

## PR-Journal Newsletter

Nr. 489 / 42. KW 2015

Seite 1

### Eigendorf übernimmt für Strauß Unternehmenskommunikation der Deutschen Bank



Der Paukenschlag, mit dem die Deutsche Bank am 18. Oktober ihre umfassende organisatorische und personelle Neuordnung bekannt gab, hat auch einen Nachhall in der Unternehmenskommunikation. Als Nachfolger von Thorsten Strauß, derzeit global verantwortlich für Kommunikation, CSR und Public Affairs sowie Mitglied im Management Committee Deutschland, wird Jörg Eigendorf (Foto r.) zum 1. April 2016 neuer Konzernsprecher und Generalbevollmächtigter mit Berichtslinie zu den beiden Co-Vorstandsvorsitzenden John Cryan (Foto l.) und Jürgen Fitschen, der allerdings nur noch bis zur Hauptversammlung im Mai 2016 im Amt bleibt. Dann berichtet Eigendorf ausschließlich an Cyran, der dann alleiniger Vorstandschef der Deutschen Bank sein wird. Eigendorf ist derzeit noch Leiter des Investigativ-Teams und Mitglied der Chefredaktion der Mediengruppe Welt/N24. Vorgänger Strauß soll künftig weltweit das Kultur-, Kunst und Sport-Engagement der Bank inklusive der umfangreichen Kunstsammlung verantworten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Rocket Kommunikationschef Winiarski wechselt zu Hering Schuppener

Eine Personalie, die bereits am Wochenende für Aufregung in den sozialen Netzwerken sorgte: Andreas Winiarski (37, Foto), Kommunikationschef

von Rocket Internet, Berlin, wechselt zum 1. Mai 2016 als Managing Partner zu Hering Schuppener Consulting, Düsseldorf. Winiarski hat seit Juli 2012



die Kommunikation von Rocket Internet geleitet und den erfolgreichen Börsengang 2014 begleitet. Im Januar 2015 gründete er für Rocket Internet

RCKT als Agentur rund um die Themen digitale Kommunikation und digitaler Wandel, die von den bisherigen Gründungspartnern Nils Seger, Karolin Hewelt und Lisa Teicher weitergeführt wird. Winiarski wird nun unter dem Dach von Hering Schuppener das neue Geschäftsfeld „Digitale Unternehmenskommunikation & Transformation“ aufbauen. Winiarski bleibt in seiner neuen Rolle Rocket Internet als Berater verbunden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### 17. Shell Jugendstudie: Junge Generation ist optimistisch und wird politischer



Speziell die Kommunikationsbranche möchte wissen, wie junge Leute ticken, wie sie zu aktuellen Fragen stehen, wie sie die Zukunft sehen und welche Erwartungen sie beim Einstieg ins Berufsleben mitbringen. Aktuelle Antworten

liefert die 17. Shell Jugendstudie, die am 13. Oktober in Berlin vorgestellt wurde. Zu einem Zeitpunkt da die Online-Vollversorgung Wirklichkeit geworden ist – 99 Prozent der Jugendlichen haben Zugang zum Internet und sind durchschnittlich 18,4 Stunden pro Woche online – schauen Jugendliche überwiegend optimistisch in die persönliche Zukunft. 61 Prozent der 2.558 Jugendlichen im Alter von 12 bis 25 Jahren, die für die repräsentative Stichprobe befragt wurden, gaben das an. Das sind noch einmal mehr als in den Jahren 2010 und 2006. Erstmals

## Inhaltsverzeichnis

Der 489. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 25 Einzelmeldungen.

1. *Eigendorf übernimmt für Strauß Unternehmenskommunikation der Deutschen Bank*
2. *Rocket Internet Kommunikationschef Andreas Winiarski wechselt zu Hering Schuppener*
3. *17. Shell Jugendstudie: Junge Generation ist optimistisch und wird politischer*
4. *Sabine Tonscheidt folgt in der GIZ-Kommunikation auf Dorothee Hutter*
5. *Josef Arweck neuer Unternehmenssprecher bei Porsche*
6. *Personalien compact - Unternehmen (5) (42. KW-2015)*
7. *Personalien compact - Sonstige (2) (42. KW-2015)*
8. *Personalien compact - Agenturen (2) (42. KW-2015)*
9. *Etats compact (11) (42. KW-2015)*
10. *komm.passion Dossier 09 /2015: Wenn Speisepläne mehr Emotionen auslösen als Marken*
11. *PR-Agenturchef mit eigener Whisky-Marke: „Van Loon“*
12. *Hill+Knowlton unterstützt disruptive Startups*
13. *Branche compact (3) (42. KW-2015)*
14. *Miriam Meckel hält das Konkurrenzdenken zwischen Print- und Internetmedien für „sowas von absurd“*
15. *Medien compact (1) (41. KW-2015)*
16. *Studenten übernehmen Online-Kommunikation für CSR-Kommunikationskongress*
17. *Social Media compact (1) (42. KW-2015)*
18. *Nach VW: Wie sich CEOs und Kommunikationsmanager ihre Souveränität bewahren*
19. *Gericht: Hochgezüchtetes Unkraut – Feines mit Artischocken*
20. *2. PRSH-Karrieretag am 13. November in Hannover*
21. *Depak baut berufsbegleitende Studiengänge um: mehr Online-Kommunikation und Strategie*
22. *Kommunikation von Unternehmen und Organisationen bleibt hinter Erwartungen von Internet-Nutzern zurück*
23. *Lesehinweis: Leitfaden für Unternehmenskommunikation von Claudia Mast in 6. Auflage*
24. *Lesehinweis: Sprache in der Wirtschaft*
25. *Sascha Lobo: Die lustige, bittere Wahrheit über die Vorratsdatenspeicherung*
26. *1. Deutscher Content Marketing-Preis vergeben*
27. *Weber Shandwick auf Platz 1 des „Global Creative Index“*
28. *PRVA freut sich über Einreichrekord beim 32. Staatspreis Public Relations*



