

# PR-JOURNAL-NEWSLETTER 500

2. KW 2016

Das PR-Journal präsentiert die 500. Ausgabe des Newsletters  
- freuen Sie sich auf spannende Beiträge und einen Blick  
zurück zu den Anfängen!

## TOP MELDUNGEN

Liebe Leserinnen und Leser, →



heute melden wir uns noch einmal an dieser Stelle in eigener Sache zu Wort. Aus gutem Grund: Wir freuen uns, Ihnen den 500. „PR-Journal“-Newsletter präsentieren zu können. Seit dem Start am 30. November 2004 versorgt die Redaktion Sie Woche für Woche mit Nachrichten aus der PR- und Kommunikationsbranche. Wir danken Ihnen, dass Sie uns die Treue halten! Kostenlos für die Leser geht das aber nur, weil uns Agenturen, Unternehmen, Verbände und Fortbildungsinstitute seit Jahren als Werbepartner zu schätzen wissen – sowohl auf der „PR-Journal“-Website, im Newsletter und in unserer Jobbörse. Dafür danken wir auf zweierlei Art und Weise: zum einen mit einem vollgepackten Jubiläums-Newsletter, zum anderen mit unserer gelungenen Anzeigenaktion.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DPRG-Award geht an KUKA AG →



Die KUKA AG, Augsburg, und ihr CEO Till Reuter sind Preisträger des

ersten „Thought Leadership Awards 2015“. Mit dem Preis zeichnen die Unicepta Medienanalyse GmbH, Köln, und die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) e.V., Berlin, jährlich das deutsche Unternehmen aus, das sich zum Kommunikationsthema des Jahres besonders erfolgreich positioniert hat. „Mit dem Thought Leadership Award prämiieren DPRG und Unicepta auf Basis einer crossmedialen Analyse herausragende Kommunikationsleistungen zu Themen mit besonderer gesellschaftlicher Relevanz“, sagt Theres Essmann, Managing Partner bei Unicepta. „KUKA und ihrem CEO Till Reuter ist es besonders gut gelungen, innovative Technologien all-gemeinverständlich zu präsentieren.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 500. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 34 Einzelmeldungen):

_Toc440913187	
Top Meldungen	1
Liebe Leserinnen und Leser, →	1
DPRG-Award geht an KUKA AG →	1
Der Pfeffer wird 500 – sieht man ihm gar nicht an! →	3
Voith startet mit neuer Kommunikationsstruktur in 2016: Rosumek mit Aufgabenzuwachs →	3
Personalien	4
Schaffranietz übernimmt Koordination Government Relations bei Nord Stream →	4
Renault AG: Zimmermann neuer Vorstand Kommunikation →	4
Jörg Angerstein wird neuer Vorstand Kommunikation bei terre des hommes →	5
Personalien compact - Sonstige (7) (02. KW-2016) →	5
Personalien compact - Unternehmen (3) (02. KW-2016) →	7
Personalien compact - Agenturen (7) (02. KW-2016) →	8
Etats	10
Serviceplan Corp. Reputation gewinnt B-to-B-Etat des Goethe-Instituts →	10
Etats compact (9) (02. KW-2016) →	11
Agenturen	12
Serviceplan Gruppe setzt Ausbildungsoffensive fort →	12
Film- und Fernsehagentur Deichblick expandiert →	13
Agenturen compact (2) (02. KW-2016) →	14
Unternehmen	14
Cision und Gorkana wachsen in Deutschland zusammen →	14
Organisationen	15
PR-Journal.de – Pflicht oder Kür für den Verbandspräsidenten von heute? →	15
Medien	16
Raufeld verkauft Mehrheit an Stadtmagazinverlagen →	16
Medien compact (2) (02. KW-2016) →	16
CSR + Reputation	17
Save the Date: Ab 1. Mai 2016 – Bewerbung für den CSR-Preis der Bundesregierung →	17
Warum Topmanager bei der Reputation kurzfristig sind →	17
Social Media	18
Influencer Relations: Wildcard entwickelt Analyse-Instrument →	18
Social Media-Studie: Anteil der Facebook-Nutzer fällt auf niedrigsten Stand seit 2012 →	18
Autoren-Beiträge	19

Heiko Burrack neuer „PR-Journal“-Autor: Serie zum Thema Neugeschäft →	19
Abenteuer Neuseeland, No. 4: „Make your voice heard“ – Kommunikation für das Jugendparlament →	20
Kampagne von Anpfiß ins Leben: Geschäftsführer helfen Jugendlichen beim Aufstieg →	20
Das PR-Interview	21
Das PR-Interview: Ende einer Serie →	21
PR-Interview Nr. 136: „PR-Journal“-Gründer Gerhard Pfeffer über 500 Ausgaben des PRJ-Newsletters →	21
Termine	22
SCM lädt ein zur Intranet-Roadshow und zum Speed-Dating →	22
Interne Kommunikation bei Henkel: LPRS lädt ein zu einer neuen Ausgabe von WISSENSCHAFTPRAXIS →	22
Termine compact (1) (02. KW-2016) →	23
Seminare	23
Seminare compact (1) (02. KW-2016) →	23
Bildung	23
Bildung compact (2) (02. KW-2016) →	23
Studien	24
Studie: PR-Agenturen haben Nachholbedarf beim Personalmarketing im Web →	24
PRtransfer: Als Non-Profit-Organisation erfolgreich in Social Media →	25
Umfrage unter Wirtschaftsjournalisten: Daimler-Chef Zetsche genießt bestes Ansehen →	26
Umfrage „Controlling in der Kommunikation“ →	26
Lesehinweise	27
Bilder, Videos, Infografiken: Die Zukunft gehört dem visuellen Content →	27
Preise und Awards	28
Preise und Awards compact (1) (02. KW-2016) →	28
Tipps	28
Confy-App: Zeit- und Budget-Tracker in Echtzeit →	28
B-to-B-Kommunikations-Trends 2016: Vom Schlagwort zum durchschlagenden Content →	28
Förderung von Unternehmensberatungen novelliert →	29
Tipps compact (1) (02. KW-2016) →	29
Internes - aus der Redaktion	29
500 Ausgaben „PR-Journal“-Newsletter mit 42.900 Meldungen: Zahlen, Daten, Fakten →	29
Die Top 10 der meist geklickten Artikel im „PR-Journal“ 2015 →	30
Jobangebote	30
Gesuche (5)	30
Angebote (36)	30
Impressum	31

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 Pfeffer wird 500 –  
sieht man ihm gar nicht an! →**



Ja, ja, und dann muss wieder alles ganz schnell gehen: Branche kennen lernen, wichtigste Akteure kennen, in den zentralen Diskussionen à jour sein, na toll. – Ganz ehrlich, nach dem Sprecherposten in einem Bundesministerium und mehreren Kamikaze-Einsätzen wie Trouble Shooter bei einer Tageszeitung, Aufbau einer gemeinnützigen Stiftung, Kommunikation zu Hartz IV und Gründung einer Fachzeitschrift hatte ich mich ganz gut in meiner Zwei-Drittel-Stelle als Pressearbeits-Pauker eingerichtet.

Doch dann entschwand Peter Nietzold, der inhaltliche Gründervater der Deutschen Presseakademie, in ein Sabbatjahr. Chefs und Kollegen starteten mich gleichermaßen an und signalisierten unmissverständlich: Du bist jetzt Akademieleiter!

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Voith startet mit neuer  
Kommunikationsstruktur in 2016:  
Rosumek mit Aufgabenzuwachs →**



Das internationale Familienunternehmen Voith mit Hauptsitz in Heidenheim bündelt seine Marketing- und Unternehmenskommunikationsaktivitäten im neuen

Zentralbereich Global Corporate & Market Communications. Der bisherige Leiter der Voith-Konzernkommunikation, Lars A. Rosumek (Foto), übernimmt künftig zusätzlich zu seinen bisherigen Aufgaben auch die Verantwortung für die Marketingkommunikation des Konzerns. Die bisher in den drei Konzernbereichsholdings der Sparten Hydro, Paper und Turbo angesiedelten Marketingkommunikationsabteilungen werden in einem neu geschaffenen, zentralen Bereich Market Communication verschmolzen und gestalten künftig



übergreifend die vertriebsunterstützende und marktbezogene Kommunikation des Familienunternehmens. Der neu zusammengeführte Bereich wird geleitet durch Ute Böhringer-Mai, bisher Leiterin Kommunikation von Voith Hydro, der Wasserkraftsparte des Konzerns.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## PERSONALIEN

### Schaffranietz übernimmt Koordination Government Relations bei Nord Stream

→



Adrian Schaffranietz (43, Foto) wird zum 1. Februar 2016 bei der Nord Stream 2 AG die Koordination des Bereichs „Government Relations“ übernehmen und direkt an Kommunikationsdirektor Ulrich Lissek berichten.

