

PR-Journal Newsletter

Nr. 487 / 40. KW 2015

*Ein Wort des Herausgebers
zum Thema Flüchtlinge*

**Kölscher Stammbaum:
Bitte anhören und nachdenken**

In jeder Talkshow, in jeder Diskussion – ob privat oder beruflich: Nichts beschäftigt die Menschen derzeit so stark wie das Thema Flüchtlinge, Zuwanderer, Vertriebene, Eingliederung... schaffen wir das? Mir ist dabei wieder mal der YouTube-Clip der Kölner Band „Bläck Fööss“ und des Kölner Jugendchors St. Stephan zum „Kölschen Stammbaum“ in Erinnerung gekommen. (Live-Mitschnitt beim Jubiläumskonzert „40 Jahre Bläck Fööss“ am 4. September 2010 auf dem Roncalliplatz in Köln). Ich lade Sie ein, sich dieses Stück gerade jetzt noch einmal anzuhören und darüber nachzudenken – ob mit oder ohne Gänsehaut. Auch wenn Sie nicht der kölschen Sprache bis ins Detail hinein mächtig sind, Sie werden verstehen, was ich sagen will.

*Freundliche Grüße
Ihr Gerhard A. Pfeffer*

Seite 1

Optimismus überwiegt – Honorar- und Trendbarometer 2015 der DPRG veröffentlicht

PR-Experten und Kommunikationsmanager schauen mehrheitlich optimistisch in die Zukunft. Sie erwarten, dass die Bedeutung von PR im Vergleich zu anderen Kommunikationsdisziplinen zunehmen wird. Dies unterstreicht das Honorar- und Trendbarometer der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) in seiner Ausgabe 2015. Neben einer aktuellen Honorar- und Gehaltsstruktur

erfasst die Studie die derzeitige Bedeutung und künftige Trends von PR sowie den Einsatz und die Wirksamkeit klassischer und neuer Kommunikationswege.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Bode löst Grühsem als Leiter der VW-Konzernkommunikation ab



Das haben Beobachter nach dem Rücktritt von Volkswagen-Vorstandschef Martin Winterkorn seit Tagen erwartet: Stephan Grühsem (53, Foto r.) ist als Leiter der VW-Konzernkommunikation abgelöst worden. Hans-Gerd Bode (54, Foto l.) übernimmt mit sofortiger Wirkung. Bode war bisher Leiter des Bereichs Presse und Öffentlichkeitsarbeit von Porsche in Stuttgart. Grühsem war seit dem Amtsantritt Martin Winterkorns als VW-Chef im Jahr 2007 für die gesamte Kommunikation verantwortlich. Er gilt als enger Vertrauter von Winterkorn, ebenso wie Bode wiederum ein enger Vertrauter des neuen VW-Chefs Matthias Müller ist. Müller selbst sagte zum Wechsel in der Konzernkommunikation: „Stephan Grühsem hat die Kommunikation des Konzerns in den zurückliegenden neun Jahren maßgeblich und strategisch klug geprägt. Dafür gilt ihm unser Dank und Respekt. Mit Hans-Gerd Bode übernimmt ein weiterer ausgewiesener Experte die Kommunikations-Leitung unseres Unternehmens. Er ist ein ausgezeichnete Kenner des Konzerns und der Branche.“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Volkswagen: Krisen-Task-Force unter der Führung von Hering Schuppener



Jetzt schlägt die Stunde der Krisenberater: Die Volkswagen AG hat sich in Deutschland, den USA und Großbritannien massive Agenturunterstützung eingekauft. Unter

Inhaltsverzeichnis

Der 487. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 47 Einzelmeldungen.

1. *Optimismus überwiegt – Honorar- und Trendbarometer 2015 der DPRG veröffentlicht*
2. *Bode löst Grühsem als Leiter der VW-Konzernkommunikation ab*
3. *Volkswagen: Krisen-Task-Force unter der Führung von Hering Schuppener*
4. *Reitmeier übernimmt bei Mars europäische Kommunikations-Verantwortung*
5. *Claas Sandrock wird bei Unicepta Geschäftsführer Innovation*
6. *GPRA mit neuer Leiterin Marketing und Kommunikation*
7. *Personalien compact - Agenturen (4) (40. KW-2015)*
8. *Personalien compact - Sonstige (9) (40. KW-2015)*
9. *Personalien compact - Unternehmen (5) (40. KW-2015)*
10. *Schwartz Public Relations übernimmt die Kommunikation für Sharp Electronics Europe*
11. *Etats compact (15) (40. KW-2015)*
12. *Neue Kommunikationsagentur im Rhein-Neckar-Dreieck gestartet*
13. *Münchener Agentur PR-COM feiert 25-jähriges Bestehen*
14. *Havas baut um und gründet deutschlandweite Content Marke*
15. *Strategieprozess auf spielerische Weise vermitteln: Auf der Suche nach dem roten Nashorn*
16. *Agenturen compact (2) (40. KW-2015)*
17. *25 Jahre deutsche Einheit: Die Wende in den DAX-Vorständen beginnt erst jetzt*
18. *Berliner Flughäfen stellen Unternehmenskommunikation neu auf*
19. *Organisationen compact (1) (40. KW-2015)*
20. *Behrendt-Ratschläge: Mitarbeiter und Kollegen plädieren für eine realistische Berufsdarstellung*
21. *Branche compact (1) (40. KW-2015)*
22. *Verlagsgruppe Handelsblatt stellt Vermarktung neu auf*
23. *Wie glaubwürdig ist CSR-Kommunikation?*
24. *Imageuntersuchung: Diesel-Skandal lässt Markenimage von Volkswagen einbrechen*
25. *Food-Marken auf Instagram – Agentur Wake up stellt Studie vor*
26. *Präzise Texte im Wertewandel: Was versteckt sich in den Codes?*
27. *PR-Interview Nr. 133 – Tina Berns: „Wir lieben Fehler“*
28. *Stevie Awards: Erste Anmeldephase endet am 14. Oktober*
29. *Termine compact (3) (40. KW-2015)*
30. *Seminare compact (1) (40. KW-2015)*



31. *DAPR verlängert Anmeldephase für berufsbegleitendes Masterstudium*
32. *EU-Forschungsprojekt: Wie PR-Strategen die Wahrnehmung von Kriegen beeinflussen?*
33. *Studie: Eklatante Unterschiede zwischen Selbst- und Fremdbild von Führungskräften*
34. *Studien compact (1) (40. KW-2015)*
35. *Lesehinweise compact (1) (40. KW-2015)*
36. *Preise und Awards compact (2) (40. KW-2015)*
37. *AYGOnet: Sichere Kommunikation für anonyme und vertrauliche Dialoge mit Ratsuchenden*
38. *Stamm Medien-Newsletter Oktober 2015*
39. *PR-Journal: 28.851 Besucher im September 2015; 20 neue Jobangebote; 24,1 % nutzen Mobilversionen*
40. *Jobbörse*
41. *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

der Führung von Hering Schuppener, Frankfurt am Main, arbeiten Kekst und Edelman, beide USA, sowie Finbury, London, daran, Krisen-PR für Volkswagen zu betreiben. Der Schwerpunkt von Edelman liegt dabei auf der Ansprache der Endkunden in den USA. Das berichtet der „PR Report“ mit Hinweis auf die Quelle „Holmes Report“. Allerdings fügte der „Holmes Report“ hinzu, dass Vertreter von Hering Schuppener die Meldung nicht kommentieren wollten, von Volkswagen habe man keine Antwort erhalten. Wie dringend jetzt koordinierte Kommunikationsarbeit für den Wolfsburger Konzern ist, zeigt auch der dramatische Einbruch der Imagewerte von Volkswagen. Das "PR-Journal" berichtet an anderer

Stelle über eine [aktuelle Untersuchung von YouGov-BrandIndex](#).