29. *Jobbörse*
30. *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

seit den 1990er Jahren beurteilt eine Mehrheit der Jugendlichen (52 Prozent) auch die gesellschaftliche Zukunft optimistisch. Ganz aktuell sorgen sich Jugendliche um die Ausländerfeindlichkeit, sie selbst sind aber im Vergleich zu älteren Studien offener gegenüber Zuwanderung geworden. Zugleich ist auch die Angst vor Terror sprunghaft gestiegen. Insgesamt lässt sich die Jugend nicht von ihrer positiven Grundhaltung abbringen.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Personalien

### Sabine Tonscheidt folgt in der GIZ-Kommunikation auf Dorothee Hutter



Zum 1. November übernimmt Sabine Tonscheidt (46) die Leitung der Unternehmenskommunikation der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH in Eschborn. Sie folgt auf Dorothee Hutter, die neun Jahre lang die Kommunikation der GIZ verantwortete. Hutter hatte in

dem weltweit tätigen Bundesunternehmen den Aufbau eines integrierten Kommunikationscontrollings und -managements vorangetrieben und geht nun in ein Sabbatical.

Tonscheidt kennt die GIZ seit vielen Jahren: 1997 trat die promovierte Publizistin in die Kommunikationsabteilung der Vorgängerorganisation GTZ ein und wechselte 2005 zu GIZ AgenZ, der hauseigenen Agentur für politische Kommunikation und strategisches Marketing. Tonscheidt: „Die Arbeit der GIZ wird immer komplexer, so wie die Welt um uns herum. Kommunikation ist ein Schlüsselement all unseres Tuns. Die Arbeit der GIZ kommunikativ so zu begleiten und zu gestalten, dass wir für Auftraggeber wie Mitarbeiter ein leistungsstarker Partner und attraktives Unternehmen bleiben, dafür möchte ich mich einsetzen.“

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Josef Arweck neuer Unternehmenssprecher bei Porsche



Josef Arweck (38, Foto) übernimmt mit sofortiger Wirkung die Leitung der Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit und Presse bei der Porsche AG in Stuttgart. Arweck wurde vom

Vorstand des Unternehmens zum Nachfolger von Hans-Gerd Bode berufen, der im Zuge des Führungswechsels bei der Volkswagen AG in Wolfsburg neuer Leiter Konzernkommunikation, Investor Relations und Außenbeziehungen wurde. Arweck berichtet an den neuen Porsche-Vorstandsvorsitzenden Oliver Blume. Arweck ist gelernter Journalist und promovierter Politikwissenschaftler, er kam 2008 von der Unternehmensberatung McKinsey zu Porsche.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

A&B One

### Personalien compact - Unternehmen (5) (42. KW-2015)

1. **Knorr-Bremse mit neuem Kommunikationschef: Detlef Hug** (52) hat zum 1. Oktober die Leitung des Bereichs Unternehmenskommunikation bei der Knorr-Bremse AG in München übernommen. Dazu wurden die Funktionen der Unternehmenskommunikation und der unternehmensinternen Marketingagentur KB Media getrennt. Hug ist gelernter Journalist, er war unter anderem bei der „Frankfurter Rundschau“ sowie lange Jahre bei MAN Truck & Bus in München in der Kommunikation tätig. Er berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden **Klaus Deller**. **Eva Seifert** konzentriert sich seit dem 1. Oktober auf die Geschäftsleitung der KB Media GmbH. Sie berichtet ebenfalls an **Klaus Deller**.
2. **Neuer Leiter Sportkommunikation bei Sky: Dirk Böhm** (49) leitet seit dem 15. Oktober den Bereich Sportkommunikation beim Pay-TV-Sender Sky Deutschland. Als Nachfolger von **Dirk Grosse** ist er zuständig für die strategische Planung und Koordination der Kommunikation zu allen mit Sport im Zusammenhang stehenden Themen bei Sky. Vorgänger Grosse wurde am 15. September Leiter des Senders Sky Sport News. Böhm war zuvor mit der Agentur für Marketing Kommunikation selbstständig und betreute unter anderem auch Sky. Er berichtet an Senior Vice President Consumer Communications **Ralph Fürther**.
3. **Prisca Huguenin-dit-Lenoir ist beste Unternehmenssprecherin der Schweiz:** Hotelplan-Sprecherin **Prisca Huguenin-dit-Lenoir** ist von

Schweizer Journalisten erstmals zur besten Unternehmenssprecherin des Landes gewählt worden. Auf dem zweiten Platz landet Swisscom-Sprecher **Sepp Huber** vor Raiffeisen Schweiz-Kommunikator **Franz Würth**. Insgesamt hatten sich an der jährlichen Befragung des Fachmagazins "Schweizer Journalist" 161 Wirtschafts- und Fachjournalisten beteiligt und dabei die Arbeit von 80 Unternehmenssprechern bewertet.

