Krisenkommunikations-Agenturen hat zwei neue Mitglieder



Die [Crisis and Litigation Communicators' Alliance \(CLCA\)](#) hat am 30. Juni die Aufnahme

von zwei neuen Mitgliedern bekanntgegeben. [WeR1 Consultants](#), eine Investor- und Kommunikationsagentur mit Sitz in Singapur, und [Schneider | Minar | Jenewein Consulting \(SMJ\)](#), eine österreichische Agentur für strategische Rechts- und Krisenkommunikation mit Sitz in Wien verstärken künftig das Netzwerk der CLCA. Der in London ansässige Verband wurde im Jahr 2009 von drei Gründungsmitgliedern in Europa und den Vereinigten Staaten als internationales PR Netzwerk ins Leben gerufen mit dem Ziel, maßgeschneiderte Kommunikationslösungen im Bereich der Krisen- und rechtsstreitbegleitenden PR zu bieten. Deutsches Mitglied und

Mitbegründer der CLCA ist die [Holzinger Associates GmbH](#) in München, die Anfang 2014 den Kunstsammler Cornelius Gurlitt vertrat.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Agenturen compact (3) (28./29. KW-2015)

1. **Claudia Bachhausen-Dewart gründet CBD.Corporate:** Die ehemalige Leiterin der globalen Unternehmenskommunikation der Bauer Media Group hat sich in Hamburg und Leichlingen (Rheinland) selbständig gemacht und begrüßt ihren ehemaligen Arbeitgeber als einen der ersten Kunden. Mit ihrem Beratungsunternehmen will sie ein breites Spektrum der Unternehmenskommunikation abdecken. Ein Schwerpunkt soll die Entwicklung von Corporate Storys werden. Sie will Unternehmen damit helfen, sich mit klaren Botschaften in ihren Märkten zu platzieren. Vor ihrer Zeit bei Bauer leitete sie mehrere Jahre die Kommunikationsarbeit von Weight Watchers.
2. **Agentur mainFreiraum feiert 10. Geburtstag:** Die Agentur [mainFreiraum - Marketing & Kommunikation mit Meerblick](#) wurde im Juli 2005 von **Elke Sander** gegründet. Was mit dem Ausstieg aus der Festanstellung begann, hat sich nach zehn Jahren zu einer inhabergeführten Agentur mit zehn festen und freien Mitarbeitern sowie Kunden aus Entertainment und Lifestyle entwickelt. Das Leistungsspektrum der Agentur umfasst strategische Marketing- und Kommunikationsberatung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Online-Marketing, Social Media Beratung sowie Umsetzung.
3. **Travel Lifestyle Network (TLN) expandiert weltweit:** TLN, ein internationales Netzwerk unabhängiger Marketing- und Kommunikationagenturen aus der Reise-, Tourismus- und Lifestyle-Branche, hat zehn neue Partner ernannt. Mit den neu beigetretenen Mitgliedern aus Europa, Asien und Amerika **wächst das Netzwerk auf insgesamt 21 Agenturen**, die PR- und Marketingservices in nun 25 Ländern anbieten. Für die kommenden Monate ist der Beitritt weiterer Agenturen geplant. Weitere Informationen auf der jüngst runderneuerten [Website von TLN](#), das übrigens von der KPRN network GmbH, Frankfurt am Main, mitbegründet wurde.

Unternehmen

Kooperation zwischen Ausschnitt und Meta Communication: Synergien stellen sich ein



Nach einem erfolgreichen Markenrelaunch Anfang des Jahres blicken die Berliner Medienbeobachter weiterhin positiv in die Zukunft. Die Teams sind gewachsen, nicht zuletzt durch die strategische Partnerschaft mit Meta Communication. Insbesondere am Kreuzberger Standort gab es einen deutlichen Zuwachs durch die neuen Kollegen. „Insgesamt 107 neue Teammitglieder durften wir allein in diesem Jahr bei uns begrüßen“, berichtet Andreas Westermann (Foto), Geschäftsführer der Deutschen Medienbeobachtungs-Agentur. „Nicht alle Kollegen sitzen fest bei uns, viele Redakteure sind in modernen Home-Office-Lösungen mit uns verbunden. Das Pressespiegelteam vor Ort hat sich verdoppelt. Für unsere Kunden bedeutet das letztlich noch mehr Kompetenz und Expertise. Unsere Teams lernen voneinander und nutzen Synergien bestmöglich aus. Wir sind der Full-Service-Dienstleister und Marktführer in der Medienevaluation in Deutschland und gemeinsam mit META möchten wir nun das Segment der A-Kunden im Bereich individueller Evaluationsdienstleistungen stärker bedienen.“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Abstimmung im Netz: Fünf Vordenker der Krisenkommunikation ermittelt

Das Netz hat abgestimmt und die beiden Faktenkontor-Protagonisten Roland Heintze und Jörg Forthmann haben ein Buch draus gemacht. Inhalt: die „Vordenker in der Krisenkommunikation“. 2.000 Pressesprecher waren aufgefordert, ihre persönlichen Favoriten als „Vordenker in der Krisenkommunikation“ vorzuschlagen. Nach kritischer Sichtung

der Nominierungen wurde 30.000 Fach- und Führungskräften der PR eine Shortlist mit zehn Kampagnen zur Bewertung vorgelegt, aus der sie die fünf Preisträger – allesamt aus Unternehmen – per Online-Umfrage wählten.

