

PR-Journal Newsletter

Nr. 490 / 43. KW 2015

Seite 1

Volkswagen nach dem Vertrauenseinbruch: Beziehungskapital muss neu aufgebaut werden



Wie kann Volkswagen Vertrauen zurückgewinnen? Oder radikaler: Kann Volkswagen Vertrauen zurückgewinnen? Diese Fragen stellen sich nicht erst nach Bekanntwerden des GPRA-

Vertrauensindex. Man mag zu derartigen Indexwerten stehen wie man will: Wenn sich ein Indexwert wie im vorliegenden Fall quasi halbiert hat, fordert dies zum Nachdenken heraus. Spannend ist die Frage, ob oder in wieweit es dabei um Kommunikation geht. Unternehmenskommunikation kann immer nur so gut sein wie das ihr übertragene Mandat und der Umgang hiermit. Ein Seismograph, der mit Weitblick auch kritische Meinungen in Markt und Gesellschaft herausfiltert, der Entscheidungen und Ereignisse auf deren Folgen in öffentlicher Kommunikation und Meinungsbildung hinterfragt, der Problemhorizonte nicht nur aufspürt, sondern auch auf deren unternehmenspolitische Bewältigung Einfluss nimmt, ist der eher bürokratische VW-Kommunikationsapparat jedenfalls offensichtlich nicht gewesen. Wenn sich Kommunikationsleistungen auf das Verkünden guter oder schlechter Nachrichten beschränken, dann wäre das „very old school“.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Universität Leipzig: Christian Hoffmann übernimmt verwaisten Lehrstuhl von Ansgar Zerfaß

Seit Ansgar Zerfaß im vergangenen Jahr an der Leipziger Universität als Nachfolger von Günter

Bentele die Leitung des früheren Lehrstuhls für Öffentlichkeitsarbeit / PR in Deutschland übernommen hatte, war dessen vorheriger Platz am Institut verwaist. Zerfaß, dessen Lehrstuhl nun den Titel „Strategische Kommunikation“ trägt, hat jetzt einen



Nachfolger gefunden: Christian Pieter Hoffmann (Foto). Hoffmann, zuletzt Assistenzprofessor für Kommunikationsmanagement am Institut für Medien und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen, wurde im September als Professor für Kommunikationsmanagement an die Universität Leipzig berufen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Personalien

Ketchum Pleon Düsseldorf: Kemper geht zu Ogilvy PR, Maeßen führt Düsseldorf Büro allein

Babette Kemper, die bislang gemeinsam mit Rüdiger Maeßen den Düsseldorfer Standort von Ketchum Pleon leitete, verlässt zum Jahreswechsel die Agentur auf eigenen Wunsch, um ebenfalls in Düsseldorf die Geschäftsführung von Ogilvy PR für Deutschland zu übernehmen. Sie folgt auf Ulrike Aretz, die die Agentur auf eigenen Wunsch zum Jahresende verlässt. Kempers Stelle bei Ketchum Pleon soll neu besetzt werden. Wer an der Seite von Maeßen übernehmen soll, ist noch unklar. Kemper war seit 2000 bei Ketchum Pleon tätig, vor allem im Bereich Brand & Marketing Communications. Als Key Account-Verantwortliche betreute sie nationale und internationale Kunden aus dem Bereich Lifestyle, Consumer und Healthcare. Im März 2013 übernahm sie gemeinsam mit Maeßen die Leitung des Düsseldorfer Standortes.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Inhaltsverzeichnis

Der 490. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 24 Einzelmeldungen.