4. **Von der Uber-Agentur als Kommunikationschef zu Uber: Ali Yeganeh Azimi** (36) ist seit 1. Oktober neuer Kommunikationschef des Online-Fahr-Vermittlungsdienstes Uber in Berlin. Hintergrund der Entscheidung, einen Inhouse-Kommunikationsposten einzurichten, waren lt. Azimi das anhaltende Interesse an Uber und die langfristigen Pläne des Unternehmens in Deutschland. Azimi sieht es als seine wichtigste Aufgabe an, Aufklärungsarbeit zu leisten. Sein Schwerpunkt liegt auf der Medienarbeit. Er kommt von der Agentur Hering Schuppener, die Uber zum Thema Public Affairs betreut - Consumer PR-Beratung kommt von der MSL Group in Berlin. (Quelle: prmagazin)
5. **Kay Städele wechselt von W&V zu United Internet Media: Kay Städele** (39) wechselt zu 1&1 nach Karlsruhe. Am 15. Oktober übernahm er dort die Position des Senior PR Managers und betreut die Kommunikation für United Internet Media und dessen Geschäftsführer **Rasmus Giese**. Das Unternehmen vermarktet neben den konzern eigenen Angeboten von United Internet (WEB.DE, GMX, 1&1, Auto-Service.de und mail.com) auch die digitalen Angebote von Gelbe Seiten, Das Örtliche und Das Telefonbuch. Kay Städele berichtet an **Jörg Fries-Lammers**, Leiter der Portal PR und kommt vom Münchener Verlag Werben & Verkaufen - Resort Marketing.

### Personalien compact - Sonstige (2) (42. KW-2015)

1. **Neuer Stadtsprecher in Lindau: Jürgen Widmer** (52) wird 1. November als Nachfolger von Lena Choi neuer Pressesprecher der Stadt Lindau am Bodensee. Choi wird die Stadtverwaltung verlassen. Der neue Stadtsprecher ist aktuell noch als Redakteur in Diensten der „Lindauer Zeitung“. In seiner neuen Aufgabe wird er direkt an Oberbürgermeister **Gerhard Ecker** berichten.



2. **RAL holt Lang für Kommunikationsmanagement: Wolfgang Lang** (47) leitet seit dem 1. August die Kommunikation der Dachorganisation für Gütezeichen, dem RAL Deutschen Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V. mit Sitz in Sankt Augustin. In der neu geschaffenen Funktion übernimmt er alle externen und internen Kommunikationsaufgaben sowohl für das Deutsche Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung als auch für die RAL gGmbH. Lang kommt aus dem Agenturgeschäft, aus dem er nach über zwei Jahrzehnten auf eigenen Wunsch ausgestiegen ist. Nach 14 Jahren bei Weber Shandwick war er zuletzt bei Grayling tätig.

### Personalien compact - Agenturen (2) (42. KW-2015)

1. **Olaf Mücke als Junior Account Manager bei markenzeichen 360°: Olaf Mücke** (28) verstärkt seit dem 1. Oktober als Junior Account Manager für Digital Customization das Team von markenzeichen 360° - Agentur für Beratung und Entwicklung GmbH in Frankfurt am Main. Er kommt von einer Heilbronner E-Commerce-Agentur.
2. **Frischer Wind – Straub & Linardatos erweitert Team: Janina Brockholz** (38) und **Susanne Mohs** (29) sind neue Mitarbeiterinnen bei der Hamburger Kommunikationsagentur Straub & Linardatos. Grafikdesignerin Brockholz ist die neue Art Directorin der Agentur. Sie kommt von der mshz Werbeagentur GmbH, wo sie in den vergangenen sieben Jahren Projekte im Bereich Dialog und Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften betreute. Mohs erweitert als Junior Beraterin das Team um Senior Beraterin Tina Fahrenbach. Mohs wechselt von achtung! zu Straub & Linardatos.

## Etats

### Etats compact (11) (42. KW-2015)

1. **Stromberger macht PR für zwei Hotels bei Salzburg und im Allgäu**
  - a) Romantik Hotel "Gmachl", Elixhausen bei Salzburg
  - b) Fünf-Sterne-Hotel "Sonnenalp Resort", Ofterschwang/Allgäu

was: Public Relations und Pressearbeit in Deutschland und Österreich  
an: **Stromberger PR**, München
2. **muehlhausmoers ist Leadagentur von BG ETEM**  
Berufsgenossenschaft Energie Textil Elektro Medienerzeugnisse (BG ETEM), Köln  
was: PR, Marketing und Corporate Design  
an: **muehlhausmoers corporate communications**, Köln
3. **Wilde & Partner begleitet Markteintritt für Mouzenidis Travel Group**  
Mouzenidis Travel Group, ein großer griechischer Reiseveranstalter, Büro München  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Maßnahmen im B2B-Segment  
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
4. **wegewerk entwickelt Plakate für Hebammen**  
Deutscher Hebammenverband e.V., Karlsruhe  
was: Unterstützung der Kampagne "Unsere Hebammen"  
an: **wegewerk gmbh**, Berlin
5. **uschi liebl pr arbeitet für SeaDream Yacht Club**  
SeaDream Yacht Club, Billingstad / Oslo (Norwegen)  
was: Pressearbeit im deutschsprachigen Raum (Kreuzfahrt-Yachten "DeaSream I" und "SeaDream II")  
an: **uschi liebl pr**, München
6. **cocodibu macht Marketing für PROAD Software**  
J+D Software AG, Dietzenbach  
was: Kommunikation für PROAD Unternehmenssoftware / J+D-Blog "Die Agenturblogger"  
an: **cocodibu GmbH**, München
7. **Mann beißt Hund kommuniziert fürs Netzwerk Digitale Bildung**