Das Ergebnis: Thomas Seeger, Leiter PR und



Recht bei der Alfred Ritter GmbH & Co. KG, Emilio Galli-Zugaro (Foto), der scheidende Kommunikationschef der Allianz SE, Alexander Leinhos, Leiter Externe Kommunikation bei Vodafone,

Barbara Schädler, Head of Lufthansa Group Communications, und Andreas Bork, Deutschland-Chef von Burger King, waren die fünf Persönlichkeiten, die mit ihrem Krisenmanagement der vergangenen Jahre am nachhaltigsten in Erinnerung blieben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Farbstreit vor Gericht: Nivea-Blau vom BGH bestätigt, Sparkassen kämpfen ums Rot



Das Nivea-Blau wurde bestätigt: Der Bundesgerichtshof (BGH) hat am 9. Juli ein Urteil des Bundespatentgerichts aus dem Jahr 2013 aufgehoben. Darin ging es um die Löschung der von Beiersdorf registrierten Farbmarke des typischen Nivea-Blaus. Auf Veranlassung eines Wettbewerbers hatte das Bundespatentgericht die Löschung der Farbmarke aus dem deutschen Markenregister angeordnet. Das Verfahren wird jetzt vor dem Bundespatentgericht neu aufgenommen. Beiersdorf begrüßt die Entscheidung des Bundesgerichtshofs, der die Farbe als Marke sieht – und nicht nur als dekorativen Hintergrund.

Einen sehr ähnlichen Prozess führen derzeit auch die Sparkassen. Genau wie Nivea haben auch sie

im Kampf um die Farbe Rot (HKS 13) vor dem Bundespatentgericht eine Niederlage erlitten. Die Santander Bank hat sich mit ihrer Auffassung durchgesetzt, dass der Markenschutz nicht für eine Farbe gelten könne.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Unternehmen compact (2) (28./29. KW-2015)

1. **Institut targeted! in Frankfurt am Main eröffnet: Birgit Kühne-Hellmessen**, die zuletzt als Marketing Director die Marke Fitness First aufgebaut hat, und **Peter Stiebling**, Geschäftsführer der tgmr Target Group, haben sich zusammen getan. Anfang Juli eröffneten sie ihr neues **Institut targeted!** in Frankfurt am Main. targeted! tritt das Erbe der vor 25 Jahren gegründeten tgmr Target Group Marketing Research GmbH an, deren Gründer Armin Münch im letzten Jahr verstorben ist. Alleinstellungsmerkmal von targeted! ist eine spezielle Methode der Potenzialforschung, genannt Chance®.
2. **Zurich Versicherung verständlicher, schneller und zeitgemäß:** Seit dem 16. Juli präsentiert sich die Zurich Versicherung, Bonn, mit einem **neu konzipierten Internet-auftritt**. Die technische Basis wurde dabei ebenso grundlegend neu entwickelt wie die Seitenstruktur, die Formulierungen sowie die Gesamtanmutung. Im Ergebnis ist die Benutzerführung nun aufgeräumter und übersichtlicher. Im Fokus der neuen Webseite stehen ganz klar die Bedürfnisse der Nutzer. Das gilt auch für die mobilen Besucher: responsive Webdesign ist umgesetzt.

Organisationen

Ferdinand von Reinhardstoettner neu im DPRG-Bundesvorstand

Der Bundesvorstand der Deutschen Public Relations Gesellschaft e. V. (DPRG), Berlin, hat mit sofortiger Wirkung Ferdinand von Reinhardstoettner



(Foto) als Beisitzer für den Rest der laufenden Amtsperiode bis zum Juni 2017 kooptiert. Der Social Media Officer bei Telefónica Germany wird im DPRG-Vorstand für den Arbeitsschwerpunkt „Social Media und Vernetzung“ zuständig sein. Er folgt in dieser Funktion Stefan Keuchel, der von diesem Amt zurückgetreten ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Österreich: Ausschreibungsstart für den Staatspreis Public Relations 2015

Die Ausschreibung für den österreichischen PR Staatspreis hat begonnen, im Jahr 2015 ist es die 32. Auflage. Das Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft in Wien setzt damit seit Jahren ein Zeichen für die Bedeutung von Public Relations im Wirtschaftsleben, im Sozialbereich, in Kultur, Wissenschaft und Politik. Die Verleihung des Staatspreises erfolgt im Rahmen der PR-Gala am 26. November 2015 durch den Public Relations Verband Austria (PRVA). Eingeladen zur Teilnahme sind PR-Schaffende aus Agenturen, Unternehmen und Organisationen jedweder Größe. Bis zum 25. September 2015 können Arbeiten in den folgenden Kategorien eingereicht werden: Corporate PR, Corporate Social Responsibility (CSR)-Kommunikation, Digitale Kommunikation, Interne PR & Employer Branding, Produkt- & Service PR sowie PR-Spezialprojekte. Weitere Informationen zur Ausschreibung finden sich auf der [PRVA-Website](#).

DRPR Broschüre mit Kommunikationskodex und allen Richtlinien erschienen

Der in Leipzig ansässige Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat eine Broschüre mit allen normativen Grundlagen, auf denen die Ratsarbeit gründet, veröffentlicht. Die (zunächst nur digital vorliegende) Publikation enthält den Deutschen Kommunikationskodex sowie alle Ratsrichtlinien. Zudem

wird das Selbstverständnis des Rats thematisiert. Die Broschüre steht ab sofort auf der [Website des DRPR zum kostenfreien Download](#) zur Verfügung.