Nord Stream 2 sieht den Bau zweier weiterer Leitungsstränge zwischen Russland und der EU vor. Die deutschen Konzerne E.ON und BASF SE/Wintershall, der englisch-niederländische Konzern Royal Dutch Shell, die OMV aus Österreich, das französische Unternehmen Engie und Gazprom aus Russland haben im letzten Jahr einen Aktionärsvertrag über die Umsetzung des Nord Stream 2-Projekts unterzeichnet. Schaffranietz ist seit 2008 im E.ON-Konzern in verschiedenen Funktionen tätig, unter anderem als Pressesprecher für internationale Gasthemen bei Uniper, Head of Press Global Gas bei E.ON und als Abteilungsleiter „Internationale Presse / Medien“ bei der E.ON Ruhrgas.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Renault AG: Zimmermann neuer Vorstand Kommunikation →



Mit Wirkung zum 1. April 2016 wird Martin Zimmermann (48, Foto) neuer Vorstand Kommunikation der Renault Deutschland AG. Er folgt auf Reinhard Zirpel (61), der zum gleichen Zeitpunkt das Unternehmen verlässt, um sich neuen Projekten zu widmen.

Zimmermann berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden der Renault Deutschland AG, Olivier Gaudetroy.



# Wie läuft's?

Leistungsd Diagnose  
mit Lautenbach Sass.

Telefon + 49 69 257 82 65 - 0  
[www.lautenbachsass.de](http://www.lautenbachsass.de)

Zimmermann studierte BWL und Publizistik an der Universität Münster mit Abschluss Diplom-Kaufmann und ist seit 1994 in verschiedenen Funktionen der Öffentlichkeitsarbeit tätig. In den vergangenen sechs Jahren unterstützte er Unternehmen der Automobilbranche als externer Kommunikationsberater. Zuvor verantwortete er die Kommunikation von Volkswagen Nutzfahrzeuge und die Unternehmenskommunikation der Renault Deutschland AG.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Jörg Angerstein wird neuer Vorstand Kommunikation bei terre des hommes →**



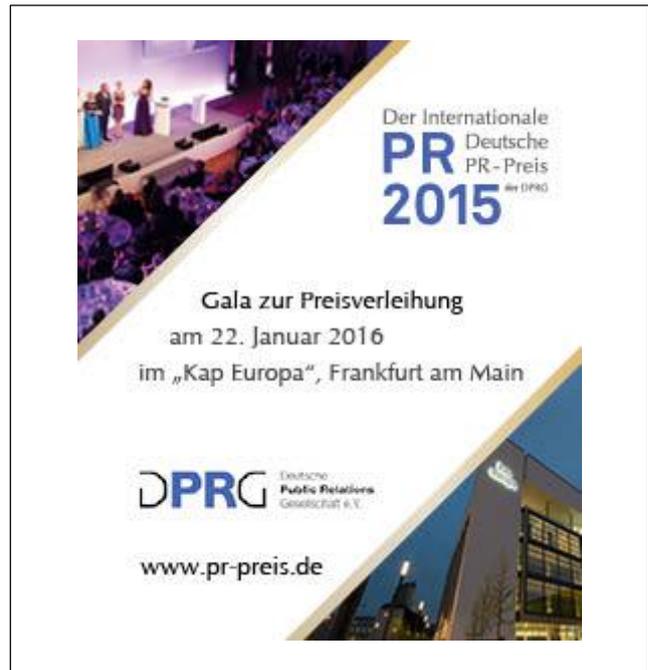
Das Präsidium von terre des hommes hat Jörg Angerstein (51, Foto: © obs/terre des hommes Deutschland e.V./privat) zum neuen Vorstand Kommunikation berufen. Er

wird Nachfolger von Danuta Sacher, die terre des hommes zum 31. Oktober letzten Jahres verlassen hat. Angerstein tritt sein Amt in der Geschäftsstelle von terre des hommes in Osnabrück am 1. März an. Der gebürtige Braunschweiger arbeitete zuletzt als Bereichsleiter Kommunikation und Marketing beim Generalsekretariat des Deutschen Roten Kreuzes und war davor Geschäftsführer des Deutschen Kinderschutzbundes. „Ich bin sehr gespannt auf meine neue Aufgabe und freue mich darauf, an der Positionierung von terre des hommes als renommiertem internationalen Kinderhilfswerk mitarbeiten und diese gemeinsam weiterentwickeln zu können“, sagte Jörg Angerstein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Personalien compact - Sonstige (7) (02. KW-2016) →**

1. **Vier Pfoten freut sich über Zuwachs in der Chefetage: Gerald Kaufmann (54)** wird neuer Chief Marketing Officer bei der international tätigen Tierschutzorganisation Vier Pfoten in Wien. Er übernimmt damit die Leitung der Kommunikations- und Fundraisingabteilung. In seiner Funktion ist er für die Positionierung der Organisation in den verschiedenen Ländern weltweit zuständig. Ebenso wie sein neuer Kollege **Martin Hojsik (39)**, der als Chief Programme Officer künftig für die gesamte Projekt- und Kampagnenarbeit von Vier Pfoten zuständig ist, ist Kaufmann zugleich Vorstandsmitglied der international tätigen Organisation.



2. **Krefelder Pinguine mit neuer Pressesprecherin: Katharina Schneider-Bodien (23)** ist ab sofort neue Pressesprecherin und Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit beim Eishockey-Club Krefeld Pinguine, der in der Deutschen Eishockey Liga (DEL) spielt. Schneider-Bodien kommt vom Ligakonkurrenten Düsseldorfer EG, wo sie ebenfalls in der Pressestelle tätig war.
3. **Software AG Stiftung mit neuem Kommunikationsdirektor: Peter Augustin (36)** ist als Nachfolger von **Walter Hiller** seit dem 1. Januar neuer Direktor Kommunikation und Internationale Beziehungen der Software AG Stiftung in

Darmstadt. Vorgänger Hiller ist nun als Repräsentant bei der Stiftung tätig ist. Augustin ist bereits seit 2013 für die Software AG Stiftung tätig, zuvor war er Pressesprecher und Leiter Öffentlichkeitsarbeit bei der WHU – Otto Beisheim School of Management. Bei der Stiftung berichtet er an den Geschäftsführenden Vorstand **Helmut Habermehl**.

4. **Biogasrat schafft Stelle für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Karin Retzlaff** arbeitet seit dem 1. Januar als neue Pressesprecherin für den Verband Biogasrat in Berlin. In der neu geschaffenen Position verantwortet sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbands. Retzlaff leitete zuletzt den Bereich Public Affairs bei AC Biogas und war zuvor Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Mineralölwirtschaftsverband.
5. **Stiftung Gesundheitswesen richtet Kommunikationsstelle ein: Una Großmann (42)** spricht seit dem 1. Dezember 2015 für die Stiftung Gesundheitswissen, Berlin. Die Stiftung wurde Mitte vergangenen Jahres vom Verband der Privaten Krankenversicherung gegründet, Großmann soll den Bereich Kommunikation aufbauen. Zuletzt war sie als Pressesprecherin für den Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft tätig. Sie berichtet an die Vorstandsvorsitzende der Stiftung Gesundheitswissen, **Odette Wegwarth**.
6. **Seifert spricht für die SPD-Generalsekretärin Barley: Benjamin Seifert (31)** ist neuer stellvertretender Sprecher des SPD-Parteivorstands und in dieser Funktion Sprecher der neuen SPD-Generalsekretärin, **Katarina Barley**. Er wurde Nachfolger von **Steffen Hebestreit**, der seit Oktober 2015 die Hamburger Landesvertretung in Berlin leitet. Seifert war zuvor seit 2014 Chef von Dienst in der Pressestelle der SPD-Bundestagsfraktion.

## Apple: eine Kultmarke auf dem Sterbebett

Apple ist angeknackst. Kommunikationskrisen und Produktfehler haben der iCompany zugesetzt. Marktanteile sinken. Analysten warnen vor einem Absturz in 2016. Fühlen Sie mit mir den Puls am Sterbebett einer Kultmarke.

Hier lesen Sie mehr.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Wo seit 500 Ausgaben PR-Journal Newsletter draufstand ...



... war immer Pfeffer drin. Herzlichen Glückwunsch zum beeindruckenden Jubiläum! Wir freuen uns auf die nächsten 500 Ausgaben.

**fischerAppelt**  
Creative Content Group

7. **Fischer spricht für die sächsische CDU-Landtagsfraktion: Christian Fischer (43)** spricht seit dem 1. Januar für die CDU-Fraktion des Sächsischen Landtags. Als Pressesprecher wurde er Nachfolger von **Andreas Kunze-Gubsch**, der im September als Sprecher in das

sächsische Innenministerium gewechselt ist. Stellvertretender Pressesprecher ist weiterhin **Pascal Ziehm**, der in dieser Position für die Öffentlichkeitsarbeit und die Online-Kommunikation der Fraktion verantwortlich ist. Fischer war zuvor bis 2013 als Journalist für die „Bild“-Zeitung tätig.