1. *Volkswagen nach dem Vertrauenseinbruch: Beziehungskapital muss neu aufgebaut werden*
2. *Universität Leipzig: Christian Hoffmann übernimmt verwaisten Lehrstuhl von Ansgar Zerfaß*
3. *Ketchum Pleon Düsseldorf: Kemper geht zu Ogilvy PR, Maßen führt Düsseldorfer Büro allein*
4. *Personalien compact - Sonstige (1) (43. KW-2015)*
5. *Personalien compact - Unternehmen (2) (43. KW-2015)*
6. *Personalien compact - Agenturen (6) (43. KW-2015)*
7. *Etats compact (12) (43. KW-2015)*
8. *Vanja Unger gründet Agentur VAU Kommunikation in Bielefeld*
9. *DPRG besucht Konzern im Umbruch: Kommunikation von Thyssen Krupp gewährt tiefe Einblicke*
10. *Organisationen compact (1) (43. KW-2015)*
11. *Social Media compact (1) (43. KW-2015)*
12. *Gerücht: Wie die Telekom das Miteinander fördert*
13. *Termine compact (1) (43. KW-2015)*
14. *Start des 2. DAPR-Masterstudiums in Düsseldorf*
15. *Deutschlands Marken des Jahres 2015: Samsung löst Nivea als bestbewertete Marke ab*
16. *Klenk & Hoursch untersucht Krisenprävention von Unternehmen im Social Web*
17. *Gender-Studie von Weber Shandwick: schwache Kür bei Gleichstellung von Frau und Mann*
18. *Edelman Markenstudie: Innovationen ja, aber bitte mit gesellschaftlichem Nutzen*
19. *Forschungssprecher des Jahres 2015 gekürt: drei Frauen siegten*
20. *Roadshow: SCM und Hirschtec bieten Marktübersicht und Trends zum Thema Intranet*
21. *Jobbörse*
22. *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



Personalien compact - Sonstige (1) (43. KW-2015)

1. **Neuer Pressereferent bei der GPM in Berlin: Felix Schnellbacher** (44) arbeitet seit dem 12. Oktober als Pressereferent im Bereich Kommunikation und PR bei der Deutschen Gesellschaft für Projektmanagement (GPM), Nürnberg. Die in Berlin angesiedelte Stelle wurde neu geschaffen. Schnellbacher berichtet an **Myriam Conrad**, die den Bereich Marketing und Kommunikation leitet. Er war zuletzt als Referent Kommunikation für den Verband deutscher Pfandbriefbanken tätig.

Personalien compact - Unternehmen (2) (43. KW-2015)

1. **Engelke bei Sana zurück an alter Wirkungsstätte: Patrick Henry Engelke** (39) ist zurück bei den Sana Kliniken in Ismaning. Nachdem er 2013 stellvertretender Leiter der Unternehmenskommunikation war, hat er nun seit dem 15. September die Leitung der Stabsstelle bei dem Klinikbetreiber übernommen. Vorgängerin **Susanne Heintzmann** zog es zur Messe München, wo sie seit Oktober die PR leitet. Zuletzt arbeitete Engelke zwei Jahre lang als Senior-Berater bei Engel & Zimmermann. Künftig berichtet er an den Vorsitzenden des Vorstands, **Michael Philippi**.
2. **Mediatown hat neuen Kommunikationschef: Benjamin Auerbach** (38) leitet seit dem 1. Oktober als Nachfolger von **Frank Esbach**

den Bereich Marketing und Kommunikation bei der Agentur für Personalwerbung Mediain town mit Sitz in Karben. Vorgänger Esbach hat das Unternehmen verlassen. Zuletzt arbeitete Au-erbach als Senior Redakteur bei Mainova. Bei seinem neuen Arbeitgeber berichtet er an den Geschäftsführer **Stefan Kraft**.

Personalien compact - Agenturen (6) (43. KW-2015)

1. **Ehren verlässt fischerAppelt:** Das ist ein Wechsel, der in diesen Tagen eher selten stattfindet: Agentur-Mitarbeiter wechselt zurück auf die Medienseite. So hat es jetzt **Harald Ehren** für sich entschieden. Nach sieben Jahren als Chefredakteur bei der Creative Content Group fischerAppelt wechselt er nach Informationen von „turi2.de“ und „horizont.net“ zur DVV Media Group, um die Chefredaktion der „Deutschen Verkehrszeitung“ (DVZ) zu übernehmen. Am Redaktionssitz in Hamburg wird er Nachfolger von **Günther Hörbst**. Ehren war vor seiner Zeit bei fischerAppelt unter anderem als Pressesprecher von Sixt und Wirtschaftsredakteur von „FTD“, „Manager Magazin“ und „F.A.Z.“ tätig.
2. **Farner Consulting erweitert Partnerkreis:** **Daniel Jörg** und **Frédéric Jacquemoud** sind neue Partner bei der Zürcher Kommunikations- und PR-Agentur Farner Consulting AG. Jacquemoud leitet seit März 2012 als Mitglied der Geschäftsleitung die Aktivitäten von Farner in der Westschweiz. Jörg ist seit November 2012 Leiter des digitalen Kompetenzzentrums von Farner und ebenfalls Mitglied der Geschäftsleitung. Die bisherigen Partner von Farner Consulting sind: **Christian König**, Chairman, **Roman Geiser**, CEO & Managing Partner, **Jacqueline Moeri**, **Daniel Heller**, **Urs Knapp** und **Michel Grunder**.
3. **Erweiterung des Managements bei antwerpes:** **Christiane Schrix** übernahm bei der Kölner Agentur antwerpes ag nach sieben Jahren in verschiedenen Positionen zum 1. Juli die Leitung der Unit Digital & Mobile. In ihrer neuen Position soll sie die fachliche Weiterentwicklung ihrer Abteilung fördern. 2008 wechselte die gelernte PR-Beraterin Schrix zu antwerpes und führte zunächst ein Team der PR-Abteilung. Mitte 2010 verlagerte sich der Schwerpunkt der Healthcare-Spezialistin auf die digitale Kommunikation, in der sie schließlich zum