Der DRPR nimmt sich der Aufgabe an, Missstände und Fehlverhalten bei der Kommunikation von Organisationen zu benennen und gegebenenfalls zu rügen. Diese Broschüre bietet eine Dokumentation aller aktuellen, normativen Grundlagen, auf die der Rat seine Arbeit stützt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Organisationen compact (1) (28./29. KW-2015)

1. **PRSHdigital: Neue mobile Website und eine dynamische Jobbörse** – Der PR-Studenten Hannover e.V. (PRSH) ist ab sofort „mobile-friendly“. Bereits Anfang 2014 hat der PRSH seine Website auf responsive Design umgestellt. Jetzt geht der „Mobile-First-Ansatz“ weiter: speziell für Smartphone-User gibt es nun eine **mobile Website**. Im Fokus der neuen Seite steht vor allem der **PRSH-Blog**. Auch die **PRSH-Jobbörse** erscheint im neuen Glanz. Einzelne Jobkategorien wie Trainee-, Vollzeit- oder Praktikastellen können nun in der Jobdatenbank beliebig ausgewählt, hinzugefügt oder entfernt werden. Für Smartphone-User geht es [hier zur Website](#).

Medien

Ehemaliger Volontär wird neuer „taz“-Chefredakteur

Georg Löwisch (41) wurde vom Vorstand der in Berlin erscheinenden „taz“ zum neuen Chefredakteur berufen. Ab Mitte September wird er somit alleiniger Nachfolger von Ines Pohl, die das Blatt bereits Richtung Deutsche Welle verlassen hat. Der bisherige Co-Chefredakteur in der Doppelspitze, Andreas Rüttenauer und geht zurück in die zweite Reihe und

bleibt der Redaktion als Autor und Leiter einer neu zu gründenden Zukunftswerkstatt erhalten. Löwisch kommt vom Magazin „Cicero“, wo er seit 2012 als Textchef tätig ist. Löwisch hat eine enge Bindung an die „taz“. 1998 absolvierte er dort sein Volontariat, von 2001 an schrieb er nach seinem Studium in Leipzig als Redakteur für die Reportageseite der „taz“, später folgte eine Zeit als Inlandsreporter. Im Jahr 2009 wurde er dann Ressortleiter bei der „sonntaz“. Löwisch sagte zu seiner Berufung: „Es ist schön, nach Hause zu kommen. Die taz ist die Zeitung der Zukunft. Und sie ist die stärkste Stimme der demokratischen Gegenöffentlichkeit in Deutschland. Ich will meinen Teil dazu beitragen, dass es so bleibt.“

Medien compact (3) (28./29. KW-2015)

1. **KNA komplettiert Chefredaktion:** Die Katholische Nachrichten-Agentur (KNA) GmbH erweitert ihre Chefredaktion um einen **Nachrichtenchef**. Wie das in Bonn ansässige Unternehmen am Montag mitteilte, hat **Gottfried Bohl** (48) diese Aufgabe seit dem 15. Juli übernommen. Er war zuvor Leiter der Multimedia-Abteilung der KNA. Seine Nachfolgerin dort ist **Marialuisa Plassmann** (52), die am 1. Juni von Gruner und Jahr zur KNA wechselte. Die neue KNA-Chefredaktion besteht nun aus **Ludwig Ring-Eifel** (54), Chefredakteur seit 2005, **Thomas Winkel** (53), Chef vom Dienst seit 2008 und stellvertretender Chefredakteur seit 2011, sowie Gottfried Bohl als Nachrichtenchef.
2. **Aus Tomorrow Focus Publishing wird BurdaForward:** Das Unternehmen steht unter der Führung von **Oliver Eckert** und ist bei **Hubert Burda Media Teil des Geschäftsbereichs von Vorstand Stefan Winners**. Burda hatte zum 1. Mai alle publizistischen Marken sowie den Digitalvermarkter Tomorrow Focus Media von der Tomorrow Focus AG gekauft und integriert. Unter dem neuen Dach der BurdaForward sind bereits zum Start fünf starke publizistische Digital-Marken gebündelt: das Nachrichtenportal „Focus Online“, das Digital-Lifestyle-Portal „Chip“, das News- und Debattenportal „Huffington Post“, das Finanzportal „Finanzen100“ sowie das Elternportal „Net-

Moms“. Über dieses Portfolio erreicht BurdaForward mehr als 25 Millionen Unique User in Deutschland.

3. **N24 verschwindet von der Bildfläche** – Welt-Gruppe und N24 setzen ihren Integrationsprozess fort und schaffen nun schrittweise ein **einheitliches Erscheinungsbild**: Nachdem zu Jahresbeginn „Welt“ und N24 in einer eigenen Gesellschaft zusammengeführt wurden und Redaktion sowie kaufmännische Bereiche schon intensiv an übergreifenden Themen arbeiten, werden nun die Angebote und Produkte unter einem Markendach vereint. Alle journalistischen Angebote der „Welt“ und von N24 im Web, in Print und im TV tragen in Zukunft „Welt“ im Namen. Das heißt: **Künftig wird auch N24 „Welt“ heißen**. Ziel ist es, digitales Leitmedium für Qualitätsjournalismus zu werden.