**Personalien compact - Unternehmen (3)**  
(02. KW-2016) →

1. **Twitter sucht neuen Kommunikationschef: Henning Dorstewitz**, seit einem Jahr Sprecher von Twitter in Deutschland, verlässt den Kurznachrichtendienst und wechselt laut einer Nachricht im „PR Report“ „auf einen Posten außerhalb des Unternehmens“. Dorstewitz wurde vor Jahresfrist als Nachfolger von **Dirk Hensen** Kommunikationschef bei Twitter in Deutschland, Hamburg (wir berichteten). Vor seinem Wechsel zu Twitter war Dorstewitz in Australien für die PR-Agentur Haystac und zuvor für Google tätig. In Deutschland war er davor noch Pressesprecher von YouTube.
2. **Kolbeck folgt auf Reinig bei Takeda: Matthias Kolbeck** (43) wird vom 1. März an als Direktor den Bereich Corporate Communications beim japanischen Pharmakonzern Takeda in Deutschland übernehmen. Sein Vorgänger **Matthias Reinig** wechselte in die Europazentrale nach Zürich. Kolbeck wird für die interne und externe Kommunikation des Unternehmens verantwortlich sein. In seiner neuen Funktion ist er auch Mitglied des Takeda-Leitungsteams in Berlin, er berichtet an den Geschäftsführer **Jean-Luc Delay**.
3. **Koss neuer Head of Communications & Marketing bei der Triodos Bank: Florian Koss** ist seit dem 15. September Head of Communications & Marketing sowie Pressesprecher bei der Triodos Bank N.V. Deutschland, Frankfurt



am Main. In der neu geschaffenen Position verantwortet er die Bereiche Marketing, Public Relations, Presse und Interne Kommunikation der deutschen Niederlassung der niederländischen

Direktbank in Deutschland. Vor seinem Wechsel war Koss zuletzt Leiter Unternehmenskommunikation bei der Compass Group, einem internationalen Anbieter von Food Services und davor bei der SCHUFA Holding AG beschäftigt.

**Personalien compact - Agenturen (7)**  
(02. KW-2016) →

1. **Naegele wird neuer Chief Creative Officer Europe bei Uniplan:** Daniel Naegele ist seit Anfang Dezember Mitglied des Uniplan-Teams in Köln. Als Chief Creative Officer Europe der Agentur für Live Communication übernimmt er im Kölner Office die Leitung der Kreation und ist gleichzeitig Teil des European Management Boards von Uniplan. Zuletzt war Naegele Executive Manager Creation bei Sixt, wo er sich mit der Aktivierung von Marken in den Disziplinen Kommunikation im Raum, Motion Design und Customer Experience Design beschäftigte.
2. **Hering Schuppener baut Standort Brüssel weiter aus:** Nikolaus Tacke (45) wird als Managing Director ab April 2016 die Leitung des Brüsseler Büros von Hering Schuppener übernehmen. Im Beratungsfeld Corporate Affairs & Public Strategies soll er Unternehmen und Organisationen bei deren strategischer Positionierung in Europa beraten und unterstützen. Tacke verantwortete in den vergangenen acht Jahren bei Coca-Cola als Director Public Affairs and Government Relations Europe die europäische Interessenvertretung und politische Strategie. Vor seiner Tätigkeit bei Coca-Cola arbeitete zwei Jahre als EU Affairs Manager für Monsanto Europe in Brüssel sowie drei Jahre als Public-Affairs-Berater in Berlin.
3. **Ziebold neuer PR-Berater bei Voxia communication:** Rolf Ziebold arbeitet seit Anfang Januar 2016 als neuer Senior PR-Berater bei der



Genfer Agentur Voxia communication. Zuvor war er zwölf Jahre als selbständiger Berater am Markt tätig und unterstützte den Mobilfunkanbieter Salt in Fragen der Unternehmenskommunikation.

Zudem leitete er für KMU und Verbände strategische Kommunikationsprojekte. Vor seinem Wechsel in die Selbständigkeit verantwortete Ziebold die PR- und Lobbying-Arbeit bei T-Systems, Orange und der Telekomvereinigung Pro Telecom, jeweils in der Schweiz.

4. **Ehrenberg Kommunikation mit neuer PR-Chefin: Simone Brett-Murati** übernimmt zum 1. Februar die Position des Head of PR Deutschland am deutschen Standort von Ehrenberg Kommunikation in Hamburg. Sie wird künftig die PR-Aktivitäten sowie den PR-Umsatz der Agentur in Deutschland verantworten und Teil des internationalen Managementteams der deutsch-skandinavischen Kommunikationsagentur sein. Die Akquisition von Kunden, Geschäfts- und Produktentwicklung sowie die Teamleitung zählen unter anderen zu ihren weiteren Aufgabenbereichen. Vor ihrem Wechsel war Brett-Murati fünf Jahre Leiterin der Unternehmenskommunikation bei TA Triumph-Adler.
5. **Agentur Frau Wenk verpflichtet zwei Digital-Experten:** Die Hamburger PR-Agentur Frau Wenk hat ihr Adtech-Team mit zwei Digital-Experten verstärkt. **Silke Berg** (39) kommt als Senior Digital PR Consultant. **Stefanie Müller** (32) nimmt die neu geschaffene Stelle des Digital PR Editors ein. Beide berichten an **Susanne Hohenschuh**, Teamleiterin Adtech. Berg war zuletzt als Beraterin bei German Digital Advisors in London beschäftigt. Müller wechselt aus dem Journalismus auf die PR-Seite. Zuletzt arbeitete sie als Redakteurin bei der Fachzeitschrift „One-to-One“ in Hamburg. Die Agentur ist auf die Kommunikationsberatung für Werbetechnologie-Unternehmen aus Deutschland, UK und den USA spezialisiert und beschäftigt nun insgesamt neun feste Mitarbeiter.
6. **Zweifacher Zuwachs bei Wilde & Partner:** **Anneke Hasenritter** und **Nicola Schneider** (36) erweitern das Team Destination und Outdoor der Münchner PR-Spezialisten w&p Wilde &



Partner Public Relations GmbH. Hasenritter ist als PR-Consultant für Destinationskunden zuständig und betreut unter anderem die österreichische Ferienregion Zell am See-Kaprun sowie

das Arabische Emirat Ras Al Khaimah. Zuletzt arbeitete sie viereinhalb Jahre lang als Projektmanagerin für Destinationsmarketing und Pressearbeit bei einer Berliner Agentur. Schneider verantwortet als Senior PR-Consultant die Kommunikationsarbeit für den Kunden Marketing Greece S.A. Vor ihrem Wechsel war sie mehrere Jahre in der Kommunikationsabteilung einer Hotelvermarktungsgesellschaft in Berlin tätig.

7. **Doppelspitze bei moskito und Fokus auf drei Kernkompetenzen: Patrick Calandruccio und Hendrik Loga** (beide 36) sind nach einem Inhaberwechsel neue geschäftsführende Gesellschafter der Agentur moskito GmbH und Co. KG. in Bremen. Damit einher geht eine Neuausrichtung: Branding, Campaigning und Corporate Communications sind die neuen Kernkompetenzen. Loga und Calandruccio sind gleichberechtigte Geschäftspartner mit klarer Aufgabenteilung: Loga ist für das operative Management zuständig, während sich Calandruccio um den Vertrieb kümmert. Loga kam im August 2015 als stellvertretender Geschäftsführer zu moskito. Davor war er als selbstständiger Unternehmer in München tätig. Calandruccio ist seit 2004 bei moskito. Der gelernte Werbekaufmann war zuletzt als Senior-Account-Manager tätig.