Personalien

Reitmeier übernimmt bei Mars europäische Kommunikations-Verantwortung



Die langjährige Corporate-Affairs-Direktorin von Mars Deutschland, Jutta Reitmeier (48, Foto), wird zukünftig als Vice President Corporate Affairs für die Kommunikation von mehr als 30 europäischen Märkten verantwortlich sein. Reitmeier wird in ihrer neuen Aufgabe die Kommunikation in denjenigen europäischen Märkten koordinieren, die eine zusammengefasste Unternehmensstruktur verschiedener Mars Geschäftsbereiche haben, und ist in ihrer neuen Funktion zukünftig auch Mitglied des Europäischen Multisales Management Boards. Neben ihrer neuen Zuständigkeit wird Reitmeier Mars weiterhin in deutschen Institutionen und Verbänden vertreten. Vor ihrer Zeit als Corporate-Affairs-Direktorin für Deutschland verantwortete Reitmeier 14 Jahre verschiedene Managementpositionen bei der Wrigley GmbH, die seit 2008 zu Mars, Incorporated, gehört.

Claas Sandrock wird bei Unicepta Geschäftsführer Innovation



Claas Sandrock (50, Foto) wird neben Oliver Minasso und Georg Stahl neuer Geschäftsführer der Unicepta Medienanalyse GmbH in Köln. In der neu geschaffenen Position verantwortet er ab Januar 2016 die Themen Innovation und IT. Ein weiterer Schwerpunkt seiner Tätigkeit wird die Kundenberatung. Sandrock wechselt von der internationalen Kommunikationsberatung Brunswick,

A&B One

bei der er seit März 2011 als Partner tätig ist, zu Unicepta nach Köln.

Zuvor war er unter anderem Kommunikationschef der Beiersdorf AG sowie der E-Plus Mobilfunk GmbH. Zusammen mit den Geschäftsführern Stahl und Minasso und der Geschäftsleitung (Theres Essmann, Michael Matern und Sebastian Rohwer) soll er daran mitwirken, für die Kunden die Chancen der fortschreitenden Digitalisierung zu nutzen. Außerdem kümmert sich Sandrock um die weitere Internationalisierung des Unternehmens, die Entwicklung neuer Produkte und das Erschließen neuer Zielgruppen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA mit neuer Leiterin Marketing und Kommunikation



Andrea Schumacher (39, Foto) leitet seit dem 1. Oktober Marketing und Kommunikation beim Agenturverband Gesellschaft PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) in Frankfurt am Main. Sie folgt auf Anne-Laure Esters, die die Position seit 2013 inne hatte und die GPRA aus privaten Gründen Richtung Dubai verlassen hat. Schumacher kommt von der PR-Agentur kprn network, wo sie als Senior PR Managerin tätig war. GPRA-Präsident Uwe A. Kohrs: „Wir freuen uns, dass Andrea Schumacher ab sofort bei der GPRA mit an Bord ist. In Zusammenarbeit mit dem Präsidium wird sie Themen wie Nachwuchsqualifikation,

faire Pitch- und Ausschreibungsregeln und Evaluation in der PR vorantreiben sowie die Visibilität der GPRA in der Branche weiterhin erhöhen“.

Personalien compact - Agenturen (4) (40. KW-2015)

1. PR People verstärkt sein Team am Standort Köln:

Elena Späth (28) ist seit dem 1. Oktober neue Junior-Beraterin bei der inhabergeführten Agentur pr people International GmbH & Co. KG. Die gebürtige Siegenerin kommt vom Technologieunternehmen Dyson, wo sie zuvor ein zweijähriges Traineeship in der Unternehmenskommunikation absolviert hatte und anschließend als Project Coordinator PR / Marketing tätig war. Späth erlangte zuvor einen Bachelor in Language & Communication der Universität Siegen sowie einen Abschluss als Fachwirtin für Marketingkommunikation an der Westdeutschen Akademie für Kommunikation in Köln.

2. Grey Berlin komplettiert kreatives Führungsteam

Christian Anhut wird neuer Executive Creative Director in der Berliner Dependence von Grey Germany und Mitglied im Führungsteam rund um Managing Director **Matthias Meusel**. Der vielfach ausgezeichnete Kreative ist aktuell noch bei BBDO Berlin als Creative Director tätig. Seine neue Aufgabe wird er Anfang des Jahres übernehmen. In seiner neuen Funktion wird Anhut Nachfolger von **Oliver Handlos**, der die Agentur Ende Juli verlassen hatte.

3. Zwei Neuzugänge für Medienfabrik in Gütersloh

Kommunikationswissenschaftlerin **Michelle Schreiner (30)** verstärkt als Analystin die strategische Planung der Agentur. **Jens Sommerfeld (51)**, erfahrener Creative Director, leitet ab sofort das Creative Department der Medienfabrik. Schreiner bringt Know-how und Erfahrungen im Bereich der Kommunikationsforschung mit. Zuletzt arbeitete sie als Research Executive in der Marken- und Werbeforschung beim Marktforschungsinstitut Ipsos in Hamburg. Sommerfeld bekleidet die neue geschaffene Position eines Kreativ-Direktors. Er blickt auf umfangreiche Agenturerfahrung zurück – unter anderem bei Scholz & Friends, BBDO und Grey.

KOMM-PASSION

4. Internet-Expertin Reindke wechselt auf Agenturseite

Sue Reindke wird neue Mitarbeiterin der auf politische Kommunikation spezialisierten Berliner Agentur Network Media GmbH (NWMD). Die Agentur will den Bereich digitale Kommunikation ausbauen und hat Reindke zur Verstärkung des Social Media-Teams verpflichtet. Die im Internet auch unter dem Pseudonym „Happy Schnitzel“ bekannte Reindke war zuvor als freie Beraterin für Digitale Strategie und Konzeption tätig und gründete das Headhunter-StartUp „Netzköpfe“. In der Vergangenheit arbeitete sie unter anderem für die Agenturen TLGG und Neue Werte sowie für das „Neon“ Magazin.

Personalien compact - Sonstige (9) (40. KW-2015)

1. **Aus der Medien- in die Politikwelt:** **Svenja Friedrich (34)**, seit 2009 in der Kommunikation von Axel Springer und dort zuletzt als Senior PR-Managerin tätig, hat den Berliner Medienkonzern verlassen. Die Pressesprecherin wechselte zum 1. Oktober ins Sprecherteam des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur. Welche Aufgaben sie genau im Team von Bundesverkehrsminister **Alexander Dobrindt** übernimmt, ist nicht bekannt. (Quelle: „horizont.net“)

2. **Vom Spieleentwickler in die Politik:** **Dennis Heinert (36)** ist als Nachfolger von **Jan Dube** seit Mitte September neuer Pressesprecher der Grünen Bürgerschaftsfraktion in Hamburg. Vorgänger Dube wechselte als Pressesprecher in die Behörde für Umwelt und Energie. Heinert war zuvor Head of Public Relations beim Spieleentwickler Innogames in Hamburg.

Er berichtet an den Fraktionsvorsitzenden **Anjes Tjarks** sowie an die Geschäftsführerin **Ulrike Eggers**.