CSR + Reputation

Vordenker im Reputationsmanagement kürten und iPhone 6 gewinnen

Das Aufbauen von guter Reputation ist die Champions League der Kommunikation. Obwohl das Stichwort „Reputationsmanagement“ schon lange durch die Kommunikationsbranche geistert, gibt es nur wenig gute Beispiele. Wo sind wirklich gute Vorbilder im Reputationsmanagement? Um diese Fragen zu beantworten, sucht die Beratungsgesellschaft Faktenkontor Kommunikatoren, die im Reputationsmanagement exzellente Arbeit leisten. 2.000 Pressesprecherinnen und Pressesprecher wurden bereits befragt, wen sie für diese Auszeichnung nominieren. Nun sind Sie dran: Stimmen Sie hier darüber ab, welche Nominierten aus Ihrer Sicht ausgezeichnet werden sollen. Unter allen Teilnehmern wird ein iPhone 6 verlost. Anfang 2016 werden die Vordenker im Reputationsmanagement gekürt und in einem Sonderdruck in Kooperation mit dem Harvard Business Manager publiziert. [Zur Befragung geht es hier.](#)

Autoren-Beiträge

Einfach zum Heulen: Manche Online-Medien betrachten Leser als Klickvieh



Die Medien buhlen seit Ewigkeiten um die Aufmerksamkeit ihrer Leser. Gerade in der digitalisierten Medienwelt bedeutet dies: Die Geschichte alleine reicht nicht. Stattdessen müssen Nutzer zum Klicken, Liken und Teilen animiert werden. Wie kann Public Relations in einer Medienwelt agieren, in der Redaktionen am Zahlen- und Leistungsdruck verzweifeln?

Der Druck auf die Publisher nimmt heutzutage gewaltige Ausmaße an. Nicht nur die Aufmerksamkeit der Nutzer schwindet. Nein, in Zeiten von AdBlocker-Technologien, bei der Nutzer mit nur einem Browser-Plug-In alle Werbeanzeigen ausblenden können, müssen die Seitenbetreiber ihre Anzeigenflächen maximal auslasten. Schließlich können sie ihre kostenfreien Online-Angebote nur durch die Werbetreibenden refinanzieren. Die Medien befinden sich dabei auf ihrem Zenit inmitten einer in die Jahre gekommenen Medienlogik, in deren Dreiecksbeziehung von Werbetreibenden und Publishern die Rezipienten als williges Klickvieh eingefangen werden müssen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Rezension: Krankenhaus-PR nach guter alter Schule

Ein „How-to-do“-Ratgeber der alten Schule, so lässt sich das neue Buch „Erfolgreiche PR-Arbeit für Krankenhäuser. Patienten, Ärzte und Zuweiser gewinnen“ von Robert Schäfer charakterisieren. Auf 208 Seiten hat der Autor alles zusammengetragen, was PR-Frauen und PR-Männer so brauchen, wenn

sie ein Krankenhaus kommunikativ zu vertreten haben. Von der Selbstverortung, über Pressearbeit, Broschüren- und Veranstaltungsplanung bis hin zum etwas angehängt wirkenden Kapitel über den Auftritt im Internet behandelt der Autor die wichtigen



Themen, die in einem Praxisratgeber auftauchen müssen. Checklisten, Negativ- und Positivbeispiele, Praxistipps bis ins Detail und Anregungen zu beinahe allen Themen lassen das Buch vollständig erscheinen. Der Autor weiß, wovon er schreibt. Seit 2004 berät er nach eigenen Angaben Klinik-

ketten, Chefärzte und weitere Akteure der Gesundheitswirtschaft bei der Planung und Umsetzung von Marketing- und PR-Kampagnen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Fangt einfach mal an! - Gedankensprünge zweier Autorinnen zum Buch „Web oder stirb!“

Von Annett Helbig und Paula Slomian



Titel: Web oder stirb! Erfolgreiche Unternehmenskommunikation in Zeiten des digitalen Wandels; Autor: Kerstin Hoffmann; Verlag: Haufe 2015, 244 Seiten; 29,95 Euro; ISBN-13: 978-364 806 6003

Annett Helbig (l.): Ich denke, also bin ich? Heute müsste es wohl eher heißen: Ich bin im Web, also bin ich. Und wer da nicht ist, ist nicht. Also gar nicht. Nicht sichtbar und deshalb nicht relevant. Wie in Zeiten des digitalen Wandels erfolgreiche Unternehmenskommunikation funktionieren kann, erklärt uns



Kerstin Hoffmann.