## ETATS

**Serviceplan Corp. Reputation gewinnt B-to-B-Etat des Goethe-Instituts →**



Die in Berlin angesiedelte Agentur Serviceplan Corporate Reputation hat den internationalen Kommunikationsetat für das

Geschäftskundenfeld des Goethe-Instituts gewonnen. Serviceplan Corporate Reputation setzte sich bei einer Ausschreibung durch. Das Mandat umfasst die



Entwicklung und operative Umsetzung eines internationalen B-to-B-Kommunikationskonzepts. Ziel ist es, internationale Entscheiderzielgruppen in Unternehmen in zahlreichen Branchen anzusprechen. Strategisch sind dazu eine Positionierung der Marke auf diesem Feld und eine internationale crossmediale

Vermarktungsoffensive der Sprachkursangebote des Goethe-Instituts im B-to-B-Bereich geplant.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Etats compact (9) (02. KW-2016) →**

1. **plus4media geht für Marcel Hartmann Racing an den Start**  
 wer: Nachwuchsrennfahrer Marcel Hartmann Racing, Köln  
 was: Kommunikationsberatung und Pressearbeit  
 an: **plus4media GmbH, Köln**
  
2. **Convensis kommuniziert für Chris Prinz**  
 wer: Sänger und Entertainer Chris Prinz, Berlin  
 was: Pressearbeit und Markenaufbau in Deutschland  
 an: **Convensis Group, Stuttgart**
  
3. **Udemy vergibt PR-Etat an schoesslers**  
 wer: Udemy, Online-Anbieter digitales Lernen und Unterrichten, San Francisco  
 was: Marktpositionierung und PR-Maßnahmen  
 an: **schoesslers GmbH, Berlin**
  
4. **schmitt kommuniziert für die Kratzer Automation AG**  
 wer: Kratzer Automation AG, Unterschleißheim bei München  
 was: Unternehmenskommunikation und Pressearbeit  
 an: **schmitt kommuniziert, München**
  
5. **Straub & Linardatos kommuniziert für DS Produkte**  
 wer: DS Produkte, Handelsunternehmen für Non-Food-Artikel, Stapelfeld (Nähe Hamburg)  
 was: PR-Arbeit für den Medienauftritt von Inhaber Ralf Dümmel in der TV-Serie „Die Höhle der Löwen“ (VOX)  
 an: **Straub & Linardatos GmbH, Hamburg**



6. **Hotwire PR übernimmt PR für RichRelevance**  
 wer: RichRelevance, Spezialist für personalisierten Onlinehandel, München (dt. Niederlassung)  
 was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
 an: Hotwire PR, München
7. **Schlösser PR macht PR für die Koch-App Feast Kitchen**  
 wer: Koch-App Feast Kitchen, Kopenhagen (Dänemark)  
 was: Markeneinführung in Deutschland  
 an: Schlösser PR, Berlin
8. **KPRN network gewinnt PR Etat von Air New Zealand**  
 wer: Air New Zealand, London (Europazentrale)  
 was: PR- und Social Media-Aktivitäten in Deutschland  
 an: KPRN network GmbH, Berlin
9. **Global communication experts kommunizieren für Locaboat Holidays**  
 wer: Hausbootvermieter Locaboat Holidays, Freiburg i. Br.  
 was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Region DACH  
 an: Global Communication Experts GmbH, Frankfurt am Main

## AGENTUREN

### Serviceplan Gruppe setzt Ausbildungsoffensive fort →



Die Serviceplan Gruppe bietet seit dem 1. Januar 2016 ein neues Traineeship an: Gemeinsam mit der Steinbeis School of Management

and Innovation (Steinbeis-SMI) gibt es ab sofort für alle Trainees der Agenturgruppe in Deutschland ein personalisiertes Programm für die zwölfmonatige

sagt  
**Herzlichen  
Glückwunsch**  
zum Jubiläum

**BRAND  
ZEICHEN**

[www.brandzeichen-pr.de](http://www.brandzeichen-pr.de)

**500** Newsletter des PR-Journals

Danke für Geschichten, Köpfe, Meinungen!

Tina Kulow und das Kommunikationsteam von Facebook Deutschland

**facebook**

Ausbildungszeit. Inhaltlich ist dabei eine Mischung aus Fach- und Methodenkompetenzen vorgesehen

und der Trainee kann sich innerhalb der zwölf Monate an acht bis zehn Ausbildungstagen ein individuelles Programm zusammenstellen. Darüber hinaus absolviert jeder Trainee einen zweiwöchigen Aufenthalt in einer weiteren Agentur der Serviceplan Gruppe. Nach dem Auftakt in München am 1. Januar startet das Programm in Berlin im zweiten und in Hamburg im dritten Quartal 2016. Pro Jahr sollen etwa 100 Trainees in Deutschland daran teilnehmen, für die internationalen Standorte wird ebenso bereits an entsprechenden Programmen gearbeitet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Film- und Fernsehagentur Deichblick expandiert →



Die Agentur für Bewegtbild-Kommunikation Deichblick mit Hauptsitz in Bremen hat am 12. Januar

zwei neue Niederlassungen eröffnet – eine in Berlin, die andere in München. Als Grund führen die Geschäftsführer Claas Premke (Foto l.: © Deichblick) und Björn Upadek (r.) eine stark gestiegene Nachfrage im Bereich Marketing- und Werbevideos in Social Media-Kanälen und nativer Videowerbung an. Die Berliner Dependance übernimmt Jörg Farys (42). Als Medienwissenschaftler, PR-Berater, Fotograf und Filmemacher gilt er als erfahrener Allrounder. Die Münchner Niederlassung wird von Fero Andersen geleitet, der als TV-Journalist und Moderator für TV-Sender wie ARD und RTL II tätig war.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Agenturen compact (2) (02. KW-2016) →

1. **Ehrenberg Kommunikation eröffnet Büro in Oslo:** Die internationale Kommunikationsagentur Ehrenberg Kommunikation mit Standorten in Hamburg, Kopenhagen und Malmö ist ab sofort auch in der norwegischen Hauptstadt Oslo vertreten. Bislang arbeitete die auf Public Relations und Public Affairs in den Bereichen Transport, Tourismus und Lifestyle spezialisierte Agentur in Norwegen mit Partneragenturen zusammen. Durch die eigene Vertretung in der norwegischen Hauptstadt will das Unternehmen seine Präsenz in Norwegen verstärken und seine Tätigkeiten auf dem dortigen Markt ausweiten. **Verantwortlicher Geschäftsführer für den Standort in Oslo ist der Norweger Frederik Finnes**, der sich 2010 mit einer eigenen Agentur selbständig gemacht hatte.
2. **Weber Shandwick übernimmt ReviveHealth:** Die internationale Kommunikationsagentur Weber Shandwick hat ReviveHealth, einen Spezialisten für integrierte Marketingkommunikation in den Bereichen Health Systems, Health Services und Health Technology in den USA übernommen. Mit diesem Schritt will Weber Shandwick seine **Spezialisierung auf den komplexen Gesundheitsmarkt** weiter vertiefen. Der Hauptsitz von ReviveHealth liegt in Nashville, dem Zentrum für Health Services in den USA. Weitere Standorte sind Minneapolis und Santa Barbara.

**UNTERNEHMEN**

Cision und Gorkana wachsen in Deutschland zusammen →



Nachdem der PR-Software-Anbieter Cision im Oktober 2015 die britische Gorkana Group übernommen hatte, werden Cision und Gorkana im neuen Jahr nun noch enger zusammenarbeiten und in Deutschland



gemeinsam unter dem Namen Cision firmieren. So investiert Cision verstärkt in die Weiterentwicklung seiner Produkte und in das Wachstum seines Teams

in Frankfurt am Main. Ab April 2016 werden außerdem die Mediendatenbanken von Cision und Gorkana zusammengeführt. „Durch die Fusion wird die Qualität unserer Mediendatenbank nochmal deutlich erhöht und unser Kernprodukt, die PR-Software CisionPoint inklusive integriertem Online-Monitoring, wird zu einem besonders attraktiven Tool“, sagt Clemens Hammacher (Foto), Sales & Marketing Director Cision Germany.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## ORGANISATIONEN

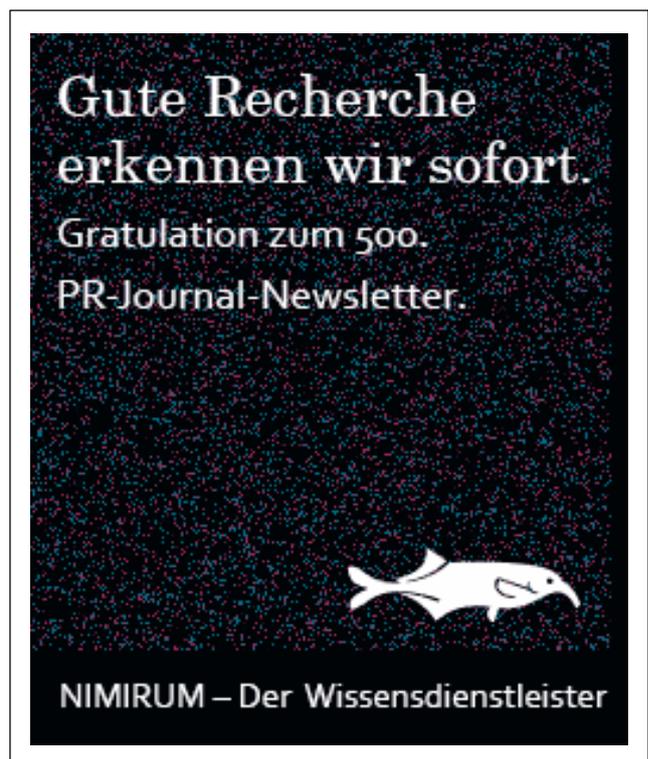
**PR-Journal.de – Pflicht oder Kür für den Verbandspräsidenten von heute? →**



Ein humorvoll, pointiertes und nicht ganz ernst gemeintes Gespräch mit den drei Präsidenten des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher (BdP), der Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) und der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG), die nach Recherchen des „PR-Journals“ gerne bei Kongressen und Veranstaltungen zusammen stehen, gemeinsame Sache machen und dabei regelmäßig mit einem Bier anstoßen (siehe Foto vom Kommunikationskongress 2015 in Berlin; (c) Thomas Dillmann).