3. **Metzger folgt auf Boroch bei AOK Hessen**
Ralf Metzger wird bei der AOK Hessen für eine Übergangszeit neuer Unternehmenssprecher. Vorgänger **Wilfried Boroch** (54), der Unternehmenssprecher und Mitglied des Geschäftskreisleitungs-kreises war, hat die Krankenkasse verlassen. Zum 1. Oktober hat er eine Professur für Gesundheits- und Sozialmanagement an der FOM – Hochschule für Oekonomie und Management angetreten. Bei der AOK Hessen verantwortete er die Bereiche Unternehmenspolitik, Kommunikation und Marketing.
4. **Vodafone-Institut holt Pohl von der „Welt“:**
Friedrich Pohl (38) ist neuer Leiter Kommunikation beim in Berlin ansässigen Think Tank Vodafone Institut. Zuvor war Pohl knapp zehn Jahre in unterschiedlichen Funktionen bei der Welt-Gruppe tätig, unter anderem als verantwortlicher Seite-1-Redakteur und zuletzt als Managing Editor. Pohl ist in seiner neuen Funktion **David Deißner**, Leiter Strategie und Programme, und **Mark Speich**, Geschäftsführer des Vodafone Instituts, zugeordnet.
5. **Herzig spricht für den Skiverband Swiss-Ski:**
Erika Herzig (41) leitet seit dem 1. Oktober die Abteilung Medien und Kommunikation beim Schweizerischen Skiverband Swiss-Ski mit Sitz in Muri bei Bern. Sie folgt auf **Stefan Hofmänner**. Vor ihrem Wechsel war Herzig als Projektleiterin Events bei der Agentur Eventcourt tätig. Bei Swiss-Ski berichtet sie an den Direktor **Markus Wolf**.
6. **Heckmann spricht für Barmer in Berlin / Brandenburg:**
Markus Heckmann (37) arbeitet seit dem 1. September als neuer Pressesprecher für die Landesvertretung Berlin/Brandenburg der Krankenkasse Barmer. Er wurde Nachfolger von **Daniel Freudenreich**, der in die Pressestelle der Barmer-Hauptverwaltung gewechselt ist. Heckmann war zuvor PR-Berater bei der Kommunikationsagentur A&B One tätig. Bei Barmer berichtet er an den Unternehmenssprecher **Athanasios Drougias**.
7. **Herrmann für Adam im Landreis Hersfeld-Rotenburg:**
Dirk Herrmann (38) hat zum 2. September die Leitung der Stabsstelle Kommunikation im Landkreis Hersfeld-Rotenburg übernommen und tritt somit auch als Pressesprecher auf. Die



Ämter hat er von Michael Adam übernommen, der im Landratsamt andere Aufgaben wahrnimmt. Herrmann kam von der CDU-Fraktion im Thüringer Landtag, wo er zuletzt Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie stellvertretender Fraktionsgeschäftsführer war. Im Landkreis Hersfeld-Rotenburg berichtet er den Landrat **Michael H. Koch**.

8. **Verlage Koehler und Mittler mit neuer PR-Managerin:**
Stefanie Breitbarth, zuletzt Pressereferentin bei der Immobilienberatung talocasa, wird neue PR- und Marketing-Managerin für die Verlage Koehler und Mittler, die zur Maximilian Verlag GmbH & Co. KG in Hamburg gehören. Sie zeichnet verantwortlich für die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Vor ihrer Tätigkeit als Pressereferentin war Breitbarth mehr als zehn Jahre als Journalistin und Online-Redakteurin für den „Kölner Stadt-Anzeiger“ tätig.
9. **Neue Geschäftsführerin der Otto Beisheim Stiftung**
Annette Heuser, noch bis Ende des Jahres 2015 Leiterin der Bertelsmann Foundation North America, übernimmt ab Februar 2016 den Aufbau und die Geschäftsführung der Otto Beisheim Stiftung in München. Darüber hinaus wird sie auch den Bereichs **Public Relations und Kommunikation der Beisheim Group** in Düsseldorf verantworten, der Vermögensverwaltung des 2013 verstorbenen Metro-Mitgründers Otto Beisheim. Heuser war insgesamt 20 Jahre in der Bertelsmann Stiftung und im Unternehmen Bertelsmann tätig. Seit 2008 war sie mit der Gründung und dem Aufbau der Bertelsmann Foundation als eigenständiger Schwesterstiftung der deutschen Bertelsmann Stiftung in Washington DC betraut.

**Personalien compact - Unternehmen (7)
(40. KW-2015)**

1. **Neue PR- und Social Media-Managerin bei Armedangels:**
Katia Winter (30) arbeitet seit Mitte August als PR & Social Media Managerin beim Modelabel Armedangels in Köln. Die Position wurde neu geschaffen. Winter ist sowohl für die strategische und operative Umsetzung aller globalen PR- und Social-Media-Aktivitäten zuständig wie auch für die Entwicklung und den Aufbau einer einheitlichen Markensprache. Zuletzt war sie bei True Fruits, wo sie ebenfalls als PR & Social Media-Managerin angestellt war. Bei Armedangels berichtet sie an die Geschäftsführung.
2. **Neue PR-Leiterin bei San Francisco Coffee:**
Julia Korner (31) ist seit dem 1. September neue Marketing- und PR-Managerin bei der San Francisco Coffee Company in München. Sie leitet die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, das Produkt-Marketing und die Markenstrategie. Vorgängerin **Katharina Unger** hat das Unternehmen verlassen. Korner wechselte von der Agentur KMS Team, wo sie als Brand Strategy Consultant tätig war. Sie berichtet an den General Manager René Opitz und an den Chief Executive Officer **Michael Dörrenberg**.
3. **Interims-Mandat für Euler bei car2go:**
Herbert Euler (61) hat Mitte September beim Carsharing-Unternehmen car2go, Stuttgart, im Rahmen eines sechsmonatigen Interims-Mandat die Leitung Global Communications übernommen. Er berichtet an **Roland Keppler**, CEO der car2go Group GmbH. Euler verantwortete viele Jahre lang die Unternehmenskommunikation bei verschiedenen Airlines und Touristikunternehmen. Seit 2011 ist er als freier PR-Consultant mit herberteuler Kommunikation, Hannover, selbstständig.
4. **Neue Pressesprecherin bei Velux:**
Britta Warmbier hat zum 1. Oktober die Leitung der PR- und Öffentlichkeitsarbeit der Velux Deutschland GmbH in Hamburg übernommen. Die studierte Medienwissenschaftlerin war zuletzt Mitglied der Geschäftsleitung der Kommunikationsagentur LessingvonKlenze in München. Sie löst Astrid Unger ab, die den Dachfensterhersteller nach sechs Jahren Unternehmenszugehörigkeit verlässt.

Like or dislike: Mut zu ernstesten Themen und Emotionen

Kommt nach „Daumen rauf“ nun auch „Daumen runter“? Eine zweideutige Aussage von Facebook-Chef Marc Zuckerberg sorgt für Spekulationen im Netz: „Die Menschen haben seit vielen Jahren nach einem Dislike-Button gefragt. Wir haben sie schließlich gehört und wir arbeiten daran.“

Es geht jedoch nicht um die Ablehnung von Beiträgen, sondern um die Möglichkeit, außer Sympathie auch Empathie auszudrücken, etwa Mitgefühl oder Trauer.

Was das für die PR bedeutet, [lesen Sie hier](#).

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

5. **Jung neuer Leiter Public Affairs bei Vattenfall: Alexander Jung** (51), seit 2007 in unterschiedlichen Positionen bei Vattenfall – zuletzt Generalbevollmächtigter in Berlin –, verantwortet künftig zusätzlich den Bereich Public Affairs und Media Relations Germany bei dem Energieunternehmen. Er managt in dieser Position die zusammengelegten Bereiche Energiepolitik und Pressearbeit für das gesamte Geschäft in Deutschland.
6. **Neue Leiterin Strategie und Public Affairs bei Messe Hamburg: Julia Odebrecht** (35), zuletzt Referentin der Geschäftsführung, ist zur Leiterin der Abteilung Strategie und Public Affairs bei Hamburg Messe und Congress befördert worden. In der neu geschaffenen Position berichtet sie direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung, **Bernd Aufderheide**. Ihre Hauptaufgaben sind die Steuerung der politischen Aktivitäten und die Fortschreibung der Strategie für die unternehmensübergreifenden Projekte der Hamburg Messe und Congress.
7. **Neuer Referent für politische Kommunikation beim Flughafen Hamburg: Sebastian Lauwerth** (30), zuletzt Referent für Verkehrspolitik und digitale Infrastruktur im Bundestagsbüro von **Patrick Schnieder** (CDU), arbeitet seit dem 1. September ebenfalls als Referent

für den Flughafen Hamburg. Die Position für politische Kommunikation wurde neu eingerichtet. Bei Lauwerth sollen alle Aktivitäten im Bereich der politischen Kommunikation gebündelt werden. Lauwerth berichtet an **Stefanie Harder**, Leiterin Unternehmenskommunikation und Service am Flughafen Hamburg.