Paula Slomian (r.): Als PR-Doktor gehört sie für mich schon lange zu den

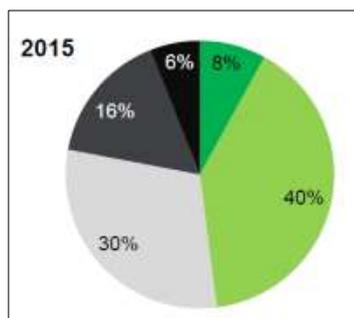
wenigen Fachautoren in Sachen Kommunikation, die ich regelmäßig und gern lese. Umso mehr freute ich mich auf die Lektüre von „Web oder stirb!“ Des- sen Kernthese – wer seine Kommunikation nicht sinnvoll, strategisch und integriert in dieses Internet bringt, kann eigentlich einpacken – ist gewiss nicht neu. Und doch ist genau das bei vielen Unterneh- men noch längst nicht gelebte Realität.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

TOP

Karrierebarometer

PR-Karrierebarometer: PR-Schaffende sind zuversichtlich – und zunehmend unzufrieden



Das Selbstver- trauen in der Bran- che ist hoch, die Zufriedenheit hin- gegen sinkt. Das sind auf einen Punkt gebracht die Ergebnisse des ak- tuellen PR-Karrie-

rebarometers von „[PR-Journal](#)“, [Institut für Kom- munikationsmanagement der Hochschule Osn- abrück](#) und [PR Career Center](#). Die Auswertung des aktuellen Karrierebarometers liefert Hinweise auf die Persönlichkeit und Motivation von PR-Schaf- fenden. Den Ergebnissen zufolge sind PR-Schaf- fende gewissenhaft, offen und selbstbewusst. So sind sich über 80 Prozent der Befragten sicher, dass sie ihre Arbeit immer fachgerecht ausführen; knapp zwei Drittel finden, dass sie für ihre Tätigkeit hundertprozentig qualifiziert sind. Gleichwohl sinkt die Jobzufriedenheit: Weniger als die Hälfte der Teilnehmer (48 %; grüne Teile im Kuchendiagramm) sind mit Ihrer Tätigkeit zufrieden (40 %) o- der sehr zufrieden (8 %); im vergangenen Jahr wa- ren es noch mehr als die Hälfte (58 %). Die Zahl der Unzufriedenen hat sich von 14 Prozent in 2014 auf

22 Prozent (16 % unzufrieden; 6 % sehr unzufrie- den) erhöht. Woran das liegt und wie diese Entwick- lung zu deuten ist, wurde am 16. Juli im Rahmen eines Mini BarCamps in den Räumen des PR Career Center diskutiert.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Seminare

Seminare compact (3) (28./29. KW-2015)

1. **Praxistage Interne Kommunikation 2.0 in Frankfurt am Main:** Die **SCM – School for Communication and Management** veranstaltet am **29. und 30. September** erneut die Praxistage Interne Kommunikation 2.0. Unter dem Motto „**Ihr Weg zum erfolgreichen Social Intranet**“ arbeiten Kommunikations- und Social Intranet-Experten in elf Workshops an Themen wie Social Collaboration und der erfolgreichen Einführung von Social Intranets. Referenten sind unter anderem Wendelin Auer, Sunzinet, Julian Bahrs, IPI, Lutz Hirsch, Hirschtec, Georg Kolb, Klenk & Hoursch, und Frank Wolf, eyo MitarbeiterApp. Weitere Informationen und Anmelde-möglichkeit direkt auf der [SCM-Website](#).
2. **Mit kraftvoller Stimme Stimmung erzeugen:** Wie wirksam die Ansprache einer Führungskraft, die Verkaufsargumentation eines Verkäufers oder die (Projekt-)Präsentation eines Spezialisten ist, hängt auch von der Stimme des Sprechenden ab. Deshalb veranstaltet das Institut für Sales- und Managementberatung (ifsm), am 23. / 24. November 2015 im Klostergut Besselich in Urbar bei Koblenz das **Seminar „Voice-Coachin“**. Die Teilnahme kostet 1.250,00 Euro (zzgl. MwSt.). Weitere Informa- tionen und Anmelde-möglichkeit finden sich auf der [ifsm-Website](#).
3. **Fünf Tage - 24 Trainingseinheiten – 24 Mal individuelles Feedback:** So intensiv ist das **Journalistische Schreibtraining (S1) bei der AFK Akademie Führung und Kommunika- tion** aus. Das nächste Training läuft vom 17. bis 21. August 2015 in Oberursel. Übungsintensive Trainingstage, ein lebendiger Trainingsrhythmus und steigende Textanforderungen sollen die Teilnehmerinnen und Teilneh- mer sicher machen in den unterschiedlichen

journalistischen Darstellungsformen. Auf dem Programm stehen: Nachrichtensprache, Umgang mit Nachrichtenwert, und Textaufbau unterschiedlicher journalistischer Darstellungsformen, die für PR-Fachleute wichtig sind. Weitere Informationen auf der [AFK-Website](#).

zet:project, von ihren Ideen zu überzeugen. Es winkt die Realisierung der selbst entwickelten PR-Strategien. Initiatorin und Unterstützerin des Praxisseminars ist Brigitte Kaltwasser, Inhaberin der Nürnberger PR-Agentur Kaltwasser Kommunikation, die das Seminar zusammen mit der TU Ilmenau vor 14 Jahren ins Leben gerufen hat.