A&B One

Management Supervisor avancierte. In ihrer neuen Funktion berichtet sie an Vorstandsmitglied **Thilo Kölzer**.

4. **Ulbricht steigt auf bei Vagedes & Schmid:** **Marcel Ulbricht** ist bei Vagedes & Schmid zum Account Director befördert worden. Er rückt damit in den Leitungskreis der Hamburger Agentur für Begegnungskommunikation auf. Neben Kunden- und Etatverantwortung und der Entwicklung des Neukundengeschäfts übernimmt Ulbricht verstärkt übergeordnete Aufgaben wie die strategische Entwicklung von Kundenetats, die Steuerung von Innovationsprozessen in der Agentur und die Qualitätssicherung in den einzelnen Kundenteams. Ulbricht ist seit zehn Jahren an Bord der Agentur.
5. **Siebenbaum und Rahe neu bei Bissinger plus:** **Stephan Siebenbaum** (42) ab November und **Verena Rahe** ab Dezember werden neue Mitarbeiter im Team der Medienagentur Bissinger in Hamburg. Der Journalist Siebenbaum soll als Senior Editor Pitches vorbereiten, Autoren betreuen sowie für Bestandskunden konzipieren, schreiben und redigieren. Vor seinem Wechsel arbeitete er als freier Journalist und Redakteur bei der Hamburger Agentur Schmitz WG. Die Kommunikationsdesignerin Rahe soll als Art Direktorin Gestaltungskonzepte für Pitches entwickeln und Medien von Bestandskunden betreuen. Nach Tätigkeiten bei KNSK und als selbstständige Art Direktorin war sie zuletzt bei Orca im Hafen, Hamburg, unter Vertrag. (Quelle: CP-Monitor)
6. **Henrik Heins startet bei MSL Germany:** Seit September leitet **Henrik Heins** (46) als Director das Münchner Team von MSL Germany. Zusätzlich zur Teamleitung soll sich Heins

auch bundesweit um Kunden aus dem Corporate- und B-to-B-Feld kümmern. Zuletzt arbeitete er als Senior Advisor für Change-Kommunikation bei cc:langen. Frühere Stationen waren unter anderem Edelman, wo er als Director Corporate arbeitete, und fischerAppelt, für die Heins den Frankfurter Standort leitete.

Etats

Etats compact (12) (43. KW-2015)

1. **united communications gewinnt PR-Etat für iKlips**
Adam Elements, Taiwan
was: europaweite PR-Kampagne für Flash-Speicher-Stick iKlips
an: **united communications GmbH**, Berlin
2. **SparkassenVersicherung relaucht Mitarbeitermagazin**
SV SparkassenVersicherung Holding AG, Stuttgart
was: Neues Konzept und Umsetzung für Mitarbeitermagazin „SV impuls“
an: **Signum communication Werbeagentur GmbH**, Mannheim
3. **C3 überarbeitet Website von dena.de**
Deutsche Energie-Agentur GmbH (dena), Berlin
was: Relaunch der Unternehmenswebseite
an: **C3 Creative Code and Content GmbH**, Berlin
4. **Neukundengewinn für Schwartz Public Relations**
FinTech Start-up GoCardless Ltd, London
was: PR- und Medienarbeit
an: **Schwartz Public Relations**, München
5. **Kruger Media betreut Start-up-Unternehmen Catero.de**
Suchmaschine für Cateringunternehmen Catero.de, Hamburg
was: klassische Kommunikation, Blogger-Relations und Betreuung Social Media-Kanäle
an: **PR-Agentur Kruger Media**, Berlin
6. **Gemeinschafts-Kampagne zur Repositionierung von TA Triumph-Adler**
TA Triumph-Adler GmbH, Nürnberg
was: PR-Part zur Online-und Content-Kampagne zur Vertriebsunterstützung und Repositionierung