Etats

Schwartz Public Relations übernimmt die Kommunikation für Sharp Electronics Europe



Die Münchner Agentur Schwartz PR meldet einen weiteren neuen Kunden: Ab

sobald nimmt auch Sharp Electronics Europe die Dienste der Agentur in Deutschland, Österreich und der Schweiz in Anspruch. Nach einem Etatgewinn im Juli und zwei weiteren im September – darunter auch das taiwanesisches Unternehmen High Tech Computer Corporation (HTC) – ist Schwartz PR damit erneut ein dicker Fisch aus dem großen Teich der Electronic-Anbieter ins Netz gegangen. Das Unternehmen mit Hauptsitz in London ist die europäische Tochtergesellschaft der Sharp Corporation in Japan und gehört zu den weltweit führenden Entwicklern unter anderem von Display-Technologien und Dokumentenmanagement-Lösungen. Schwartz Public Relations arbeitet dabei eng mit der 2013 in Deutschland neu gegründeten Sharp Business Systems GmbH zusammen, die sich vor allem auf den Bereich Document Solutions fokussiert. Da das Unternehmen seit 2015 mit der Umstrukturierung seines Europa-Geschäfts begonnen und sich hier nun ausschließlich auf das B-to-B-Geschäft fokussiert, liegt die Hauptaufgabe von Schwartz PR in der Unterstützung in diesem Bereich.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Zu schnell für Ziele?

Kommunikationsplanung mit Lautenbach Sass.

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

Etats compact (15) (40. KW-2015)

1. **Mehr leben im Leben – Janssen Deutschland startet Storytelling-Kampagne**
Janssen-Cilag Deutschland GmbH, Neuss
was: Kampagne „Mehr leben im Leben“
an: **Ketchum Pleon**, Düsseldorf
2. **ABC Healthcare promotet Lippenpflege**
ocean pharma GmbH, Reinbek
was: Kommunikationsetat für das Lippenpflegemittel Spirularin®
an: **ABC Healthcare**, Düsseldorf
3. **KPRN network verteidigt PR-Etat für South African Tourism**
South African Tourism, Johannesburg (Südafrika)
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Marketingunterstützung für drei Jahre
an: **KPRN network GmbH**, Frankfurt am Main
4. **Ticketgarden bucht Beratungsticket bei The Skills Group**
Online-Ticketplattform Ticketgarden.com, Wien
was: Strategieberatung und Medienarbeit
an: **The Skills Group**, Wien
5. **Neue Etatgewinne für Lobster Experience**
 - a) Gangtey Goenpa Lodge in Bhutan
 - b) Altafiumara Resort & Spa in Südtalien, Nähe San Giovanni und Scilla
 - c) Hotelgruppe Lošinj Hotels & Villas in

Kroatien

was: Kommunikation und Positionierung im deutschsprachigen Markt, Verkaufsförderung
an: **Lobster Communications GmbH**, Offenbach

6. **Mehr Präsenz im hohen Norden für primo PR**
Nordic Life & Style Hotel „Alte Post“, Flensburg
was: On- und Offline-Kommunikation
an: **primo PR**, Frankfurt am Main
7. **Einführungskampagne für neue News-App BR24**
Bayerischer Rundfunk, München
was: Crossmediale Kampagne zum Start der Nachrichten-App „BR24“
an: **webguerillas GmbH**, München
8. **Yelp vergibt Kommunikations-Etat an Piabo**
Empfehlungsplattform Yelp Inc., Dublin (Irland)
was: Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland
an: **Piabo medienmanagement GmbH**, Berlin
9. **Wilde & Partner begleitet Markteintritt von weekend4two**
Invit Travel GmbH
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Region DACH für Online-Portal weekend4two
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
10. **A.B.S. Global Factoring setzt auf Fink & Fuchs**
Full-Service-Factoring-Unternehmen A.B.S. Global Factoring AG,
was: Ausbau der PR- und Dialogkommunikation sowie der Online-Kommunikation
an: **Fink & Fuchs Public Relations AG**, Wiesbaden
11. **Blume PR gewinnt Etat von Wecon home**
Teppichproduzent Wecon Home GmbH, Pinneberg
was: Kommunikationsetat
an: **Blume PR GmbH & Co. KG**, Hamburg
12. **LessingvonKlenze begleitet Bio-Beef-Kommunikation bei McDonald's**
McDonald's Deutschland Inc., München
was: Kommunikation rund um die neuen „McB.“
an: **PR-Agentur LessingvonKlenze**, München
13. **Segara kommuniziert für Reiseveranstalter andBeyond**
Lodgebetreiber und Luxusveranstalter andBeyond, Johannesburg (Südafrika)
was: Pressearbeit in der Region DACH
an: **segara Kommunikation GmbH**, München



Agenturen

Neue Kommunikationsagentur im Rhein-Neckar-Dreieck gestartet

SCHICK! heißt eine neue Kommunikationsagentur, die in Wiesloch gestartet ist. Gegründet wurde sie von Uwe Schick (47), der bisher Mitglied der erweiterten Geschäftsführung der Agentur Script Communications in Frankfurt am Main war. SCHICK! will Unternehmen aller Größen im Bereich B-to-B beraten und – so sein ausdrückliches Ziel – ihnen mehr Absatz verschaffen. Die Agentur will bei der Zielfindung beraten, geeignete Kommunikationskanäle empfehlen, Argumentationen und Redaktionspläne erstellen sowie die Verantwortlichen auf die Gespräche mit ihren Interessenten vorbereiten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Münchener Agentur PR-COM feiert 25-jähriges Bestehen



25 Jahre deutsche Einheit und 25 Jahre PR-COM in München. Im Oktober 2015 feiert die Münchener PR-Agentur PR-COM ihren 25. Geburtstag. Sie hat sich spezialisiert auf IT-Märkte und gehört zu den führenden Agenturen in

diesem Umfeld. PR-COM hat von Anfang an auf die strategische Beratung von Unternehmen der IT- und Telekommunikationsbranche gesetzt, vor allem im B-to-B-Umfeld. Der Grund: In der Branche gebe es nach wie vor ein sehr hohes Innovationstempo, so dass eine klare Kommunikationsstrategie oft auf der Strecke bliebe. Angesichts des harten Wettbewerbs sei eine präzise Positionierung aber unerlässlich, um sich in den Märkten zu behaupten. Der Beratungsbedarf sei deshalb hoch: „Daran hat sich in den letzten 25 Jahren allerdings nicht viel geändert“, unterstreicht PR-COM-Gründer Alain Blaes (Foto).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Havas baut um und gründet deutschlandweite Content Marke