Bildung

Studentenprojekt: Blog „PRtransfer“ geht mit neuer Redaktion und neuem Design online



Unter dem Motto „Forschung im Klartext“ präsentiert sich der [Blog „PRtransfer“](#) seit dem 8. Juli mit neuem Konzept, neuer Redaktion und neuem Design. Der studentische Blog stellt Erkenntnisse

aus PR- und Werbeforschung prägnant und verständlich dar. Oberstes Ziel ist es, PR-Praktikern relevante Forschungsbefunde zugänglich zu machen und akademisch fundierte Handlungsempfehlungen für ihre tägliche Arbeit an die Hand zu geben. Getragen wird der Blog von aktuell 17 Master-Studierenden der Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim in Stuttgart. Die organisatorische Leitung liegt bei Professor Wolfgang Schweiger, Leiter des Fachgebiets für Interaktive Medien- und Onlinekommunikation am Institut für Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Bildung compact (1) (28./29. KW-2015)

1. **PR-Pitch an der TU-Ilmenau am 17. Juli:** Dann stellen Studierende der Technischen Universität Ilmenau professionelle Kommunikationskonzepte vor, die sie in ihrem Studium entwickelt haben. Beim „PR-Pitch“, **einem Wettbewerb über den Auftragszuschlag**, versuchen die studentischen Nachwuchsagenturen, die realen Auftraggeber, die Insel Borkum und die Stuttgarter Eventagentur

Studien

GPRA-Vertrauensindex Juli 2015: Vertrauen der Deutschen in Tourismusbranche ist hoch

Sommerzeit ist Reisezeit. Doch politische wie wirtschaftliche Krisen in beliebten Urlaubsländern wie Tunesien, Ägypten und Griechenland dominieren derzeit die mediale Agenda. Die Deutschen lassen sich davon jedoch nicht verunsichern, wie der aktuelle GPRA-Vertrauensindex beweist. Demnach schneidet die Gesamtbranche „Gastgewerbe und Touristik“ bestens ab und liegt im Vertrauensranking nach dem Maschinenbau auf Platz 2 aller 15 erhobenen Branchen. Von diesen Ergebnissen kann die Finanzbranche als Schlusslicht der Branchenrangliste nur träumen, was zeigt: Einmal verlorenes Vertrauen lässt sich so schnell nicht zurückgewinnen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Vertrauensfrage im Fußball: Fans differenzieren – kleine Vereine haben Kredit, FIFA abgestraft



Kaum haben die Fußballclubs im Lande die Vorbereitung auf die neue Saison aufgenommen, richten die Medien ihre Aufmerksamkeit wieder auf das Kickergewerbe aus. Die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) wollte daher im Juni 2015 wissen, wie es nach dem Skandal um den Fußballweltverband FIFA um das Vertrauen in den

Fußball generell bestellt ist. Die Antwort der Befragten fällt differenziert aus. Während die FIFA wenig überraschend klar abgestraft wurde – 81 Prozent der Befragten haben kein Vertrauen –, können sich sogenannte kleine Vereinen wie Freiburg, Paderborn oder Augsburg über hohe Vertrauenswerte (72 % haben Vertrauen) freuen. Ermittelt wurden die Werte im Rahmen des GPRA-Vertrauensindex, der halbjährlich herausarbeitet, welchen Branchen die Deutschen ihr Vertrauen schenken. GPRA-Präsident Kohrs (Foto) ordnet das FIFA-Ergebnis so ein: „Die FIFA unterbietet sogar den bisherigen Vertrauens-Negativrekord der Finanzdienstleister. 81 Prozent Misstrauen – das hat bisher noch keiner geschafft.“ Doch die Vertrauensindex-Ergebnisse machen deutlich, dass die Befragten nicht alles über einen Kamm scheren.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Umfrage bei 50 Unternehmenssprechern: Lob für „FAZ“ und „Börsen-Zeitung“

Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ (FAZ) hat Deutschlands beste Wirtschaftsredaktion. – Das jedenfalls denkt die Mehrheit von rund 50 Unternehmenssprechern, die vom Fachtitel „Wirtschaftsjournalist“ befragt wurden. Weiter fand das im Oberauer-Verlag, Salzburg, erscheinende Fachmagazin heraus, dass das „Handelsblatt“ am meisten gelesen wird und die „Börsen-Zeitung“ handwerklich am besten gemacht ist. Den meisten Einfluss attestieren die Befragten dem „Spiegel“. Ein besonderes Lob ging an die „Börsen-Zeitung“ und die Nachrichtenagenturen: Ihr Vorgehen wird von den Unternehmenssprechern als besonders fair gewertet. Generell fiel den Befragten auf, dass Printjournalisten deutlich fairer sind und die journalistischen Sorgfaltspflichten wesentlich ernster nehmen als fast alle Fernsehjournalisten.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Studien compact (4) (28./29. KW-2015)