- Smart Technologie Deutschland GmbH, Köln  
was: Kommunikation für das neue "Netzwerk Digitale Bildung"  
an: **Mann beißt Hund** - Agentur für Kommunikation GmbH, Hamburg
8. **Rothenburg & Partner macht PR für Desitin Arzneimittel**  
Desitin Arzneimittel, Hamburg  
was: Fachkommunikation und Unternehmenskommunikation  
an: **Rothenburg & Partner Medienservice GmbH**, Hamburg
  9. **NWc übernimmt Public Relations für Beate Uhse**  
Beate Uhse AG, Hamburg  
was: kommunikative Neuausrichtung für digitale und klassische MedienS  
an: **Nicole Weber communications GmbH**, Hamburg
  10. **Publikator kreiert YouTube-Film für Berliner Bank**  
Berliner Bank  
was: Film und Advertorials mit echten Kunden als Teil einer Baufinanzierungskampagne  
an: **Agentur Publiplikator in Zusammenarbeit mit Team Bernstein**, beide Berlin

## Agenturen

### komm.passion Dossier 09 /2015: Wenn Speisepläne mehr Emotionen auslösen als Marken

Jede Änderung im Speiseplan der Kantine löst in einem Großraumbüro mehr Emotionen aus als 99 Prozent aller Marken! Traurig, denn Werte und

Emotionen sind für erfolgreiche Marken Erfolgsfaktor Nummer eins - sagen Deutschlands Marken-Verantwortliche. Mit einigen Marken verbinden wir bestimmte Gefühle oder haben das Gefühl, die Marke versteht mich. Im Gegenzug scheitern viele Marken, weil sie einfach keine Emotionen zu erzeugen vermögen. Oder weil die Marke die Emotionen ihrer Käufer nicht richtig erfasst hat. Oder weil die Marke an den für sie erfolgskritischen emotionalen Bedürfnissen der Käufer kilometerweit vorbeirauscht. Über Ursachen und Lösungen



schreiben Alexander Güttler (Foto l.) von komm.passion und Thomas Walter (r.) vom Business-Beratungsunternehmen Supersieben im neuesten [komm.passion-Dossier](#). Unter dem Titel „Professionelles Werte- und Emotionsmanagement für Marken – Die emotionale Wissenslücke“ findet sich auf der komm.passion-Website ein ausführlicher Beitrag, der mit „Emotional Territories“ eine Lösung anbietet, mit der die vermeintliche Wissenslücke geschlossen werden kann.

## PR-Agenturchef mit eigener Whisky-Marke: „Van Loon“



Der wohl einzige deutsche PR-Agenturchef mit eigener Whisky-Marke dürfte seit September Dietrich Schulze van Loon sein, der Geschäftsführer der Hamburger PR-Agentur ORCA van Loon. Anlässlich seiner Hochzeit mit Birgitta Rust Inhaberin von Piekfeine Brände e.K. kam diese auf eine außergewöhnliche Geschenkidee: Mit dem Namen „Van Loon“ widmete sie den „First Hanseatic Single Malt Whisky“ ihrem frisch gebackenen Ehemann. Von der Rarität stehen rund 1.200 Flaschen mit 500-ml-Inhalt für

## Lidl: Whistleblower willkommen!

Lidl geht in die Reputationsoffensive: Der Discounter hat ein Meldesystem für Compliance-Verstöße eingeführt. Mitarbeiter und Geschäftspartner von Lidl können darüber Verstöße gegen geltendes Recht oder interne Richtlinien melden – vertraulich und auf Wunsch auch anonym. Bei der Realisierung derartiger Meldesysteme gibt es viele Stolperfallen.

[Lesen Sie hier](#), worauf Sie achten müssen.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

den Verkauf zur Verfügung. Damit ist klar: Hochwertiger Whisky kommt seit September nicht mehr nur aus Schottland oder Irland. Die Bremer Edelbrennerei etabliert die norddeutsche Hansestadt als Bezugsquelle eines – wie soll es anders sein – erstklassigen Single Malt Whiskys. Mit „Van Loon“ – so das Versprechen – können sich Whiskyliebhaber auf ein Geschmackserlebnis freuen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Branche

### Hill+Knowlton unterstützt disruptive Startups

HILL+KNOWLTON STRATEGIES

Hill+Knowlton Strategies mit deutschen Standorten in Frankfurt am Main, Berlin und Düsseldorf, beteiligt sich künftig aktiv an der Entwicklung von innovativen Startups und Geschäftsmodellen. Hierzu wurde ein Fonds mit einem Volumen von 1,8 Millionen Euro aufgelegt, aus dem insbesondere strategische Beratungsleistungen finanziert werden sollen. Die