Havas baut um: In Düsseldorf bietet die Agenturgruppe ab sofort unter der Marke „Havas Content“ deutschlandweit ein integriertes Angebot für Content Marketing. In Hamburg soll die PR-Kompetenz gebündelt werden. Geleitet wird „Havas Content“ von Marco Wedemann (Foto). Der 43-Jährige ist seit einem Jahr CEO von Havas PR und als Chief Content Officer für den Ausbau des Themas in Deutschland verantwortlich. Über 30 Spezialisten aus den Bereichen Strategie, Redaktion, Kreation, Digital und Data sollen sich standortübergreifend an der Weiterentwicklung beteiligen. Die Agentur antwortet damit auf die steigende Nachfrage am Markt: „Havas Content ist ein zentraler Eckpfeiler unserer strategischen Neuausrichtung in Deutschland und Teil der digitalen Transformation“, sagt Christian Claus, COO Havas Worldwide Germany und Managing Director Havas Worldwide Europe. Das PR-Geschäft wird von Wedemann und den beiden Geschäftsführern von Havas PR Hamburg, Ulrike Hanky-Mehner und Joachim Klopsch, gemeinsam geführt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage



Strategieprozess auf spielerische Weise vermitteln: Auf der Suche nach dem roten Nashorn



Mit der „Communication Performance Safari“ hat die Unternehmensberatung für Kommunikation Lautenbach Sass einen spielerischen Zugang zur strategischen Ausrichtung und Steuerung von

Unternehmenskommunikation entwickelt. Das Ziel der Safari ist klar: Es gilt, das berühmte rote Nashorn zu finden und ein Foto von ihm zu schießen. Die Reise muss sorgfältig geplant werden, denn das Wundertier ist nur mit der Unterstützung anderer und der richtigen Ausrüstung zu finden. Wenn die Route abgesteckt ist und die kritischen Stakeholder identifiziert sind, kann es losgehen. Mit den verfügbaren Ressourcen und dem richtigen Mitteleinsatz führt der Weg über anspruchsvolle Pisten bis zum Zielfoto.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Agenturen compact (2) (40. KW-2015)

1. **Neu im Nordosten: Kommunikationsbüro marePublica:**
Das neue Kommunikationsbüro „marePublica – Kommunikation im Tourismus“ bietet ab sofort Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Unternehmen und Organisationen aus der Tourismusbranche an. Mit einem umfangreichen Leistungsportfolio sollen die Medienpräsenz entsprechender Betriebe erhöht und das Image der Branche gesteigert werden.

Gründer und Inhaber von marePublica ist Matthias Christmann. Er blickt auf mehr als acht Jahre Erfahrung in der Medien- und Tourismusbranche zurück. Im Fokus seines Angebots stehen insbesondere kleinere touristische Leistungsträger aus der Region Mecklenburg-Vorpommern. Sitz des inhabergeführten Unternehmens ist die Hansestadt Rostock.

2. **Münchener Agentur zweiblick feiert Zehnjähriges:**

Die Münchner PR- und Grafikagentur zweiblick mit den Schwerpunkten Food, Diätetik, Ernährung und mehr feiert in diesem Jahr ihr zehnjähriges Bestehen. Das Jubiläum nehmen die beiden Inhaber, **Alexandra Herr** und **Christian Herr**, zum Anlass, Strukturen zu überarbeiten, um gut gerüstet für die Zukunft zu sein: Im **neuen Büro am Münchner Hirschgarten** arbeiten die Teams von zweiblick // design und zweiblick // kommunikation ab sofort unter einem Dach – mit im wahrsten Sinne mehr Raum für neue Ideen. Die Agentur zweiblick wurde 2005 gegründet und freut sich über einen zufriedenen und langjährigen Kundenstamm.

ehemaligen DDR und haben dort studiert; ebenso wie Torsten Jeworrek (r., (c) MunichRe) von Munich Re. Nach der Wende haben die drei Manager typische Konzernkarrieren bei westdeutschen Unternehmen gestartet.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Berliner Flughäfen stellen Unternehmenskommunikation neu auf



Auch wenn ein geregelter Flugbetrieb auf der BER-Baustelle noch nicht absehbar ist, die Kommunikationsdisziplinen werden schon mal unter einem Dach gebündelt. Das meldet die Flughafen Berlin Brandenburg GmbH. In der neu geschaffenen Unternehmenskommunikation gehen die bislang getrennten Einheiten Pressestelle, Öffentlichkeits- und Umlandarbeit sowie Corporate Design / Corporate Identity auf. Leiter der Unternehmenskommunikation ist Ralf Kunkel (47, Foto), der seit 2006 bereits die Pressestelle leitete und seitdem für das Unternehmen, seine Flughäfen Schönefeld und Tegel sowie die BER-Baustelle spricht. Flughafenchef Karsten Mühlenfeld: „Wir schärfen derzeit unsere Organisationsstruktur. Unsere Kommunikationsaktivitäten bündeln wir, um den Dialog mit unseren Zielgruppen noch klarer und einheitlicher aus einer Hand führen zu können. Ralf Kunkel wird mit seinem Team vor allem die Digitalisierung der Kommunikation vorantreiben und den Bereich Public Affairs ausbauen.“ Bleibt zu wünschen, dass er somit auch noch besser über die Fortschritte auf der BER-Baustelle informieren kann.

Unternehmen

25 Jahre deutsche Einheit: Die Wende in den DAX-Vorständen beginnt erst jetzt



Nur drei der derzeit 188 Vorstände in

den DAX-30-Konzernen haben ihre Karriere in der DDR begonnen: Damit sind die westdeutschen Manager mit einem Anteil von 98 Prozent der DAX-Vorstände praktisch unter sich. Das ergibt eine Analyse der Gummersbacher Beratungsgesellschaft Kienbaum zu den Karrierewegen der DAX-Vorstände anlässlich der Wiedervereinigung vor 25 Jahren. Zwei der drei ostdeutschen DAX-Vorstände sind Frauen: Henkel-Managerin Kathrin Menges (Foto l., (c) Henkel) und Hauke Stars (M., (c) Dt. Börse) von der Deutschen Börse stammen aus der

Organisationen

Organisationen compact (1) (40. KW-2015)

1. **Lautenbach Sass fördert den LPRS e.V.** Die Unternehmensberatung für Kommunikation Lautenbach Sass, Frankfurt am Main, ist ab sofort offizieller Förderer des **LPRS** –

Leipziger Public Relations Studenten e.V.

Die Kooperation hat sich im Laufe des Jahres angebahnt. So haben aktive Mitglieder des LPRS im März am ersten „Consulting Camp“ von Lautenbach Sass teilgenommen. Im August war Lautenbach Sass dann Gastgeber einer LPRS-Exkursion, bei der die Studierenden spannende Einblicke in die Projekte der Frankfurter Unternehmensberatung gewannen. Der LPRS e.V. wurde 2004 gegründet und hat inzwischen mehr als 200 Mitglieder. Das „PR-Journal“ gehört ebenfalls zu den Förderern.

Branche

Behrendt-Ratschläge: Mitarbeiter und Kollegen plädieren für eine realistische Berufsdarstellung

Die „10 Ratschläge wie man locker durchs (Berufs)Leben kommt“ von Frank Behrendt – [auch zu lesen im „PR-Journal“](#) – sorgen für Furore in den Medien – und regen zum Widerspruch respektive zur Ergänzung an. Nachdem der fischerAppelt-Vorstand nun binnen einer Woche bei „Bild.de“, „Spiegel-online“, „stern.de“ und vielen anderen Medien für Schlagzeilen gesorgt hat, regt sich nun bei Mitarbeitern und Kollegen Behrendts der Wunsch, seine Ratschläge zu relativieren. Bei [„Spiegel-online“](#) meldete sich mit Ralf Junge ein Senior Berater und Projektleiter eben jener Agentur zu Wort, bei der Behrendt Vorstand ist. Junge: „Ich habe erst laut gelacht, dann war ich entsetzt. Soll das ernst gemeint sein?“ Ausführlich setzt er sich mit Behrendt auseinander kommt aber zu dem Schluss, dass die Ratschläge in einer Agentur unmöglich umgesetzt werden können.