KOMM·PASSION

- an: **Donner & Doria Public Relations**, Heidelberg PR
7. **Enchilada setzt auf pioneer communications**
Franchiseunternehmen für Freizeitgastronomie Enchilada Franchise GmbH, Gräfelfing
was: Kampagne anlässlich des 25-jährigen Jubiläums
an: **pioneer communications GmbH**, Leipzig
 8. **Hedinger Communications betreut Berliner Architekturbüro**
Architekturbüro Langhof®, Berlin
was: konzeptionelle PR-Arbeit
an: **Hedinger Communications**, Hamburg
 9. **Hirschtec gewinnt drei neue Kunden**
 - a) Stadtreinigung Hamburg,
was: Konzeption zum Aufbau eines Intranets
 - b) Deutsche Bundesbank, Frankfurt am Main
was: Ausarbeitung der Informationsarchitektur für neues InfoPortal
 - c) Bertelsmann Stiftung, Gütersloh
was: Einbau von Interaktions- und Kollaborationinstrumenten im Intranet
an: **Hirschtec GmbH & Co. KG**, Hamburg
 10. **zoom productions sichert sich internationalen Kunden**
Japanisches Einzelhandelsunternehmen Yodobashi, Tokio
was: Beteiligung von Yodobashi am Sportfoto-Wettbewerb Red Bull Illume Image Quest
an: **zoom productions gmbh**, Fuschl am See (Nähe Salzbug)

STAMM
IMPRESSUM

Agenturen

Vanja Unger gründet Agentur VAU Kommunikation in Bielefeld



Vanja Unger (Foto) hat sich im September mit ihrer Kommunikationsagentur VAU Kommunikation in Bielefeld selbstständig gemacht. Die #30u30-

Alumna betreut bereits Kunden aus den Bereichen Gesundheitswesen und Beauty sowie ein internationales Logistikunternehmen. Zu den Kunden zählen unter anderem das Gastroenterologische Zentrum Dr. Heuer, die Intercontor Greece SA, die Gemeinschaftspraxis für Radiologie Urban & Rudolf sowie die Hamburger Agentur Faktor 3 AG, für die Unger zuletzt tätig war. Die inhabergeführte Kommunikationsagentur VAU bietet Beratungs- und Umsetzungsleistungen in den Feldern Corporate Communications, Marken- und Produkt-PR, Corporate Publishing, Social Media Kommunikation sowie Redaktion und Text. Der inhaltliche Fokus liegt auf kleinen und mittelständischen Unternehmen der Branchen Gesundheitswesen, Beauty, Industrie und ITK.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage



noch fest in den Köpfen. Tatsächlich aber ist ThyssenKrupp inzwischen nach eigener Darstellung ein „diversifizierter Industriekonzern mit traditionell hoher Werkstoffkompetenz und einem wachsenden Anteil an Industriegüter- und Dienstleistungsgeschäften“. Über 155.000 Mitarbeiter arbeiten in knapp 80 Ländern. Doch in der Außenwahrnehmung ist Thyssen Krupp noch weit entfernt von der Wunschvorstellung eines globalen Unternehmens, das erfolgreich in den Zukunftsmärkten der internationalen Wirtschaft tätig ist. Die Gründe für die Diskrepanz zwischen Wunsch und aktueller Situation legte Robin Zimmermann (Foto), der Leiter Pressestelle, beim Besuch der DPRG-Landesgruppe Nordrhein-Westfalen dar. Vor den gut 70 Gästen schilderte er den schwierigen Umbruch des Stahlkonzerns hin zu einem vielfältigen Industrieunternehmen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Unternehmen

DPRG besucht Konzern im Umbruch: Kommunikation von Thyssen Krupp gewährt tiefe Einblicke



Traditionsbedingt ist Thyssen Krupp für viele Menschen immer noch der „Essener Stahlkonzern“. Auch wenn heute nur noch rund 30 Prozent des Umsatzes von rund 41 Milliarden Euro im Stahlgeschäft erwirtschaftet wird, so sitzt das Bild der Stahlhütte