Kernvoraussetzung für eine Kooperation: Die Geschäftsmodelle der geförderten Unternehmen sollen "disruptiv" sein, also das Potenzial für eine grundlegende Veränderung ihrer Märkte haben, beispielsweise durch ein neues Produkt oder eine neue Technologie - im Idealfall mit ihnen als führende Unternehmen an der Spitze.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Branche compact (3) (42. KW-2015)

1. **PR-Ethik-Rat Österreich legt stärkeren Fokus auf digitale Kommunikation:** Die digitale Kommunikation gerät zunehmend ins Blickfeld des österreichischen PR-Ethik-Rats. Zum einen verlagert sich das Tätigkeitsfeld der PR immer stärker ins Netz. Zum anderen leisten offenbar die Dynamik in diesem Bereich sowie die sich laufend ändernden rechtlichen Bestimmungen und Usancen ethisch nicht korrekten Praktiken Vorschub. **Der PR-Ethik-Rat wird daher künftig einen besonderen Fokus auf die neuen Formen von PR im digitalen Bereich legen** und hat sich dafür auch personell verstärkt: Doris Christina Steiner, Peter Steinberger und Josef Barth – seit Sommer neue Mitglieder im Rat – bilden gemeinsam mit Peter Kleemann und Christian Schrofler die Arbeitsgruppe Digitale Kommunikation.
2. **Uwe Kohrs bei GWA-Diskussion über Silodenken:** Der Gesamtverband Kommunikationssagenturen (GWA) organisiert **anlässlich der GWA-Effie-Preisverleihung** am 5. November in Frankfurt am Main eine Podiumsdiskussion zum Thema "Abschied von Silos? Marketingkommunikation im Digitalzeitalter." Mit auf dem Podium ist GPRA-Präsident Uwe Kohrs - zusammen mit anderen Sprechern von Kommunikationsverbänden. [Weitere Infos und Programm hier.](#)
3. **Olympische Spiele 2024: Begeisterung in Hamburg steigt:** Viel Gegenwind, aber zumindest auch eine gute Nachricht gibt es dieser Tage für die Hamburger Olympia-Befürworter: **Die Unterstützung der Hanseaten für die Bewerbung um die Austragung der Olympischen Spiele 2024 steigt.** 48,5 Prozent der Hamburger unterstützen die Olympia-Bewerbung ihrer Heimatstadt stark oder sehr stark. Das sind 5,7 Prozentpunkte mehr als noch

Ende August. Das zeigt eine aktuelle, bevölkerungsrepräsentative Umfrage der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Toluna.

## Medien

### Miriam Meckel hält das Konkurrenzdenken zwischen Print- und Internetmedien für „sowas von absurd“

Am 14. Oktober fand in Düsseldorf das für diese Saison letzte Terrassengespräch der Verlagsgruppe Handelsblatt statt. Moderatorin Dunja Hayali diskutierte mit Handelsblatt-Chefredakteur Sven Afhüppe, WiWo-Chefin Miriam Meckel und Giovanni Di Lorenzo von der Zeit über Qualitätsjournalismus und die Glaubwürdigkeit der Medien. "Obwohl vor allem junge Leser der Tageszeitung noch das meiste Vertrauen schenken, sinken die Auflagen stetig. Wir tun immer so, als seien die Probleme strukturell. Viele sind aber hausgemacht", erklärt Di Lorenzo beim Terrassentalk. Die Digitalisierung

stellt Verlage noch immer vor große Herausforderungen, die so schnell nicht schrumpfen. Zeitungen kämpfen gegen eine immer schneller werdende Konkurrenz aus dem Netz. Heute habe niemand mehr Zeit, Geschichten vernünftig zu recherchieren, kritisieren unter anderem eine PR-Größe wie Richard Edelman.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Medien compact (1) (42. KW-2015)

1. **Kampagne für „Brigitte“ empfiehlt mehr Gelassenheit:** „Brigitte“, eine von Deutschlands führenden Frauenzeitschriften, die im Hamburger Gruner + Jahr Verlag erscheint, startet am 14. Oktober eine neue Image-Kampagne mit dem Claim „Willkommen Gelassenheit“. Die Kampagne soll Frauen inspirieren, ihren Alltag mit mehr Gelassenheit zu bewältigen, Dinge ohne schlechtes Gewissen auch mal liegen zu lassen - kurz, das Leben in manchen Situationen leichter und unbeschwerter zu nehmen. Die inhouse entwickelte Kampagne umfasst einerseits umfangreiche Print- und Digital-Werbung und involviert andererseits Bloggerinnen, die ihre Gedanken zu dem Thema „Mehr Gelassenheit“ mit den Userinnen teilen.