Agenturchef Timo Lommatzsch (Foto), Geschäftsführer von Orca van Loon Communications in Hamburg, hat auf der [„W&V“-Website](#) Stellung bezogen. Ihm liegt daran, die Ausführungen Behrendts zu ergänzen, damit Berufseinsteiger keine falschen Vorstellungen entwickeln und zufriedener und erfolgreich durch die ersten Berufsjahre kommen. Seine „10 realistischen Job-Ratschläge für die ersten Berufsjahre“ finden sich bei [„W&V“](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (1) (40. KW-2015)

1. **cherrypicker präsentiert sich in frischem Look:** Die Hamburger Unternehmensberatung für Agentur-Management [cherrypicker hat ihr Website-Angebot](#) überarbeitet und zusätzlich einen Blog gelauncht. Cherrypicker fasst sein Leistungsspektrum auf der neuen Website in vier Punkten zusammen: Agenturauswahl, Entwicklung oder Optimierung von Agenturmodellen, Relationship-Management sowie Agenturvergütung und Verträge. Zusätzlich finden Interessierte neben den Leistungsbeschreibungen dort auch Informationen über Whitepaper mit Download-Funktion. Darüber hinaus ist für Neugeschäftsverantwortliche von Agenturen ein New Business Circle eingerichtet worden.

Medien

Verlagsgruppe Handelsblatt stellt Vermarktung neu auf



Die Verlagsgruppe Handelsblatt (VHB) stellt ihre Vermarktungsaktivitäten neu auf: Unter Leitung von Frank Dopheide, ehemaliger Chef der Werbeagentur Grey und heute Mitglied der Geschäftsführung der VHB, soll in den kommenden Monaten die Vermarktungstochter iq media marketing gmbh (iq media) mit dem verlagseigenen 360-Grad-Team und dem Mittelstandvertrieb auf neue Beine gestellt werden. Mit diesem Schritt sollen Synergien innerhalb der Vermarktung geschaffen und das Geschäft mit Firmenkunden weiter ausgebaut werden. Unterstützt wird Dopheide dabei von den beiden Geschäftsführern der iq media, Christian Herp und Martin Fischer (Foto). Letzterer wird das Unternehmen allerdings nach der akuten Aufbauphase verlassen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR + Reputation

Wie glaubwürdig ist CSR-Kommunikation?

Der VW-Skandal hat ein Thema mal wieder ins Zentrum der Diskussion gebracht: die gesellschaftliche Verantwortung (CSR) und Nachhaltigkeit von Unternehmen. Wie glaubwürdig ist die CSR-Kommunikation, wenn immer wieder massive Verfehlungen und Betrug ans Tageslicht kommen und diese unter anderem Nachhaltigkeitsberichte nachträglich als unwahr überführen? Diese und viele andere spannende Themen rund um das boomende Thema CSR-Kommunikation wird am 13. November in Osnabrück beim [1. Deutschen CSR-Kommunikationskongress](#) diskutiert, der vom PR-Journal als Medienpartner unterstützt wird. [Melden Sie sich jetzt an](#) und erleben Sie Top-Referenten, spannende Praxisbeispiele und anregende Fachdiskussionen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Imageuntersuchung: Diesel-Skandal lässt Markenimage von Volkswagen einbrechen



Wenig überraschend: Nach den Veröffentlichungen um die Manipulation der Abgaswertemessung bei Dieselaggregaten fallen nicht nur die Börsenkurse des VW-Konzerns sondern auch die Imagewerte der Marke. Während der Aktienkurs um bis zu 40 Prozent einbrach, sanken die Imagewerte von Volkswagen von durchschnittlich gut 40 Punkten im

August auf nur noch 9,0 Punkte am 27. September – und damit auf das Niveau von Smart (8,8 Punkte). Ermittelt hat diese Werte der YouGov-BrandIndex, in dem täglich rund 2.000 repräsentativ ausgewählte Verbraucher zur Wahrnehmung von mehr als 700 Marken verschiedenster Branchen befragt werden. Auch in den USA, wo der #dieselgate seinen Anfang nahm, weisen die BrandIndex-Zahlen aus, dass die Manipulationen von den Verbrauchern wahrgenommen und mit der Marke VW in Verbindung gebracht werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media

Food-Marken auf Instagram – Agentur Wake up stellt Studie vor



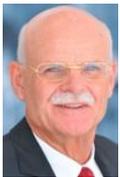
Die Düsseldorfer Agentur Wake up Communications veröffentlichte am 30. September die erste Studie über „Deutschsprachige Food-Marken auf Instagram“.

Die Ergebnisse zeigen, dass für Nutzer ein Mehrwert elementar wichtig ist. Noch haben aber nicht alle Marken erkannt, dass nur so Reichweite und Interaktionsrate gesteigert werden können. Besonders erfolgreich sind Getränkemarken und Marken für gesundheitsbewusste Konsumenten. Starke Themen für Lebensmittel bei Instagram (siehe Grafik) sind Rezeptideen, Tipps zum Produkt oder auch kreative und lustige Produktbilder. Das Team von Wake up untersuchte insgesamt 50 Lebensmittelmarken und deren Instagram-Accounts anhand verschiedener Parameter. Ein Studienband mit den Ergebnissen wird von der Agentur kostenlos zur Verfügung gestellt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Präzise Texte im Wertewandel: Was versteckt sich in den Codes?



Von Mathias Scheben (Foto)

Die Medien und die sie fütternden PR-Texter missachten und irritieren täglich den Verstand ihrer Rezipienten: Daher geplapperte Nachrichten und rasch runtergeschriebene Manuskripte mit falschem Deutsch, misslungener Semantik, stümperhafter Grammatik – das ist der Alltag. Auch Wolf Schreibers Einsatz hat daran leider nichts geändert. Ein oft vergessener Aspekt in dieser sprachschlundernenden Wirklichkeit ist die Tatsache, dass wir Wörter – vor allem Subjektive, Adjektive, Adverbien – als Codes verstehen sollten. Als im Zeitlauf sich entwickelnde, für den Alltagsgebrauch als tauglich erkannte Anordnungen von Zeichen, die es uns ermöglichen sollen, uns zu erklären und die Welt zu verstehen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 133 – Tina Berns: „Wir lieben Fehler“

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



Rechtschreibprogramme, Grammatikprüfungen, Korrekturleseservice – im Internet gibt es zahlreiche Möglichkeiten, die Güte eines Textes zu bewerten. Man kann aber auch eine Spezialagentur fürs Korrekturlesen beauftragen. Die vielleicht beste sitzt zwi-

schen Hamburg und Lübeck und heißt Wieners+Wieners. Wir sprachen mit Tina Berns (Foto), die dort seit acht Jahren als Marketingleiterin tätig ist.

PR-Journal: Die Bezeichnung „Korrekturlesen“ deckt das Dienstleistungsangebot von Wieners+Wieners wahrscheinlich nur unzureichend ab, oder?

Tina Berns: Allerdings. Wir übersetzen, adaptieren und lektorieren Texte jeglicher Art. In 70 Sprachen. Mit fast 60 Mitarbeitern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Stevie Awards: Erste Anmeldephase endet am 14. Oktober

Wer an den Stevie Awards 2016 teilnehmen möchte und noch in den Genuss der Frühbucherpreise kommen möchte, muss sich sputen. Die Frühbucherphase endet am 14. Oktober. Nur bis zu diesem Tag gilt die reduzierte Teilnahmegebühr von 99 Euro pro Bewerbung. Die reguläre Teilnahmefrist läuft dann bis zum 2. Dezember 2015. Spätentschlossene können sich noch bis zum 26. Januar 2016 mit der Zahlung einer Nachgebühr von 35 Euro anmelden. Teilnahmeberechtigt bei den [German Stevie Awards](#) sind alle in Deutschland tätigen Organisationen: große und kleine, öffentliche und private, Wirtschafts- und Non-Profit-Unternehmen. Die German Stevie Awards zeichnen Leistungen aus allen Arbeitsbereichen aus. Unter anderem Awards für Public Relations und Marketing. Die Gewinner der Stevie Awards werden im Rahmen eines Galabanketts am 8. April 2016 in München ausgezeichnet.