Das Ergebnis innerhalb der Branche zeigt, dass seit der gemeinsamen Ehrenamtszeit die Verbände geschlossener auftreten und Energie, Themen und Aktivitäten zugunsten der PR-Branche bündeln.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



## MEDIEN

### Raufeld verkauft Mehrheit an Stadtmagazinverlagen →

Nach dem grafischen Relaunch und der inhaltlichen Neupositionierung der beiden Stadtmagazine „Tip“ und „Zitty“ verkauft Raufeld 75 Prozent seiner Verlags-Anteile an ein Konsortium aus Investoren und Privatpersonen. Raufeld Medien zieht sich aus dem operativen Verlagsgeschäft zurück und baut in Zukunft den Bereich Content-Marketing weiter aus. Agentur- und Verlagsgeschäft sind damit künftig getrennt. Raufeld Medien bleibt mit 25 Prozent weiterhin Minderheitsgesellschafter an dem Verlag.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (2) (02. KW-2016) →

1. **Presseportal.de vermeldet Rekordjahr:** Presseportal.de, die Rechercheplattform von news aktuell, Hamburg, blickt nach eigenen Angaben auf ein Rekordjahr zurück. Die Nachfrage nach PR-Content sei so hoch wie nie zuvor. Eine neue Bestmarke erreichte Presseportal.de laut IVW im vergangenen Dezember mit 6,5 Millionen Besuchen (der Jahresschnitt lag bei 5,3 Millionen pro Monat). Damit agiert das Portal der dpa-Tochter zahlenmäßig auf Augenhöhe mit den Webauftritten von regionalen Tageszeitungen, Fernsehsendern und Magazinen. Auf Presseportal.de veröffentlicht news aktuell seit 1996 die Mitteilungen, Fotos, Audiobeiträge und Videos seiner Kunden. Alle PR-Inhalte auf dem Portal tragen das bekannte Kürzel „ots“ (Originaltextservice).
2. **Neue Nachrichtenchefin für die dpa Deutsche Presse-Agentur: Kirsten Haake (50)** wechselt am 1. April von „Zeit Online“ in den



Newsroom der Deutschen Presse-Agentur (dpa) in Hamburg. Sie wird dort zum Team der Nachrichtenchefs gehören, das gemeinsam mit der

dpa-Chefredaktion die aktuelle, multimediale Produktion der Agentur steuert. Haake ist seit 2008 bei „Zeit Online“ tätig, aktuell als Leiterin des Newsdesks. Sie folgt bei dpa auf Iris Mayer, die künftig für die „Blick“-Gruppe in der Schweiz arbeiten wird. Die weiteren dpa-NachrichtencheFs sind **Jens Dudziak**, **Froben Homburger** und **Thomas Pfaffe**.

## CSR + REPUTATION

### Save the Date: Ab 1. Mai 2016 – Bewerbung für den CSR-Preis der Bundesregierung →

Vom 1. Mai 2016 bis 15. Juni 2016 können sich Unternehmen, die für soziale und ökologische Verantwortung eintreten, für den CSR-Preis der Bundesregierung bewerben. Damit wird die Bundesregierung bereits zum dritten Mal Unternehmen prämiieren, die sich vorbildlich durch ihre nachhaltige Geschäftsführung auszeichnen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Warum Topmanager bei der Reputation kurzsichtig sind →



In Umfragen betonen Topmanager weltweit, dass die Reputation\* zu den wichtigsten Unternehmenswerten gehört. Reputationskrisen hätten spürbare Auswirkungen auf die Finanzen. Deshalb sei Reputation Chefsache. So weit so gut. Die Vorsätze werden allerdings nicht Wirklichkeit. Schon bei Aktivitäten, die im direkten Einflussbereich des Topmanagements liegen. Erst recht bei der operativen Umsetzung im Unternehmen. Warum bloß?

Warum bloß?



Für die Mehrheit der Topmanager entwickelt sich das Reputationsmanagement zur Kernkompetenz von Unternehmen. Sie sehen in einer hervorragenden Reputation einen wichtigen Wettbewerbsvorteil, weil

Produkte und Dienstleistungen immer austauschbarer werden – also soll die Differenzierung beim Kunden über den Anbieter erfolgen. Das ergibt eine weltweite Umfrage der renommierten Economist Intelligence Unit unter 269 Topmanagern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## SOCIAL MEDIA

### Influencer Relations: Wildcard entwickelt Analyse-Instrument →

Der Wert von Themen-Blogs und Social Media-Kanälen für die Öffentlichkeitsarbeit unterschiedlich hoch. Die Einschätzung von Bloggern und Social Media-Influencern ist eine komplexe Aufgabe, stellen sie doch für Unternehmen eine wichtige Zielgruppe dar. Doch ist der Einfluss messbar? Die Krefelder Agentur wildcard communications hat dazu ein Instrument entwickelt und es in der Anwendung mit Kunden getestet. Die „Wildcard Influencer Scorecard“ soll die Relevanz von Influencern für Unternehmen messbar machen und einen objektiven Vergleich zwischen Influencern ermöglichen. Denn nur mit den richtigen Partnern erreichen Influencer Relations-Aktivitäten und Influencer Marketing-Kampagnen den höchstens Effekt bei der anvisierten Zielgruppe.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Social Media-Studie: Anteil der Facebook-Nutzer fällt auf niedrigsten Stand seit 2012 →

Facebook ist nicht mehr das meistgenutzte Soziale Medium in Deutschland. Zwar besuchen noch 87 Prozent der Social Media-Nutzer das „Freunde-Netzwerk“. Doch dies ist für Facebook die niedrigste Quote seit 2012. Youtube konnte seinen Anteil hingegen leicht ausbauen und liegt mit 88 Prozent jetzt auf



Platz eins der in der Freizeit meistgenutzten Sozialen Medien in Deutschland. Das zeigt der online-repräsentative „Social Media-Atlas 2015/2016“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor. Während 2012 noch 58 Prozent der Social-Media-Nutzer in Deutschland auf Facebook eifrig Beiträge

und Kommentare verfasst und Bilder und Videos eingestellt haben, waren es 2014 nur noch 38 Prozent. Jetzt fiel dieser Wert um weitere vier Prozentpunkte - mit 34 Prozent nutzt nur noch rund ein Drittel der Social-Media-Nutzer in Deutschland Facebook eher aktiv.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## AUTOREN-BEITRÄGE

**Heiko Burrack neuer „PR-Journal“-Autor: Serie zum Thema Neugeschäft →**



Im Sommer des Jahres 2014 hat Heiko Burrack (Foto) ein Buch veröffentlicht, das den Titel „Matching“ trägt. Burrack hat darin Gespräche mit Marketing-

leitern verarbeitet, die Auskunft darüber gegeben haben, was Agenturen beim New Business gut machen und wo sie besser werden können. Damit beide Seiten zu Wort kommen, hatte er auch mit Agenturentscheidern gesprochen. Hier hat ihn vor allem interessiert, wo sich Kunden, die eine neue Agentur suchen, verbessern können. Seinerzeit hatte Burrack jedoch den PR-Bereich beiseitegelassen. Das ändert sich nun: Im Rahmen einer Interviewreihe für das „PR-Journal“ hat er Kommunikationsverantwortliche und PR-Chefs interviewt und sie zu ihrer Sicht auf die Neugeschäftsanstrengungen von Agenturen befragt. Die Interviews und Berichte Burracks werden sukzessive exklusiv im „PR-Journal“ veröffentlicht. Für seinen ersten Beitrag in der Serie hat er mit **Detlef Hug** gesprochen, dem **Leiter der Unternehmenskommunikation bei Knorr-Bremse** in München.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**F**leißige  
**Ü**berflieger  
**N**achrichten,  
**F**achleute.  
**H**erz  
**U**nd  
**N**ieren  
**D**igital.  
**E**hrlich,  
**R**edaktion:  
**T**ausend Dank.