## CSR + Reputation

### Studenten übernehmen Online-Kommunikation für CSR-Kommunikationskongress

Am 12. und 13. November findet im Zentrum für Umweltkommunikation in Osnabrück der 1. Deutsche CSR-Kommunikationskongress statt. Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) organisiert die zweitägige Veranstaltung in Kooperation mit dem Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE). Die Online-Kommunikationsaktivitäten übernehmen Studierende im Rahmen des Faches „Presse- und Medienarbeit“, das Sabine Kirchhoff, Professorin im Bachelor-Studiengang Kommunikationsmanagement in Lingen anbietet. Die 14 Dritt-



ermeister werden im Rahmen dieses Studienschwerpunktes die Website des Kongresses und die Social Media-Kanäle mit Inhalt bespielen.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Social Media

### Social Media compact (1) (42. KW-2015)

1. **Twitter-Tipps für B-to-B-Unternehmen:** Worauf müssen speziell B-to-B-Unternehmen achten, wenn sie auf Twitter Beachtung und relevante Follower finden wollen. „PR-Journal“-Autor **Christan Krause**, München, hat auf seinem Blog „K-Strategie“ eine Liste mit Tipps zusammengestellt, wie sich die Bekanntheit steigern, Image und Reputation verbessern und Leads generieren lassen. Wussten Sie beispielsweise, dass die idealen Tageszeitungen für Tweets zwischen 10:00 und 12:00 sowie 14:00 und 16:00 Uhr liegen? Picken Sie sich selbst die passenden Hinweise aus [Krauses Twitter-Checkliste](#) heraus.

## Autoren-Beiträge

### Nach VW: Wie sich CEOs und Kommunikationsmanager ihre Souveränität bewahren



In Folge der verschiedenen Skandale in der deutschen Industrie, zuletzt bei VW, sorgt sich „PR-Journal“-Autor Wolfgang Griepentrog (Foto) um

Top-Manager und ihre PR-Profis. In seinem neuen Beitrag „Zwischen Macht und ‚Unmündigkeit‘: Was CEOs und PR-Manager von Immanuel Kant lernen können“ beschreibt er, wie es dazu kommt, dass in den Führungsetagen mancher börsennotierter Konzerne „Inseln der Unmündigkeit“ entstehen. Trotz aller Informationsvielfalt, Kommunikationsmöglichkeiten und Professionalität komme es zu einer selektiven und befangenen Wahrnehmung, die das Management- und Kommunikationsverhalten beeinflusst. Als Ursache führt er Zwänge an, die vor allem durch Kapitalmarkt- oder Investorenerwartungen, aber auch durch individuelle Ängste vor Reputations- und Machtverlust hervorgerufen würden, vor allem wenn bestimmte Ziele nicht erfüllt werden. In seinem hochaktuellen Beitrag erinnert Griepentrog an das Prinzip der Aufklärung, das heute für Top-Manager und ihre Kommunikationsleute wichtiger denn je seien. Er beschreibt, wie sich CEOs und Kommunikationsmanager ihre Souveränität bewahren können. Lesen Sie den vollständigen Beitrag in seinem [Blog „Glaubwürdig kommunizieren“](#).



## Norbert: Gerüchte+Gerichte

### Gericht: Hochgezüchtetes Unkraut – Feines mit Artischocken

(nsb) Wanderern und Spaziergängern gefallen Begegnungen mit Disteln meist nicht, weil ihre feinen Stacheln unangenehme Hautverletzungen zur Folge haben können. Wie und wann jemand auf den Gedanken kam, dieses fiese Unkraut zu essen,



weiß niemand. Aber immerhin muss es vor sehr langer Zeit gewesen sein, denn schon die Griechen und Römer kannten sie – die Artischocke (Foto: FotoHiero / pixelio.de). Tatsächlich ist dieses Gemüse nichts anderes als die Blütenknospe einer Distelart, deren Wildform heute noch rund um das östliche Mittelmeer vorkommt. Schon die Griechen haben das Kratzgewächs veredelt, die Knospen wurden größer. Die Römer schließlich haben eine dornenlose Art gezüchtet. Und die Araber haben für ihre weite Verbreitung und ihren Namen gesorgt, sie nannten sie „al-charsuf“, daraus machten

die Spanier „alcachofa“ und die Neapolitaner „cariofo“. In Florenz wurde daraus „articiocco“, in Augsburg „erdschocke“, in Paris „artichaud“.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Termine

### 2. PRSH-Karrieretag am 13. November in Hannover

#### PRSH.

Public Relations Studierende Hannover e.V.

Unter dem Motto „Are you ready for the next level“ lädt der PRSH – Public Relations Studierenden Hannover e.V. am 13. November zum 2. PRSH-Karrieretag ein. Das Veranstaltungsformat führt in diesem Jahr PR-Nachwuchs mit erfahrenen Branchenvertretern zu einer Diskussion über Berufseinstiegschancen und Karriereperspektiven zusammen. Im Zentrum der Veranstaltung stehen Podiumsdiskussionen, eine Jobbörse sowie einzelne Panels mit den PR-Professionals. Nach den Diskussionen bietet sich außerdem die Gelegenheit, Personen aus Praxis und Wissenschaft im Rahmen eines PR-Get-Together näher kennenzulernen. Die Veranstaltung findet von 9:30 bis 17:30 Uhr im Planet MID auf der Expo Plaza in Hannover statt. Für Professionals belaufen sich die Teilnahmekosten für die Veranstaltung auf 49,00 Euro, Alumni der Hochschule Hannover zahlen 39,00 Euro, Studierende 29,00 und PRSH-Mitglieder 19,00 sowie aktive Vereinsmitglieder 9,00 Euro inklusive Verpflegung. Anmeldungen werden bis zum 6. November per [E-Mail an Carina Temmen](mailto:carina.temmen@prsh.de) erbeten. Weitere Informationen zum Programm und den Teilnehmern finden sich auf der [PRSH-Website](http://www.prsh.de).