Termine compact (3) (40. KW-2015)

1. **Beratung und Impulsvorträge an der Quadriga Hochschule:** Am **10. Oktober ab 11 Uhr** lädt die Quadriga Hochschule Berlin alle

an den berufsbegleitenden, 18-monatigen Studiengängen Communication und Leadership sowie Public Affairs und Leadership Interessierten zu einem Informationstag ein. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können sich dabei in Impulsvorträgen zur Strategie und Psychologie des Kommunikationsmanagements oder zur politischen Interessenvertretung einen Eindruck von der Quadriga Hochschule machen und Einblicke in die Curricula und Lehre der Studiengänge gewinnen. Weitere Informationen gibt es über das Bewerbungsverfahren und zu den Stipendien. Ausführliche weitere Informationen auch auf [Quadriga-Website](#).

2. **Cannes Rolle am 26. November in Köln:** Der Marketing Club Köln-Bonn e.V. und MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. Köln lädt gemeinsam mit Weischer.Media zur Präsentation der neuen Cannes Rolle ein. Am 26. November wird das **Mercedes-Benz Center Köln-Braunsfeld, Mercedes-Allee 1** zum Kinosaal umfunktioniert, um die Highlights des diesjährigen Cannes Lions Festivals ab 18:30 Uhr dort vorzuführen. Die Veranstaltung findet im Rahmen der langen Kölner Werbenacht statt. Keynote-Speaker an diesem Abend ist Götz Ulmer, Vorstand bei Jung von Matt Hamburg., eine Keynote an die Besucher richten.
3. **DPRG NRW besucht Unternehmenskommunikation bei ThyssenKrupp:** Die Landesgruppe Nordrhein-Westfalen der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) lädt ein zur ThyssenKrupp AG. Robin Zimmermann, Leiter der Pressestelle der ThyssenKrupp AG, und Michael Ridder, Leiter der Pressestelle der ThyssenKrupp Elevator AG, geben Einblick in die Kommunikation des Unternehmens. In zwei Vorträgen wird das Spektrum der Kommunikation eingehend beleuchtet – von der globalen Perspektive zur lokalen Agenda. Die Veranstaltung findet statt am **20. Oktober** von **17:00 bis 21:00 Uhr in Essen** auf der ThyssenKrupp Allee 1. Anmeldungen werden bis zum 15. Oktober über diese [Veranstaltungs-Website](#) erbeten.

Seminare

Seminare compact (1) (40. KW-2015)

1. **Intensivkurs für journalistisches Schreiben bei AFK:** Das nächste Journalistisches Schreibtraining (S1) bei der Akademie Führung und Kommunikation (AFK) findet vom **2. bis 6. November 2015 in Oberursel** statt. Die Teilnehmer lernen im Rahmen eines Intensivtrainings journalistisches Know-how kennen und richtig zu nutzen. Auf dem Programm stehen unter anderem: Nachrichtensprache, Umgang mit Nachrichtenwert, Textaufbau unterschiedlicher journalistischer Darstellungsformen sowie Nachrichtensprache und Textbrillanz. Zu den zahlreich vorgesehenen Schreibübungen gibt es kontinuierliches Feedback. Weitere Informationen auf der [AFK-Website](#).

Bildung

DAPR verlängert Anmeldephase für berufsbegleitendes Masterstudium



Am 19. Oktober 2015 startet die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) in Düsseldorf den nächsten Durchgang ihres berufsbegleitenden Masterstudiums. Zum Auftakt steht eine Präsenzwoche zum Thema Kommunikation und Wissenschaft auf dem Programm, in der die Studierenden sich unter anderem mit Aspekten der Kommunikations- und Marketingpsychologie auseinandersetzen werden. Kurzentschlossene Interessenten können sich jetzt noch um einen der letzten Studienplätze bewerben. Auch ein nachträglicher Einstieg lässt sich auf Grund des modularen Studiensystems realisieren. Weitere Informationen zu den Terminen, Inhalten und Abläufen des Studiums sowie zum Bewerbungsverfahren sind auf der [DAPR-Website](#) abrufbar.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

EU-Forschungsprojekt: Wie PR-Strategen die Wahrnehmung von Kriegen beeinflussen?



„Kriegspropaganda ist zwar so alt wie Kriege selbst, aber gerade durch technologische Entwicklungen im Bereich der Medien- und Kommunikationsmittel hat sich in den vergangenen Jahren sehr viel getan“, sagt Romy Fröhlich (Foto), kommunikationswissenschaftliche Professorin an der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU), München. Diese Erkenntnis hat sie zum Anlass genommen, genauer zu untersuchen, wie PR-Strategen die Wahrnehmung von Kriegen beeinflussen. Dazu leitet Fröhlich seit Januar 2014 das EU-Projekt „Infocore: Rolle von Medien bei gewaltsamen Konflikten und Kriegen.“ Ein internationales Team von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern vergleicht Pressematerial und Medienberichte zu ausgewählten internationalen Konflikten auf dem Balkan, in Afrika und im Mittleren Osten. Ziel ist es, die PR-Strategien und ihre Wirkung zu verfolgen. Erste Projektergebnisse werden am 8. und 9. Oktober auf einem Workshop mit Vertretern aus Politik, Journalismus und Wissenschaft in Brüssel präsentiert.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Studien

Studie: Eklatante Unterschiede zwischen Selbst- und Fremdbild von Führungskräften

Vor dem Hintergrund der zunehmend volatiler, komplexer und unsicherer werdenden Arbeitswelt: Wirksame Führung gewinnt an Bedeutung, Tendenz steigend. Das ist ein zentrales Ergebnis der Studie „Deutschland führt?!“, die die Managementberatung Information Factory, Nürnberg, zusammen mit seinen Partnern der Online-Jobbörse stellenanzeigen.de und der Zeitschrift „Personalwirtschaft“ bundesweit durchgeführt hat. Von März bis Ende Juni

2015 wurden knapp 2.000 Mitarbeiter, Führungskräfte und HR-Verantwortliche befragt. Ziel war es, herauszufinden, wie die gelebte Führungspraxis in Deutschland wahrgenommen wird, wie sich Führungskräfte selbst sehen und wo Verbesserungspotenzial liegt. Die Befragung zeigt, dass es in der Praxis alles andere als rund läuft: Deutsche Manager erhalten vor allem bei den klassischen Führungsthemen Kommunikation, Zielvorgaben und Motivation schlechte Noten. Weniger als die Hälfte der Mitarbeiter hat heute Spaß im Job. Und auch die Arbeit der Personalabteilungen wird schlecht bewertet – sogar von den Personalern selbst.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Studien compact (1) (40. KW-2015)

1. **Deutsche Unternehmen gehen „auf Sendung“:** Seit 2008 hat sich das Datenvolumen im Bereich Bewegtbild bei Unternehmen verachtfacht, Firmen weiten ihre Video-Kommunikation deutlich aus und Videonutzung wird sich weiter ausdehnen. Das geht aus einer **Studie des Videotechnologieanbieters movingimage**, Berlin, hervor, in der der **Video-traffic von 157 Unternehmen ausgewertet** wurde. Stark aufgeholt hat bei der Videonutzung vor allem die interne Kommunikation. 30 Prozent aller Videos werden mittlerweile für das Intranet produziert und dort abgespielt. Die Studie kann kostenlos unter diesem [Link von der Website von movingimage](#) heruntergeladen werden.