**OSK** OLIVER SCHROTT  
 KOMMUNIKATION

Köln // Stuttgart // New York // Beijing
www.osk.de

**Immer auf Kurs:**  
 Kienbaum  
 Communications  
 gratuliert zum  
**500. PRJ-Newsletter!**

**Abenteuer Neuseeland, No. 4: „Make your voice heard“ – Kommunikation für das Jugendparlament →**



Nach gut einem Jahr in Neuseeland bin ich nicht nur privat, sondern auch beruflich angekommen, da ich wieder einer Arbeit nachgehe, die meinem

Background in der Kommunikationsbranche entspricht. Und noch besser: Auch einer meiner Studienschwerpunkte, politische Bildung, ist für meine Position als Event-Koordinatorin für das neuseeländische Jugendparlament 2016 relevant.

Was 1994 als eine zweitägige Veranstaltung im Parlament begann, umfasst mittlerweile eine sechsmonatige Legislaturperiode. Von Januar bis Juli 2016 werden 121 Jugendparlamentarier – ausgewählt von den neuseeländischen Parlamentsabgeordneten – ihr Amt innehaben, und dürfen am 19. und 20. Juli das Parlament in Wellington übernehmen. Eine großartige Chance in zweierlei Hinsicht: Zum einen lernen die Jugendparlamentarier politische Mechanismen wie den Gesetzgebungsprozess hautnah kennen; zum anderen, und darauf liegt das Augenmerk, bringen sie die Stimme der Jugend ins Zentrum der Demokratie. „Make your voice heard“, darum geht es.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Kampagne von Anpfiff ins Leben: Geschäftsführer helfen Jugendlichen beim Aufstieg →**

Wenn Geschäftsführer sich persönlich für den Berufseinstieg von Jugendlichen einsetzen, dann engagieren sie sich als „Aufstiegshelfer“ – diese Idee des Jugendfördervereins „Anpfiff ins Leben“ ist über einen breiten Kommunikations-Mix in der Metropolregion Rhein-Neckar präsentiert geworden. Die erste große



regionale Werbekampagne von „Anpfiff ins Leben e.V.“ ist eine Win-Win-Situation für Verein und Unternehmen.



Ersterer kann Jugendliche gezielt beim Berufseinstieg fördern und neue Unterstützer finden. Die Unternehmen finanzieren

die Kommunikationsmaßnahmen der „Aufstiegshelfer-Initiative“ und profitieren vom direkten Zugriff auf potenzielle Auszubildende, von guter PR, einer glaubwürdiger Darstellung ihrer Corporate Social Responsibility- sowie Employer-Branding-Aktivitäten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## DAS PR-INTERVIEW

Das PR-Interview: Ende einer Serie →



„Guten Tag, wir würden gern ein Interview für das ‚PR-Journal‘ mit Ihnen führen!“ Mehr als 130-mal haben wir diesen Satz in den letzten sechs Jahren gesagt

oder geschrieben. Und die ausgewählten Gesprächspartner haben fast immer mitgemacht, wenn es darum ging, Neues und Interessantes aus der PR-Branche, aber auch Themen aus Politik, Kultur und Gesellschaft, die einen Bezug zur Kommunikation haben, zu beleuchten. Mit der 500. Ausgabe des Newsletters findet die Reihe der PR-Interviews „realisiert von k1“ ein Ende. Wir glauben, dass die Reihe im Gespräch mit Gerhard Pfeffer einen würdigen Abschluss findet und sind sicher, dass es auch ohne uns in Zukunft gute Interviews im „PR-Journal“ geben wird. Dafür steht nicht zuletzt der journalistische Anspruch von Gerhard Pfeffer und Thomas Dillmann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**PR-Interview Nr. 136: „PR-Journal“-Gründer Gerhard Pfeffer über 500 Ausgaben des PRJ-Newsletters** →



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

Wenn nicht jetzt, wann dann? In der letzten Folge der von der Kölner Kommunikationsagentur K 1 realisierten Interviewserie kommt der Gründer und Herausgeber des „PR-



Führend in der Strategieberatung, kreativ in der Umsetzung, erfolgreich im Ergebnis.



Unverzichtbare Würze für die Branchen-News?

- Salz
- Paprika
- Pfeffer

**crossrelations**  
BRANDWORKS

Journals“ zu Wort. Er stellt sich den Fragen von Ulf Kartte, einem der Geschäftsführer von K 1.

**Ulf Kartte:** Herzliche Glückwünsche zur 500. Ausgabe! Lassen Sie uns einen Blick zurückwerfen: Wie ist das PR-Journal entstanden?

**Gerhard Pfeffer:** Schon sehr früh hatte ich die Idee, ein Online-Newsportal für die PR-Branche auf die Beine zu stellen. Seit Mitte der neunziger Jahre war ich mit dem Internetvirus infiziert und wollte die Vorteile des Internets – vor allem Schnelligkeit und Aktualität – nutzen, um eine Lücke im Medienangebot zu schließen. Im November 2004 sind wir dann online gegangen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## TERMINE

### SCM lädt ein zur Intranet-Roadshow und zum Speed-Dating →

Abseits des klassischen Seminarprogramms macht die SCM – School for Communication and Management auf zwei Veranstaltungen in Berlin aufmerksam. Am 26. Januar geht die gemeinsame Intranet-Roadshow von SCM und Hirschtec zur gemeinsamen Studie „Intranet – Marktübersicht und Trends 2015“ in Berlin in die nächste Runde. Dort werden die Ergebnisse der Studie vorgestellt. Am 11. Februar bringen SCM und das Berliner KommunikationsForum Hochschulabsolventen und Nachwuchskräfte der PR mit potenziellen Arbeitgebern in einem Speed-Recruiting unter dem Namen „Stell-mich-ein-PR“ zusammen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Interne Kommunikation bei Henkel: LPRS lädt ein zu einer neuen Ausgabe von WISSENSCHAFTPRAXIS →



Aller guten Dinge sind drei: Nachdem die Veranstaltung des LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V. bereits zweimal verschoben werden musste, soll am 20. Januar 2016 alles reibungslos über die

Bühne gehen. Im Rahmen der letzten WISSENSCHAFTPRAXIS-Veranstaltung des Wintersemesters

**Feiern ist ein gutes Stichwort**

Die 500. Ausgabe des PR-Journal Newsletters? Herzlichen Glückwunsch, liebe Kollegen! Wir freuen uns mit Ihnen – und können 2016 selbst ein paar Zahlen feiern:

25 Jahre DAPR nehmen wir zum Anlass, am 30. Juni den 1. DAPR-Kongress zu veranstalten.

Die 55. DAPR-Grundausbildung startet im März in Düsseldorf, darauf folgen Kurse in Frankfurt am Main und erstmals in Berlin.

Der Social Media Manager findet zum 8. Mal statt und unser Masterstudium geht in den 3. Jahrgang.

**dapr** Informationen & Anmeldung: [www.dapr.de](http://www.dapr.de)  
Deutscher Akademie für Public Relations

2015/2016 freut sich der LPRS auf Birgit Ziesche (Foto), Leiterin der globalen Internen Kommunikation bei der Henkel AG. Sie spricht über die kommunikativen Herausforderungen insbesondere in digitalen Veränderungsprozessen und die neuen Anforderungen an die Interne Kommunikation. Ziesches Thema lautet: „Alles bleibt anders - Interne Kommunikation bei Henkel“. Die Veranstaltung beginnt um 19.00 Uhr in der Universität Leipzig im Seminargebäude in der Universitätsstraße 1, Raum S126.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Termine compact (1) (02. KW-2016) →**

**1. Kommunikationskongress am 22. und 23. September in Berlin:**

Noch scheint es lange hin zu sein, doch der Kommunikationskongress am 22. und 23. September in Berlin taucht schon am Horizont der Terminkalender auf. Der veranstaltende Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) weist darauf hin, dass ab sofort die Anmeldung auf der [Website zum Kongress](#) möglich ist. Gleichzeitig „warnt“ er vor parallel stattfindenden Großveranstaltungen, die eine allzu späte Zimmerbuchung erschweren könnten. Weitere Informationen direkt auf den [Serviceseiten zum Kommunikationskongress](#).

## SEMINARE

**Seminare compact (1) (02. KW-2016) →**

- 1. Sugimoto und Gullotti neue Referenten am SIKK: Das Schweizer Institut für Krisenkommunikation (SIKK) in Winterthur erhält Verstärkung.** Susanne Sugimoto und Franco Gullotti geben ihre Erfahrung in verschiedenen Seminaren für Krisenprävention, Krisenkommunikation und strategische Rechtskommunikation weiter. Sugimoto verfügt über langjährige Erfahrung in der Unternehmenskommunikation und Public Affairs. Heute führt mit der Sugimoto Consulting GmbH ihr eigenes Beratungsunternehmen. Franco Gullotti ist ein erfahrener Fachmann im Bereich Unternehmens-, Krisen- und Rechtskommunikation. Seit 2010 ist er Berater und Inhaber der Gullotti Communications GmbH. Weitere Informationen und Seminare finden sich auf der [SIKK-Website](#).