1. **Wie sehen Journalisten ihre eigene Zukunft?** – Antwort auf diese Frage soll eine internationale Studie von „newsroom.de“, Salzburg, und dem **ECCO-Agenturnetz**, Düsseldorf, liefern. Halten Journalisten zum Beispiel Paywalls für ein Zukunftsmodell oder sehen sie Chancen darin, per Blog unabhängig von traditionellen Medienhäusern zu publizieren? Die Studie wird gleichzeitig in 14 Ländern durchgeführt. Interessant dürfte der Vergleich mit der Situation in EU-Ländern wie Polen, Frankreich, den Niederlanden oder Spanien werden. Mit den internationalen Ergebnissen ist im September zu rechnen, die nationalen Zahlen liegen voraussichtlich Mitte August vor. Wer Journalist ist und sich beteiligen möchte, kommt hier zur [Befragung auf SurveyMonkey](#).
2. **Online-Umfrage zu Glaubwürdigkeit und Authentizität:** Gemeinsam mit der Agentur **Kuhn, Kammann & Kuhn** führt die **SCM – School for Communication and Management** für die im September erscheinende Ausgabe des Magazins „Beyond“ eine kurze Online-Umfrage durch. Die Umfrage zum Thema Glaubwürdigkeit und Authentizität umfasst fünf Fragen, läuft bis zum **19. August** und ist unter diesen [Link zu SurveyMonkey](#) erreichbar. Die Ergebnisse werden im September im Magazin „Beyond“ sowie auf dem Blog von Kuhn, Kammann & Kuhn veröffentlicht.
3. **Vertrauen in Lebensmittelwirtschaft weltweit gesunken:** Dem **Edelman Trust Barometer für die Lebensmittelbranche** zufolge ist das Vertrauen in die Lebensmittelwirtschaft im vergangenen Jahr in 19 von 27 untersuchten Ländern gesunken, Deutschland eingeschlossen: Nur noch 55 Prozent der Deutschen vertrauen der Lebensmittelwirtschaft, 2014 waren es noch 59 Prozent. Auch im GPRA-Vertrauensindex kamen die Lebensmittelproduzenten nicht gut weg, sie landeten im Branchenranking für Deutschland auf Platz elf. Nur die Branchen Transport und Verkehr, Schwerindustrie, Energie und Finanzen schnitten noch schlechter ab.
4. **Bessere Noten für Kommunikation:** Laut einer **repräsentativen Befragung** durch die GfK Marktforschung bewertet die „allgemeine Bevölkerung“ die Kommunikation von Unternehmen und Organisationen besser als vor zwei Jahren. **Die Zufriedenheit ist von 29 Prozent im Jahr 2013 auf 34 Prozent im Jahr 2015**

gestiegen. Die Stichprobe umfasste 1.000 repräsentativ ausgewählte Befragte in Deutschland. Die wissenschaftliche **Projektleitung hatte Michael Bürker** inne, der Professor an der Macromedia Hochschule ist. Gleichzeitig ist er Geschäftsführer der Münchner Agentur ComMenDo, die die Untersuchungsergebnisse auch zum Zwecke der Kundenwerbung einsetzt.

stellt. Ihre Leitfrage: Wie kann ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell für Journalismus aussehen? Zu zehn zentralen Trends erklärt sie: 1) Mobile & Mobile Reporting; 2) Social Media; 3) Datenjournalismus; 4) Die lange Form; 5) Unternehmerjournalismus; 6) Stiftungsfinanzierter Journalismus; 7) Hyperlokale Blogs; 8) Crowdfunding; 9) Native Advertising & Paid Content; 10) Multimedia. Auf [„horizont.net“](http://horizont.net) findet sich die Kurzbeschreibung. Über den Blog [„nextmedia-hamburg.de“](http://nextmedia-hamburg.de) von **Tillmann** lässt sich auch die [Langfassung der zehn Trends als kostenloses PDF](#) downloaden.

Lesehinweise

Lesehinweise compact (3) (28./29. KW-2015)

1. **Dubiose Angebote der PR-Branche an freie Journalisten** – Immer wieder bringen sie seriös arbeitenden PR-Leute in Verruf: dubiose Angebote von vermeintlichen PR-Experten an freie Journalisten zur Platzierung von Artikeln in der Presse. Einen neuen dreisten Versuch aus Dänemark hat jetzt „kress“-Chefredakteur Bülend Ürük zum Anlass genommen, mit dem Kölner Journalisten und Medien- sowie Politikwissenschaftler Frank Überall ein Interview zu führen. Überall, der als Professor an der HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft in Köln lehrt, fürchtet, „dass solche schlüpfrigen Kaufversuche im Journalismus zunehmen werden“. Lesen Sie das [vollständige Interview bei „kress.de“](#).
2. **Jahrbuch GWA Profi 2015 erschienen:** Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA hat das Jahrbuch „**Business-to-Business Kommunikation / GWA Profi 2015**“ im Frankfurter Allgemeine Buch-Verlag veröffentlicht. Erstmals beinhaltet das Jahrbuch neben den Agenturporträts der B-to-B-Spezialisten im GWA auch die erfolgreichsten B-to-B-Markenkampagnen des diesjährigen GWA Profi Award. Das Buch zum Preis 48,00 Euro von hat einen Umfang von 180 Seiten und dient als Nachschlagewerk für alle, die sich für aktuelle Trends und Best Practices im B-to-B-Marketing interessieren. Es kann die direkt beim [FAZ-Buch-Verlag](#) bestellt werden.
3. **10 Trends für Journalisten von heute:** Unter dieser Überschrift hat „Horizont“-Gastautorin **Pauline Tillmann** die Erkenntnisse einer 13-wöchigen Reise durch die USA zusammenge-

Tipps

Fünf Tipps für einen professionellen Auftritt auf Xing und LinkedIn



Digitale Business-Netzwerke sind ein wichtiger Ort, um Kontakte zu knüpfen und zu pflegen. Die Hamburger Managementberatung doubleYUU hat kürzlich eine Studie zum amateurhaften Vernetzungsstand deutscher Vertriebsprofs herausgegeben und dabei die häufigsten Stolpersteine auf Xing und LinkedIn identifiziert. Für PR- und Kommunikationsverantwortliche lohnt sich ein genauerer Blick in den Networking Benchmark (Titelabbildung) – denn ein professioneller Netzwerkauftritt schafft Vertrauen und trägt zur Image- und Reputationspflege bei. Willms Buhse, Gründer und CEO von doubleYUU hat fünf Tipps für einen souveränen Auftritt in digitalen Business-Netzwerken zusammengefasst.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps compact (1) (28./29. KW-2015)