Organisationen

Organisationen compact (1) (43. KW-2015)

1. **Weiterer Sponsor unterstützt PRVA:** Der österreichische PR-Verband (PRVA) finanziert seine berufsständische Arbeit neben den Mitgliedsbeiträgen mit einer ganzen Reihe von Wirtschaftspartnern. Neu hinzu gekommen ist jetzt das Unternehmen Jork Printmanagement, eine Fulfillment-Agentur im Druckbereich. Von der Zusammenarbeit verspricht sich der PRVA nicht zuletzt tatkräftige Unterstützung bei der Erstellung der verschiedenen Druckwerke des Verbands. Weitere Sponsoren sind: Brau

Union, Dorda Brugger Jordis, IFES, ÖBB, Observer, OMV, REWE, Siteimprove, voestalpine und Wien Energie.

Social Media

Social Media compact (1) (43. KW-2015)

1. **Regeln gegen Schleichwerbung in sozialen Medien:** Werbung muss auch im Internet klar und eindeutig erkennbar sein und im Zweifelsfall gekennzeichnet werden. Das bekräftigten am 20. Oktober die Landesmedienanstalten, Berlin, in einer gemeinsamen Erklärung. In Form einer FAQ-Liste ist ein Leitfaden erarbeitet worden, der die wichtigsten Regeln im dynamischen Markt von Onlinemedien beschreibt und Antworten gibt auf die häufigsten Fragen zu Produktpräsentationen und Werbetauschungen in selbstproduzierten YouTube-Videos oder anderen Social Media-Angeboten. Der Leitfaden steht auf der [Website der Landesmedienanstalten](#) zum Abruf bereit.

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gerücht: Wie die Telekom das Miteinander fördert



(nsb) Die Deutschen sind empathiefähig, das zeigen viele ja gerade gegenüber den Flüchtlingen. Dass bereits ein gestörter Telefonanschluss zahlreiche Mitleids- und Kopf-hoch-Reaktionen nach sich zieht, haben etliche Menschen bewiesen, die ich per E-Mail auf meine Festnetzprobleme hinwies. Dafür gebührt ihnen mein Dank – auch wenn der eine oder andere glaubte, mir ausführlich die Wochen und Monate schildern zu müssen, die ihn die Telekom hatte hängen lassen. Es hat mich nicht entmutigen können.

Seit vier Tagen funktioniert das Festnetz-Telefon wieder, nach „nur“ knapp vier Wochen Ferndiagnosen, Umstößelei und Warten auf einen Techniker. Irgendwann beginnt auch der Geduldigste über die

Hier sind die wichtigsten Blogger für Ihre Arbeit

Wer bislang herausfinden wollte, welcher Blog für ein Thema wirklich wichtig ist, hatte es schwer. Es gab keine verlässliche Quelle, die die Relevanz von Blogs gemessen hat. Das ist nun anders: Der Blogger-Relevanzindex übernimmt diese Aufgabe. Nun kann jede Pressestelle herausfinden, welche Blogger für ihre Arbeit wirklich wichtig sind. [Lesen Sie hier mehr.](#)

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Nützlichkeit von Rauchzeichen und Blinksignalen nachzusinnen, ich will es nicht leugnen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Termine compact (1) (43. KW-2015)

1. **Cannes Lions 2016 vom 18. bis 25. Juni:** Das internationale Kreativitätsfestival in Cannes hat für das Jahr 2016 sein Programm auf acht Tage ausgedehnt. Vom 18. bis zum 25. Juni 2016 treffen sich Kommunikations- und Marketingfachleute aus aller Welt, um die kreativsten Ideen zu küren. **Anmeldungen sind ab dem 14. Januar möglich, Einreichungen für die Wettbewerbe werden ab dem 21. Januar 2016 entgegen genommen.**

Bildung

Start des 2. DAPR-Masterstudiums

Mit einer Präsenzwoche zum Thema „Kommunikation und Wissenschaft“ ist vergangene Woche der zweite Durchgang des berufsbegleitenden Masterstudiums der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) in Düsseldorf gestartet. Die DAPR

bietet das Programm mit sieben verschiedenen Studienrichtungen aus den Bereichen PR, Kommunikation und Management in Kooperation mit der Donau-Universität Krems (DUK) an.