Lesehinweise

Lesehinweise compact (1) (40. KW-2015)

1. **Vorsicht: BLOGbildung - viaprinto stellt neuen Blog vor:** Nach dem Relaunch der Website hat die Online-Druckerei viaprinto nun auch ihren Blog erneuert. Die Plattform für Designer, Marketer und „Druckbedürftige“ präsentiert sich in moderner Neuauflage und will für die Kunden Ideengeber, Helfer und Marktbeobachter sein. Ziel ist es, nach Angaben des

Unternehmens aus Münster, die Kunden an die Hand zu nehmen, denn Druck sei ein intensives Thema, das sich über Jahrhunderte hinweg entwickelt habe. Machen Sie sich selbst ein Bild vom neuen [viaprinto-Blog](#).

Preise und Awards

Preise und Awards compact (2) (40. KW-2015)

1. **PR-Bild Award – Abstimmung bis 16. Oktober:** Die Shortlist für den **PR-Bild Award 2015** steht und die PR-Schaffenden sind eingeladen, ihre Wahl zu treffen. Die Jury hat 71 Motive aus mehr als 1.800 Einsendungen für die finale Abstimmung ausgesucht. Jetzt kann die Öffentlichkeit bis zum **16. Oktober** über das PR-Bild des Jahres 2015 entscheiden. Die Preise werden in den Kategorien „Unternehmenskommunikation“, „Event und Messe“, „Produkt“, „Portrait“, „NGO“, „Tourismus, Freizeit und Sport“ sowie „Social Media“ vergeben. Die Preisverleihung findet am 12. November in Hamburg statt. In diesem Jahr feiert der **Branchenpreis der dpa-Tochter news aktuell** sein zehntes Jubiläum. Zur Abstimmung bitte [hier klicken](#).
2. **Award für politische Kommunikation ausgeschrieben:** Noch bis zum **22. Oktober** können sich Unternehmen, Verbände und Agenturen für den Politikaward bewerben, der vom Berliner Helios Verlag ausgeschrieben wird. Vergeben wird der Award in den drei Kategorien „Kampagnen politischer Sektor“, „Kampagnen öffentlicher Sektor“ sowie „Kampagnen gesellschaftlicher & privater Sektor“. Einen Überblick zu den Kategorien und weitere Informationen zu den Einreichungsmodalitäten finden sich auf der [Website zum Politikaward](#). Die Preise werden nach Juryentscheid am 30. November im Tipi am Kanzleramt vergeben.

Tipps

AYGOnet: Sichere Kommunikation für anonyme und vertrauliche Dialoge mit Ratsuchenden



Nicht selten berichten Medien über Sicherheitslücken

in der E-Mail-Kommunikation. Erst jüngst hat sich „Spiegel online“ unter der Überschrift **„1&1, GMX und Web.de: Sicherheitslücke bedrohte E-Mail-Postfächer“** mit gehackten E-Mail-Accounts beschäftigt. Demnach sei es externen Nutzern gelungen, sich mithilfe manipulierter Links Zugang zu den E-Mail-Postfächern von Kunden der Anbieter zu verschaffen. Der Nutzernamen und / oder das Passwort seien umgangen worden. Was bedeuten solche Lecks in der E-Mail-Post für Organisationen und Unternehmen, die in ihrer Kommunikation auf sichere Kanäle angewiesen sind? Welche Lösungen gibt es beispielsweise für Beratungsstellen, die darauf angewiesen sind, anonym mit den Hilfesuchenden zu kommunizieren? Wie sollen Unternehmen vorgehen, die einen vertraulichen und anonymen Dialog mit Mitarbeitern führen wollen, zum Beispiel zur betrieblichen Sozialberatung oder bei anonymen Mitarbeiterbefragungen? Antworten auf diese Fragen könnte AYGOnet liefern, ein Gemeinschaftsprojekt der Internetagentur Die Medialen GmbH, Bonn, und der Databay AG, Würselen bei Aachen, liefern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter Oktober 2015

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (ca. 24.000) in Deutschland (Print / Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk / Radio + Fernsehen, Online (seit 2003)). Im September 2015 wurden 4.238 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 15.075 Medien. Der monatliche „Stamm Medien-Newsletter“ informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Meldungen:

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 28.851 Besucher im September 2015; 20 neue Jobangebote; 24,1 % nutzen Mobilversionen

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das "PR-Journal" im September 2015 insgesamt 28.851 Besucher lt. Zählung der IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 962 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,2 Seiten an - daraus errechnen sich 63.086 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im September festgestellt: 69,8 Prozent waren neue Besucher; 54,2 Prozent der Besucher sind männlich, 45,8 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. 24,1 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten über mobile Geräte (Smartphones und Tablets) auf.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 7 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (41)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- *PR-Juniorberater (m/w), Köln*
- *PR-Berater (m/w) gesucht für Agentur in Berlin*
- *TEXT-COM sucht Junior PR-Berater (m/w) für Technologiekommunikation, Rhein-Main-Gebiet*
- *Essener PR-Agentur freut sich auf engagierte/n PR-Redakteur/in*
- *Berufseinsteiger als Account Executive PR (m/w), Hamburg*
- *PR Account Executive (m/w) oder Senior PR Account Executive (m/w), bei München*
- *vom Hoff Kommunikation sucht einen PR-Berater (m/w), Düsseldorf*
- *Kölner PR-Agentur sucht so bald als möglich PR-Redakteur/in und/oder Volontär/in*
- *Junior Berater Marken PR, München oder Düsseldorf*
- *Seniorberater/-in für Bildungskommunikation und Online, Hamburg*
- *Kölner PR-Agentur VOCATO sucht PR-Juniorberater/in*
- *Kohl PR stellt ein: Juniorberater / Trainee (m/w), Berlin*
- *(Junior) Consultant (m/w), Frankfurt a.M.*
- *PR-Berater (m/w) – Digital, Berlin*
- *PR-Berater (m/w) – Healthcare, Berlin*
- *PR-Manager (m/w) in München und Frankfurt*

- *Junior Consultant Public Relations (m/w), Stuttgart*
- *PR Redakteure(innen), Köln*
- *PR-Junior Berater (m/w) / PR-Senior Berater (m/w), München*
- *Senior Account Director Public Relations (f/m), Berlin*
- *Trainee PR- und Social Media (m/w) (Übernahme), Berlin*
- *Junior PR-Consultant (m/w) für den Bereich Food, München*
- *PR-Berater/-in, Frankfurt a.M.*
- *Junior PR-Consultant (m/w), Düsseldorf*

Unternehmen

- *Referent Marketingkommunikation (m/w), Düsseldorf*
- *Referent Kommunikation / Pressesprecher (m/w), Braunschweig*
- *PR-Redakteur Corporate Communication (m/w), Waldkirch*
- *Junior Communication Manager (m/w), Schwalbach a.T.*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 05. Oktober 2015 um 18:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.969 aktive Empfänger** versandt. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 17.268 Adressen

Impressum

© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Gründer und Herausgeber:

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

Verlag:

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

Redaktion:



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

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

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

Redaktionsrubrik „Das PR-Interview“:

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

Redaktionsschluss für Newsletter:

montags 16:00 Uhr.

Rubrik „PR-Jobbörse“:

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

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

www.pr-journal.de/impressum.html

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

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

Anschrift (Verlag):

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

E-Mail: redaktion@pr-journal.de

URL: www.pr-journal.de.



Auflage kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin.

Für 2014 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: 343.712 Visits und 828.038 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 942 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,4 Seiten aufgerufen.