## BILDUNG

**Bildung compact (2) (02. KW-2016) →**

- 1. RFH informiert über Masterstudiengang Digital Business Management: Die Rheinische Fachhochschule Köln (RFH) lädt am 21.**

Januar um 18 Uhr zu einem Informationsabend über den Masterstudiengang Digital Business Management ein. Die Veranstaltung findet statt im RFH-Hauptgebäude in Köln, Schaevenstraße 1 a/b, Raum 015. Die RFH bietet den Studiengang Master Digital Business Management als Vollzeitstudium und als berufsbegleitenden Weiterbildungsmaster an. Das Studium richtet sich an Hochschulabsolventen aus den Wirtschafts-, Medien- oder Kommunikationswissenschaften, die sich für eine Führungsposition in der Digitalwirtschaft qualifizieren möchten. Weitere Informationen auf der [RFH-Homepage](#).

2. **Neue Masterprogramme der Leipzig School of Media:** An der Leipzig School of Media (LSoM) hat die Bewerbungsphase für die **berufsbegleitenden Masterstudiengänge** begonnen. Die LSoM bietet die Studiengänge New Media Journalism, Crossmedia Management, Corporate Media und Mobile Marketing an, die sich an **Fachkräfte aus den Bereichen Journalismus, Unternehmenskommunikation, Marketing und Medientechnik** richten. Wer sich bis Ende März bewirbt und bis Ende April einen unterschriebenen Studienvertrag vorlegt, erhält einen Frühbucherrabatt in Höhe von zehn Prozent. Für die Studieninteressierte bietet die LSoM im Februar und März eine Reihe von Schnupperterminen an. Weitere Informationen finden sich auf der [LSoM-Website](#).

## STUDIEN

### Studie: PR-Agenturen haben Nachholbedarf beim Personalmarketing im Web →

Vor dem Hintergrund der Diskussion um die Arbeitgeberattraktivität von PR-Agenturen, wurde an der Universität Leipzig eine Studie zum Personalmarketing auf Agenturwebseiten durchgeführt. Die Analyse von



109 Internetauftritten zeigt, dass nur wenige PR-Agenturen gutes Personalmarketing im Web betreiben. Weniger als die Hälfte der Agenturwebseiten besitzt einen leicht auffindbaren Karriere-Button. Die

Mehrzahl der Agenturen macht keine Angaben dazu, ob Stellen vakant sind oder nicht. Wenn Stellenanzeigen veröffentlicht sind, mangelte es oft an Aktualität oder Vollständigkeit der Informationen. Unternehmenskultur und Arbeitgebermarke werden selten als Rekrutierungsargument genutzt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### PRtransfer: Als Non-Profit-Organisation erfolgreich in Social Media →



Organisationen nutzen Social Media, um direkt mit ihren Stakeholdern in Kontakt zu treten – und umgekehrt. Das gilt insbesondere für Non-Profit-Organisationen (NPOs). Denn Social

Media-Kanäle sind wenig kostenintensiv und erreichen die Stakeholder ohne Umwege. Viele NPOs nutzen soziale Medien jedoch wie klassische Medien nur zur Verbreitung von Informationen. Ihnen fehlen passende Social Media-Strategien, um mit den Stakeholdern in Dialog zu treten.

Die US-Forscherinnen Moonhee Cho und Maria De Moya haben im Wege einer qualitativen Inhaltsanalyse der Facebook-Seiten von zwei humanitären Non-Profit-Organisationen untersucht, warum deren User auf die Facebook-Seiten posten. Dazu wurden in einem Zeitraum von drei Monaten die Nutzerpostings unter die Lupe genommen. Die Wissenschaftlerinnen identifizierten sieben Arten von Nutzerbotschaften, hinter denen die folgenden fünf grundlegenden Bedürfnisse stehen: Informationsbedürfnis, Interaktion, Austausch, Einflussnahme und Selbstdarstellung. Das Wissen um die Bedürfnisse und Beweggründe des Publikums kann Organisationen helfen, passende Strategien für ihre Social Media-Kommunikation zu entwickeln.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



**Umfrage unter Wirtschaftsjournalisten:  
Daimler-Chef Zetsche genießt bestes  
Ansehen →**



Dieter Zetsche (Foto) genießt unter Wirtschaftsjournalisten die höchste Reputation aller CEOs großer Unternehmen, darunter aller Dax-Gesellschaften. Dies ist das Ergebnis der Studie „Das Image von Unternehmensführern bei Wirtschaftsjournalisten“ des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doeblin, Berlin, die auf einer Umfrage im Dezember 2015 basiert, an der 87 Wirtschaftsjournalisten teilgenommen haben. Das Institut berechnet zur Gesamtbewertung einen Reputationsindex aus den vier Indikatoren „Kompetenz und Persönlichkeit“, „Strategischer Weitblick“, „Offener Umgang mit den Medien“ und „Sympathie“. Zetsche verteidigt damit seinen Spitzenplatz aus der letzten Umfrage des Instituts vom Juni 2015.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Umfrage „Controlling in der  
Kommunikation“ →**



Welchen Stellenwert hat Controlling in der Kommunikation? Wozu wird es genutzt? Und wie bewerten PR-Experten ihr Kommunikationscontrolling? Diesen Fragen geht „PR-Journal“-Autor Christian Krause in seinem Blog „K-Strategie“ nach. Krause hat mit dem 13. Januar seine jährliche Umfrage „Controlling in der Kommunikation“ gestartet. Mitarbeiter aus Presseabteilungen, Social Media Beauftragte, PR-Schaffende und weitere Kommunikationsbeauftragte können unter [diesem Link](#) an der Online-Umfrage teilnehmen. Als Dank erhalten sie sämtliche Ergebnisse noch vor der offiziellen Veröffentlichung. 2015 hatte die K-Strategie die Umfrage erstmals durchgeführt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Beim 500. Newsletter wollten wir mal nicht nur im Hintergrund bleiben.

**Wir gratulieren ganz herzlich!**

**cherrypicker**  
Your Agency Management Consultants

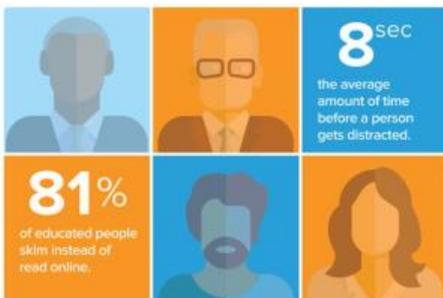


**gratuliert dem  
PR-Journal  
herzlich zur  
500. Ausgabe!**

<http://myconvento.com>

## LESEHINWEISE

**Bilder, Videos, Infografiken: Die Zukunft gehört dem visuellen Content →**



Video-Streaming über Apps, Fotos per WhatsApp, Infografiken bei Twitter – bildbezogene

Inhalte haben Hochkonjunktur. Die digitale Transformation geht mit einem grundlegenden Trend zu immer stärkerer Visualisierung einher, denn „Image really is everything to the digital economy“. Wie können Kommunikatoren darauf reagieren, ohne dass dabei Inhalte auf der Strecke bleiben?

Unser Gehirn ist von Natur aus auf die Verarbeitung von Bildern beziehungsweise bildhaften Inhalten spezialisiert. Forscher gehen davon aus, dass über 80 Prozent unserer Informationsaufnahme bildbezogen abläuft. Verkürzt gesagt, ist unser Gehirn nichts anderes als ein gut sortiertes Schubladensystem, das Informationen kategorisiert. Und die Schubladen, in denen neben Inhalten auch Bilder abgespeichert sind, sind die, auf die wir den leichtesten Zugriff haben. Vor diesem Hintergrund erscheint es vollkommen natürlich, dass digitale Kommunikation immer stärker durch Bilder, Videos und Emoticons als durch lange Texte erfolgt. Einen klaren Beleg hierfür lieferte kürzlich die Oxford-Dictionaries-Redaktion, die das „Tränen der Freude“-Emoticon zum Wort des Jahres kürte.

Lesen Sie den Beitrag von Jens Cornelißen in voller Länge [im Blog der Unternehmensberatung Lautenbach Sass](#).

**Hut ab:**

**Ihr bekommt es jedes Mal hervorragend gebacken!**

Wir gratulieren herzlich zum 500. Newsletter des PR-Journals.