Die Studierenden durchlaufen in vier Semestern insgesamt zehn einwöchige Module und schließen am Ende mit dem akademischen Grad Master of Science (MSc) oder Master of Business Administration (MBA) ab, der von der Partner-Universität verliehen wird.



Foto: Die Studierenden des 2. Lehrgangs des berufsbegleitenden Masterstudiums von DAPR und DUK in Düsseldorf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien

Deutschlands Marken des Jahres 2015: Samsung löst Nivea als bestbewertete Marke ab



Reichte es 2014 nur für Silber, führt Samsung in diesem Jahr die Rangliste der aus Verbrauchersicht am besten bewerteten Marken in Deutschland an.

Dicht auf dem zweiten Platz folgt die Drogeriemarktkette dm, die sich zum Vorjahr ebenfalls im Gesamtranking um einen Platz verbessern konnte. Nivea als Vorjahres-Gesamtsieger belegt dahinter immer noch einen starken dritten Platz. Neu in die Top 5 - über alle diesjährig ausgezeichneten Kategorien hinweg - hat es Haribo auf Platz 4 geschafft. Der Bonner Süßwarenproduzent verdrängt somit Wikipedia auf

Wie läuft's?

Leistungsdiagnose mit Lautenbach Sass.

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

Platz Nummer 5. Zum zweiten Mal vergibt in diesem Jahr das internationale Marktforschungsunternehmen YouGov, Köln, gemeinsam mit „Handelsblatt“, Düsseldorf, die Auszeichnung „Marke des Jahres“, um die von deutschen Verbrauchern am besten bewerteten Marken zu prämiieren. Die vorliegenden Ergebnisse beruhen auf insgesamt über 700.000 Online-Interviews, die YouGov im Zeitraum vom 1. September 2014 bis 31. August 2015 für den täglichen Markenmonitor YouGov BrandIndex repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren durchgeführt hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Klenk & Hoursch untersucht Krisenprävention von Unternehmen im Social Web

UNTERSTÜTZUNG
nur **6%** haben die volle Unterstützung der Geschäftsführung



Nur sechs Prozent der Kommunikationsmanager bekommen in Deutschland Rückendeckung von ihrem Chef, um Krisenprävention im Social Web zu betreiben. International sind es immerhin 34 Prozent. Das ist eines der Ergebnisse, die eine Blitz-

Umfrage der Frankfurter Agentur Klenk & Hoursch zutage gebracht hat. Die Agentur wollte nicht in den Chor derer miteinstimmen, die im Zusammenhang mit dem VW-Dieselskandal ungefragt gute Ratschläge geben. Klenk & Hoursch hat stattdessen Kommunikationsprofis aus Agenturen, Unternehmen und Verbänden gefragt: „Wie gut fühlen sich Unternehmen auf Krisen im Social Web vorbereitet?“ Auch wenn die Untersuchung nicht repräsentativ ist, die Antworten verschaffen interessante Einblicke, wo es besonders bei größeren deutschen Unternehmen im Jahr 2015 typischerweise noch klemmt und wie sie im internationalen Vergleich dastehen. Lesen Sie den gesamten Beitrag von Simeon Ulandowski im [Blog der Agentur](#). Der Autor ist Senior Consultant bei Klenk & Hoursch und leitet den Beratungsbereich Social Media & Digital Marketing. **TOP**

Gender-Studie von Weber Shandwick: schwache Kür bei Gleichstellung von Frau und Mann



Laut Weber Shandwick's neuester Studie „Gender Equality in the Execu-

tive Ranks: A Paradox – The Journey to 2030“ glauben fast drei Viertel aller Führungskräfte globaler Unternehmen (73%), dass bis 2030 die Führungsetagen der meisten weltweit tätigen Unternehmen in gleichem Maße von Frauen besetzt sein werden wie von Männern. Nichtsdestotrotz berichten mehr als die Hälfte der Befragten (56%), ihr Unternehmen verfolge derzeit keine formalen Ziele für diesen Wandel, und nur 39 Prozent stufen Diversität innerhalb der Führungsetage als wichtig ein. Laut Studie glauben Arbeitnehmerinnen zunehmend, dass eine Gleichberechtigung nur noch durch Zwangsmaßnahmen, wie z.B. Gesetze zur Gleichstellung von Gehältern, entstehen kann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Edelman Markenstudie: Innovationen ja, aber bitte mit gesellschaftlichem Nutzen