## Bildung

### Depak baut berufsbegleitende Studiengänge um: mehr Online-Kommunikation und Strategie



DEUTSCHE PRESSEAKADEMIE  
STUDIUM • SEMINARE • E-LEARNING • TAGUNGEN

Die Deutsche Presseakademie (depak) in

Berlin baut ihre berufsbegleitenden Studiengänge um: Künftig sollen Online-Kommunikation und Strategie noch deutlicher im Vordergrund stehen. Das Studium heißt künftig „Kommunikationsmanagement“, nicht mehr „PR / Öffentlichkeitsarbeit“. Dazu Akademieleiter Christian Arns: „In Zeiten von Content Marketing und Diskussionen um Native Advertising ergibt die Beschränkung auf PR keinen Sinn mehr.“ Außerdem erweitert der 2003 gegründete Weiterbilder das Blended Learning. Reine Fernstudiengänge und reine Präsenzveranstaltungen weichen der Kombination aus Live-Sitzungen des E-Learnings, individuellem Netz-basiertem Lernen und gemeinsamen Übungen in mehrtägigen Präsenzblöcken.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Studien

### Kommunikation von Unternehmen und Organisationen bleibt hinter Erwartungen zurück

Viele Unternehmen und Organisationen haben Content Marketing und Social Media in ihren Kommunikationsmix integriert. Dennoch gibt es nach Auffassung der Internetnutzer deutliche Defizite, wenn es darum geht, Sachinformationen zu vermitteln und zuzuhören. Zu diesem Ergebnis kommt der Deutsche Kommunikations-Index „Com-X“ 2015. Rund zwei Drittel der täglichen Internetnutzer (68 %) bzw. Facebook-User (64 %) wünschen sich von Unternehmen und Organisationen in erster Linie

Sachinformationen. Aber nur 38 bzw. 36 Prozent sind damit auch zufrieden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

[TOP](#)

## Lesehinweise

### Leitfaden für Unternehmenskommunikation von Claudia Mast in 6. Auflage



Das Lehrbuch Unternehmenskommunikation von Claudia Mast ist im September in 6. Auflage erschienen. Die Professorin für Kommunikationswissenschaft und Journalistik an der Universität Hohenheim (Stuttgart) richtet sich in dem als Leitfaden klassifizierten Buch an PR-Studierende und Praktiker aus PR-Abteilungen in Unternehmen oder Agenturen. Mast vertritt die These, dass das Schlagwort „Content is King“ zur Realität wird. Unternehmen ringen um Aufmerksamkeit, Vertrauen und Glaubwürdigkeit in der Öffentlichkeit und auf den Märkten. Sie fragt, mit welchen Inhalten sie ihre Stakeholder überzeugen und in leistungsfähige Kommunikationsbeziehungen einbinden wollen? Das praxisorientierte Buch gibt einen Überblick über theoretische Ansätze sowie Wege des strategischen Managements verantwortlicher Unternehmenskommunikation. Im Mittelpunkt steht das Content-Management (Themen, Storytelling) sowie die Stakeholder Mitarbeiter (Interne PR, Change Communication), Kunden (Kunden-PR, Corporate Publishing), Medien (Media Relations, Social Media Relations), Kapitalgeber (Investor Relations) und Gesellschaft (Public Affairs, Innovationskommunikation, CSR).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Sprache in der Wirtschaft



Soeben erschienen ist das „Handbuch Sprache in der Wirtschaft“. Es ist Band 13 in der Reihe Handbücher Sprachwissen. Herausgeber sind Markus Hundt und Dorata Biadala, Sprachwissenschaftler der Universitäten Kiel und Heidelberg. Es ist ein Desiderat der linguistischen

Forschung und beinhaltet unter anderem zentrale linguistische Fragestellungen, beispielsweise Stil / Rhetorik, Text-Bild-Verhältnis, Semantik, Pragmatik, Argumentationsstrategien, Textsorten und Gesprächsanalyse. Dabei liegt ein Fokus auf der externen und internen Unternehmenskommunikation. Daneben werden im Band Themen wie die interkulturelle Wirtschaftskommunikation, kommunikative Netzwerke und neue Medien, Markenkommunikation und vieles weitere behandelt. Erschienen ist das Werk bei De Gruyter, Berlin, Boston. Unter den Autoren sind bekannte Namen wie Claudia Mast, Dieter Georg Herbst, Manfred Piwinger, Helmut Ebert, Hans-Peter Förster, Simone Huck-Sandhu, Birger P. Priddat und andere.