Das PR-Team von Dr. Oetker

**DER HELMUT SCHMIDT JOURNALISTENPREIS 2016**

[www.hsjp.de](http://www.hsjp.de)

Einsendeschluss ist der 30. Juni 2016

## PREISE UND AWARDS

### Preise und Awards compact (1) (02. KW-2016) →

1. **Stevie Awards: Bewerbungsfrist endet am 26. Januar** - Endspurt: Noch bis zum 26. Januar können sich im Rahmen der verlängerten Teilnahmefrist in Deutschland tätige Unternehmen und Organisationen bei den **2. German Stevie Awards** um einen der Wirtschaftspreise bewerben. Die Teilnehmer haben die Wahl: von der Auszeichnung ganzer Unternehmen über die Kundenservice- und HR-Awards bis hin zur Prämierung neuer Produkte und Marketingkampagnen stehen verschiedene Kategorien zu Verfügung. Die Gewinner werden Ende Februar bekanntgegeben. Die **Preisverleihung findet am 8. April in München** statt. Wie sich Unternehmen und Personen bewerben können, ist auf der Homepage der **German Stevie Awards** erklärt.

## TIPPS

### Confy-App: Zeit- und Budget-Tracker in Echtzeit →



Das haben sich Freelancer, Berater und Festangestellte schon

lange gewünscht: eine App, die ihnen hilft, ihre Leistungen sekundengenau abzurechnen. Das soll die neue iOS-App Confy leisten. Mit ihrer Hilfe sollen die Nutzer in Echtzeit messen können, wie viel ihre Zeit ihnen oder ihren Klienten wert ist – im Büro, zuhause und unterwegs. Der Anspruch: die Confy soll unproduktive Meetings in Meetings mit Biss verwandeln.



Dank dem integrierten Timer können Meetings auf die Sekunde genau berechnet und als detaillierter Bericht (PDF) ausgegeben werden. Confy gibt es in zwei Varianten: in einer abgespeckten für bis zu drei Teilnehmer, die kostenlos ist, und in einer komfortableren für größere Teams und umfangreichere Meetings. Derzeit steht Confy ausschließlich für iPhones im App-Store zur Verfügung. Bei der App handelt es sich um eine Entwicklung der B&B. Markenagentur. Weitere Informationen gibt es auf der **Website zur Confy-App**. Downloadbar ist das Tool im AppStore von Apple.

### B-to-B-Kommunikations-Trends 2016: Vom Schlagwort zum durchschlagenden Content →



Im Jahr 2016 kommt für die B-to-B-Kommunikation die Stunde der Wahrheit. Schlagworte wie Content Marketing, Seeding oder Conversion-Optimierung stehen vor der Feuerprobe. Sie müssen im täglichen Kampf um Aufmerksamkeit beweisen, dass

sie halten, was sie versprechen. Was sind die Faktoren, die Unternehmen im B-to-B-Umfeld helfen, ihre Marke schlagkräftig aufzubauen und damit neue Kunden zu gewinnen? Wie unterstützen überzeugende Inhalte dabei, Umsätze zu erhöhen? Die aus unserer Sicht sieben wichtigsten Trends für die Kommunikation im gerade begonnenen Jahr: Gute Texte, mehr Expertise, Blogs ergänzen, kurze Videos, fundierte Daten, Leads richtig nutzen und Kosten-Nutzen-Faktor erhöhen. Lesen Sie nachfolgend, was gemeint ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Förderung von Unternehmensberatungen novelliert →

Zum Jahresbeginn hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) neue Richtlinien zur Förderung von Unternehmensberatungen verabschiedet. Mit dem neuen Programm werden die bisher vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA), Eschborn, umgesetzte „Förderung unternehmerischen Know-hows durch Unternehmensberatungen“ und die von der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) betreuten Programme „Gründercoaching Deutschland“, „Turn-Around-Beratung“ und „Runder Tisch“ in einer Fördermaßnahme gebündelt. Das neue Programm wird künftig ausschließlich durch das BAFA umgesetzt. Indem die Kosten für eine Unternehmensberatung bezuschusst werden, sollen kleine und mittlere Unternehmen sowie Angehörige der Freien Berufe (KMU) dazu motiviert werden, externen Rat in Anspruch zu nehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Tipps compact (1) (02. KW-2016) →

1. **Medien-Start-up bietet Fernseh- und Kommunikationslösungen:** Corporate Media Concepts heißt ein im Januar 2016 gegründetes Start-up-Unternehmen, das sich in Nürnberg auf

die Erstellung von Video- und Bewegtbildlösungen für Finanzdienstleister und Industrieunternehmen spezialisiert. Die beiden Gründer sind **Andreas Groß**, langjähriger Fernsehmacher unter anderem beim Deutschen Anleger Fernsehen, und **Peter Kuhmann**, stellvertretender Chefredakteur und Chef vom Dienst bei diversen TV- und Radiostationen. Beide glauben, dass die Symbiose aus Bildern und Sprache Vertrauen und Seriosität erzeuge. Weitere Informationen gibt es bisher nur per [E-Mail unter dieser Adresse](#).

## INTERNES - AUS DER REDAKTION

### 500 Ausgaben „PR-Journal“-Newsletter mit 42.900 Meldungen: Zahlen, Daten, Fakten →

Im Interview mit K1-Geschäftsführer Ulf Kartte blitzt die Erinnerung an die Anfänge des „PR-Journals“ auf. Im Alter von 60 Jahren ging Gerhard A. Pfeffer 2004 das Wagnis ein, ein reines Online-Medium für die PR- und Kommunikations-Branche zu gründen. Wichtige Starthilfe leistete der damalige Branchen-Primus Kohtes & Klewes, der für seinen „Agenturcafé-Newsletter“ samt Jobbörse ein Nachfolgekonzzept suchte. Pfeffer war zur Stelle und machte daraus das größte reine Online-Medium für die PR-Branche. Der am 19. Januar 2016 erscheinende 500. „PR-Journal“-Newsletter ist ein echter Meilenstein. Was sich dahinter verbirgt, sollen einige Zahlen deutlich machen, die die Dimensionen ein wenig beschreiben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Die Top 10 der meist geklickten Artikel im „PR-Journal“ 2015 →

Wer hätte das gedacht: im letzten Jahr hat eine Buchbesprechung die meisten Artikelaufufe erzielt: mit 12.279 Klicks hat Annett Helbig mit ihrer Besprechung über "Des Googels Kern - es ist ein Mysterium: großartig" den Jahressieg davongetragen! Platz zwei zeigt dann, wie gefragt Themen zu Ausbildung und Bezahlung sind: Thomas Dillmann erzielte 3.806 Aufrufe mit seinem Artikel "Gehaltsreport 2015: Das verdienen Fach- und Führungskräfte laut Stepstone". Platz 3 ging an die ebenfalls sehr beliebte Rubrik Studien. Das "Edelman Trustbarometer - Deutsche haben Angst vor Innovationen" erreichte 3.681 Klicks. Die gesamte Top 10-Liste finden Sie nach dem Klick auf „Weiterlesen“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## JOBANGEBOTE

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

---

### Gesuche (5)

Die 5 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

---

### Angebote (36)

Stellenangebote der Agenturen

- Junior-PR-Berater/-in Technik/Industrie, Köln oder Montabaur
- Senior PR Berater Fokus B2B / Technologie (w/m), Köln
- PR-Berater (w/m), Berlin
- PR-Berater (m/w) für die Bereiche Luxus, Mode & Lifestyle in München

- (Junior) Berater Marken-PR (m/w), München/Düsseldorf/Hamburg
- Junior PR-Manager, München
- vom Hoff Kommunikation sucht PR-Berater (m/w) in Teilzeit, Düsseldorf
- PR-Berater/in mit Schwerpunkt Konzept und Text, Bonn
- PR-Berater(in) Fashion / Lifestyle / Beauty, Düsseldorf
- Senior-PR-Berater(in) Fashion / Lifestyle / Beauty, Düsseldorf
- Account Director PR (m/w) in Berlin
- PR-Profi (m/w) mit Faible für Technikthemen, Hannover
- Junior PR-Texter/in, Berlin
- PR Berater Corporate Communications (m/w) bei Akima in München
- Senior PR-Berater (m/w), Hamburg
- Juniorberaterin oder Juniorberater mit redaktionellen Fähigkeiten, Frankfurt
- Senior Berater (m/w) Corporate Communications /CSR, Hamburg
- Erfahrene(r) PR Senior Berater(in) für Berlin und Düsseldorf
- 2 Junior PR-Manager/innen Schwerpunkt CSR / Nachhaltigkeit, Hofheim a.T.
- PR-Berater (w/m) Fashion / Lifestyle / Event, Düsseldorf
- PR-Berater (m/w), Frankfurt
- Junior PR-Berater (m/w), Frankfurt
- Junior-PR-Berater (m/w), München

Stellenangebote der Unternehmen

- Media Relations and Marketing Manager (m/f), Hannover/Berlin

Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

---

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 18. Januar 2016 um 17:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.524 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 30,4 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, 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;

Riccardo Wagner, Köln; Helge Weinberg, Hamburg;

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

### 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 2015 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des

*PR-Journals ausgewiesen: 367.961 Visits und 809.584 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 1.008 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,2 Seiten aufgerufen.*