Für die Mehrheit der Konsumenten in Deutschland (89 Prozent) sind Innovationen heute ein essentieller Bestandteil der gesellschaftlichen Weiterentwicklung. Unternehmen reagieren darauf und liefern Innovationen am laufenden Band. Doch Konsumenten wollen nicht nur Innovationen, wie beispielsweise Datenbrillen, Smartwatches, Staubsaugerroboter oder selbstfahrende Autos, um ihrer selbst willen. Neun von zehn Konsumenten fordern neue Produkte, die das persönliche oder besser noch das gesellschaftliche Leben verbessern. Das sind die zentralen Ergebnisse der Edelman Markenstudie „Innovation and the Earned Brand“, für die in zehn Ländern 10.000 Konsumenten – darunter 1.000 in Deutschland – zum Thema Innovationen und Marken befragt wurden. Besonders wichtig ist den Befragten in diesem Zusammenhang, dass Innovationen die Gesellschaft verbessern (75 %), die Denkweise der Gesellschaft vorantreiben (67 %) und für



einen Vorsprung gegenüber anderen Ländern sorgen (66 %).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Preise und Awards

Forschungssprecher des Jahres 2015 gekürt: drei Frauen siegen



Die Forschungssprecher des Jahres 2015 sind alle „Sprecherinnen“. Drei Frauen werden in diesem Jahr als beste Medienvertreterinnen für die Wissenschaft ausgezeichnet: Elisabeth Hoffmann (Foto l.), TU Braunschweig, Caroline Wichmann (M.), Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina in Halle, und Katharina Jansen (r.) von der Bayer AG. Die Wahl der Forschungssprecher des Jahres wird seit acht Jahren von der Zeitschrift „Medizin- & Wissenschaftsjournalist“, Medienfachverlag Oberauer, Salzburg, und dem Blog „Wissenschaft kommuniziert“ des Wissenschaftsjournalisten und Experten für Wissenschaftskommunikation, Reiner Korbmann, München, veranstaltet. Rund 700 Medizin- und Wissenschaftsjournalisten in Deutschland, Österreich und der Schweiz waren aufgerufen, die besten Forschungssprecher zu wählen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps

Roadshow: SCM und Hirschtec bieten Marktübersicht zum Thema Intranet

Die SCM – School for Communication and Management, Berlin, und die Hamburger Agentur Hirschtec



präsentieren die Ergebnisse ihrer Studie „Intranet – Marktübersicht und Trends 2015“ ab November 2015 auf einer Roadshow in fünf deutschen Städten. Der Markt im Bereich Intranet entwickelt sich seit mehreren Jahren äußerst positiv. Ein breites Angebotsspektrum mit unterschiedlichen Lösungsansätzen stellt Intranet-Verantwortliche allerdings vor Fragen: Welche Lösung passt am besten zu meinem Unternehmen? Wie unterscheiden sich die Systeme der einzelnen Anbieter? Um hier Klarheit zu schaffen, haben Hirschtec und SCM Intranet-Systeme in ihrer Funktionalität bewertet und eine Marktübersicht der Lösungsanbieter erstellt. Auf einer Roadshow sollen die Ergebnisse vorgestellt werden. Die Veranstaltungsreihe beginnt am 25. November in Düsseldorf und am 2. Dezember in Frankfurt am Main. Anfang 2016 folgen Termine in Berlin, Hamburg und München.

[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 (40)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- *Junior-PR-Berater/-in Schwerpunkt Technik und Industrie, Köln*
- *PR- Manager (m/w) bei BAGO DIWA \ WORKS, Berlin*
- *schönknecht : kommunikation sucht PR-Juniorberater/in, Hamburg*
- *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*
- *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.*

Unternehmen

- *(Senior) Public Relations Manager (m/w), München*
- *Manager Marketing & Unternehmenskommunikation (m/w), Heidelberg*
- *Referent Marketingkommunikation (m/w), Düsseldorf*
- *Referent Kommunikation / Pressesprecher (m/w), Braunschweig*

Verbände (Non-Profit)

- *PR-Referent (m/w), Berlin*
- *Mitarbeiter/in für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Speyer*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 26. Oktober 2015 um 18:45 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.031 aktive Empfänger** versandt. Der Gesamtverteiler bei Clever-Reach, Oldenburg, umfasst 17.084 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 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.

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 Page-Impressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 942 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,4 Seiten aufgerufen.