1. **Aktuell, seriös, kompakt: neue App „F.A.Z. Der Tag“** – Die „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ hat mit „F.A.Z. Der Tag“ eine neue Nachrichten-App herausgebracht. Kostenlos liefert

sie die wichtigsten News des Tages in bildstarker Aufmachung. Eine übersichtliche Darstellung erleichtert den schnellen Überblick. Meldungen lassen sich nach unterschiedlichen Kriterien sortieren, zum Beispiel nach Resonanz in den sozialen Netzwerken. Eilmeldungen erscheinen per Push-Nachricht direkt auf dem Display. Der Service bleibt allerdings zunächst nur iPhone-Besitzern vorbehalten. Wann eine Umsetzung für Android-Nutzer zur Verfügung steht, wurde nicht mitgeteilt.

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (61)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *PR-Consultant Consumer für kleine, aber feine Lifestyle-Agentur in Hamburg*
- *GeSK in Berlin sucht (Junior-) PR-Berater/-in*
- *Junior PR-Berater (m/w), Wiesbaden*
- *Wir suchen Trainees / Junior Consultants (w/m), München*
- *Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Food & Lifestyle, Hamburg*
- *Account Executive/Junior PR-Berater (m/w), München*
- *Consultants (m/w) für Berlin*
- *(Senior) Account Manager PR (m/w) Corporate- & Krisenkommunikation, Hamburg*
- *Junior Account Manager PR (m/w), Hamburg*
- *International tätige Agentur im Rhein-Neckar-Raum sucht PR-Berater/in (auch Junior)*

- *Consultant (m/w) Consumer und Lifestyle PR, Düsseldorf*
- *redroses communications Hamburg sucht erfahrenen PR-Berater (m/w)*
- *Projektleiter/-in PR und Social Media in Lifestyle-Agentur, Berlin*
- *Havas PR Hamburg sucht (Junior) PR-Berater/in*
- *Junior PR Manager Tourismus in Lifestyle-Agentur, Berlin*
- *PR-Berater/in für den Bereich Marken-PR, Ludwigshafen a.R.*
- *Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Food & Lifestyle, Hamburg*
- *PR Berater (m/w) Schwerpunkt Health & Brands*
- *Junior PR-Berater/in, Köln*
- *Mann beißt Hund – Agentur für Kommunikation GmbH sucht PR-Berater/in, Hamburg*
- *PR-Berater und Juniorberater "Unternehmenskommunikation/Presse" (w/m), München*
- *Junior PR-Berater (m/w) Consumer- und Lifestyle PR, Stuttgart*
- *markenzeichen Frankfurt sucht Senior Berater(in) für starke Marken*
- *PR-Junior-Berater (m/w) für E-Commerce-, Mobile- und 3D-Themen, München*
- *Hamburger PR-Agentur sucht PR-Berater und PR-Senior-Berater (m/w)*
- *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*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*

Unternehmen

- *Referent/in Pressearbeit, Düsseldorf*
- *Internal Communication Manager (m/f) Global Injectables Platform, Frankfurt a.M.*
- *PR Manager B2B/IT (m/w), Schwalbach/Taunus*

- *Junior Manager Communications (m/w), München*
- *Internal Communications Manager (m/f), Neu-Isenburg*
- *Junior PR Manager (m/w), Berlin*
- *Social Media Manager (m/w), Berlin*
- *Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Frankfurt/Main*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 20. Juli 2015 um 18:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.030 Empfänger** versandt. Der Verteiler umfasst 16.713 Adressaten.

Impressum

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Gründer und Herausgeber:

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

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

REDAKTION:



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

Postadresse: Linzer Straße 72 b, 53604 Bad Honnef, Telefon: 02224 901616, Mobil: 0171 3326139;

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

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview":

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

Rubrik „PR-WebsiteCheck“:

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

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

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

Korrespondenten:

Berlin/Potsdam: Birgit Grigoriou, Berlin

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

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

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

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

München/Oberbayern: Frederic Sturm, München, Indoc-Film

Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner

Neuseeland: Linda Sasse, Wellington

USA: Dr. Markus Lemmens, New York.

Rezensionen:

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

Autoren:

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

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

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

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

Anschrift:

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

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

URL: www.pr-journal.de; www.prjournal.de;
www.pr-journal.ch; www.pr-journal.at; www.pr-journal.com.



Auflage kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin. Für 2014 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: 343.712 Visits und 828.038 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 942 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,4 Seiten aufgerufen.

SocialMedia-Seiten des PR-Journals:

Twitter: twitter.com/prjournal; twitter.com/prjobboerse;

Facebook: www.facebook.com/prjournal; www.facebook.com/prjobboerse;

Google+: plus.google.com/u/0/+prjournal/posts;
plus.google.com/114272728529044425944/posts

Und schauen Sie doch auch mal auf unsere anderen Internetangebote:

- Jobangebote und -gesuche: *PR-Jobboerse*
- PR-Datenbank *Agenturen*
- PR-Datenbank *Dienstleister*
- PR-Datenbank *Ausbilder*
- PR-Datenbank *PR-Ranking*
- PR-Datenbank *PR-WebsiteCheck*
- PR-Datenbank *PR-Termine*