*Titel: Handbuch Sprache in der Wirtschaft; Herausgeber: Markus Hundt und Dorata Biadala, Verlag: Walter de Gruyter GmbH, Berlin; ISBN: 978-3-11-029621-1; Umfang: 545 Seiten; Formate und Preise: eBook (PDF) und gebunden: 179,95 Euro;*

[Link zum Verlag](#)

### Sascha Lobo: Die lustige, bittere Wahrheit über die Vorratsdatenspeicherung

Am 16. Oktober hat die Bundesregierung, verborgen im Schutze der Öffentlichkeit und der Flüchtlingsdebatte, durch den Deutschen Bundestag ein Gesetz beschließen lassen: das Gesetz zur Vorratsdatenspeicherung. Mal wieder. Natürlich wird es kassiert werden von Gerichten, ganz oder in Teilen,

natürlich werden die Überwachungsfans aller Parteien und Behörden so tun, als könne man das Ansinnen dahinter umbenennen und ansonsten weitermachen. Der Kampf gegen die immer neuen Überwachungsattacken der Behörden wird niemals zu Ende gehen. Er dauert ewig, und den Grund dafür findet man - im Folgenden zu Verständlichkeitszwecken sanft vereinfacht - in der Geschichte. Die Kolumne von Sascha Lobo am 15. Oktober in "Spiegel.Online" [bitte hier nachlesen](#).

## Preise und Awards

### 1. Deutscher Content Marketing-Preis vergeben



In Frankfurt am Main wurde am 14. Oktober im Rahmen der Content World 2015 erstmals der Deutsche Content Marketing Preis verliehen.

Die Gewinner waren Audi, die Deutsche Telekom, Vodafone, Südtirol und der WWF. Die Auszeichnung wurde von den Fachmedien „absatzwirtschaft“ und „Meedia“ sowie dem Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt und dem Knowledgepartner Textprovider vergeben. Der Preis soll die Bandbreite und die Kreativität der Branche widerspiegeln, er ist in seiner Ausrichtung der erste Award seiner Art in Deutschland. Ausgezeichnet wurden außergewöhnliche Content Marketing-Leistungen in den Kategorien Production, Distribution, Creation und Strategy.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Weber Shandwick auf Platz 1 des „Global Creative Index“

Glaubt man dem in New York erscheinenden „Holmes Report“, dann ist Weber Shandwick die kreativste Agentur weltweit. In der vierten Ausgabe des „Global Creative Index“ ist Weber Shandwick vom 3. Platz im Vorjahr wieder auf die Spitzenposition

geklettert. Zugrunde liegen dem Ranking die Auswertungen von mehr als 25 internationalen PR-Preisvergaben in den vergangenen zwölf Monaten. Der Schlusstrich wird Jahr für Jahr unmittelbar



nach der Vergabe der Cannes Lions im Juni gezogen. Dann beginnt die Auswertung, in der die Top-Platzierungen

der Agenturen bei den verschiedenen internationalen PR-Preisen nach einer speziellen Formel vom „Holmes Report“ gewichtet werden. Hinter Weber Shandwick belegen Ogilvy PR, die MSL Group, Edelman und Ketchum die übrigen Top Five-Plätze. Eine ähnliche Auswertung für den deutschen Kommunikationsmarkt wird das „PR-Journal“ mit dem PR-Kreativitäts-Ranking im Januar 2016 in der zweiten Auflage veröffentlichen. Weitere Informationen zum „Global Creative Index“ direkt auf der [„Holmes Report“-Website](#).

### PRVA freut sich über Einreichrekord beim 32. Staatspreis Public Relations

Mit 71 Einreichungen bewarben sich Österreichs Kommunikatoren um den Staatspreis für PR 2015. Aus dieser Vielzahl anspruchsvoller Arbeiten hat die Jury 18 Projekte in sechs Kategorien nominiert, die Categoriesieger und den künftigen Staatspreisträger gewählt. Verliehen wird der vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft ausgelobte und vom Public Relations Verband Austria (PRVA) ausgerichtete Staatspreis am 26. November im Studio 44 der Österreichischen Lotterien in Wien. Schon die Nominierung in einer Kategorie ist Nachweis exzellenter PR-Arbeit. Denn aufgrund strenger Bewertungskriterien schaffen es ausschließlich jene Projekte in die Runde der Nominierten, die alle Bewertungskriterien erfüllen.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Jobangebote

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

### GESUCHE

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

### ANGEBOTE (38)

Volontariat/Trainee

Die 9 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *Senior Account Manager PR / Stellv. Teamleitung (m/w), Hamburg*
- *PR- und Social Media-Berater/in, Düsseldorf*
- *Publik sucht eine/n Corporate-Publishing-Redakteur/in, Ludwigshafen a.R.*
- *Junior PR-Berater (w/m), Berlin*
- *Essener Agentur sucht PR-Junior-Redakteurin und -Berater/in*
- *PR / Pressereferent/in, Bozen*
- *PR- Manager (m/w) bei BAGO DIWA \ WORKS, Düsseldorf*
- *Junior-Berater(in), Essen*
- *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*

Unternehmen

- *Referent Marketingkommunikation (m/w), Düsseldorf*
- *Referent Kommunikation / Pressesprecher (m/w), Braunschweig*

Verbände (Non-Profit)

- *Mitarbeiter/in für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Speyer*

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 19. Oktober 2015 um 18:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.524 aktive Empfänger** versandt. Der Gesamtverteiler bei Clever-Reach, Oldenburg, umfasst 17.360 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](mailto:redaktion@pr-journal.de)

**Redaktionsrubrik „Das PR-Interview“:**

Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln:  
Ulf Kartte, 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](http://www.jobs.pr-journal.de).

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

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

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

**Anschrift (Verlag):**

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

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

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

**Auflage kontrolliert** durch die



Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin.

Für 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.