

NEWSLETTER 513

16. KW 2016

- ++ Neues Dossier: komm.passion fragt nach dem "Warum" ++
- ++ Studie: Nachhaltigkeit hat Umsatzrelevanz ++
- ++ Cannes Lions 2016: 13 Deutsche in den Jurys ++

TOP MELDUNGEN

Trennungsmanagement: Gerichtliche Auseinandersetzungen schaden der Reputation →



Wie der „PR Report“ am 11. März berichtete befindet sich die Agentur fischerAppelt in Hamburg in juristischen Auseinandersetzungen mit zwei

langjährigen Mitarbeitern. Steffen Böttcher und Dagmar Balla stehen mit ihrem (Noch-)Arbeitgeber vor Gericht, um sich gegen ihre Kündigungen zu wehren. Trennungen kommen in der Kommunikationsbranche immer wieder vor, doch die entscheidende Frage lautet, wie professionell man als Arbeitgeber damit umgeht. Müssen Trennungen vor Gericht landen? Schadet eine solche öffentliche Auseinandersetzung in der sensiblen Kommunikationsbranche der eigenen Reputation? Wie könnte das vermieden werden? Das „PR-Journal“ hat diese Fragen an Claudia Michalski (Foto) gerichtet. Sie ist geschäftsführende Gesellschafterin von OMC Ortleb Management Consulting in Berlin. Sie sagt im folgenden Beitrag: „Mit einem professionellen Trennungsmanagement und insbesondere einer abgestimmten Trennungskommunikation können Kommunikationsagenturen negative Botschaften ins Positive drehen. Ganz im Sinne sowohl des Betroffenen als auch der eigenen Reputation.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

50 Jahre lang dieselbe PR-Agentur: Musterring setzt auf Blume PR in Hamburg →



Was für ein Jubiläum! Seit 50 Jahren vertraut die Möbelmarke Musterring der Kommunikationsagentur Blume PR aus Hamburg ihre

Unternehmens- und Produkt-PR an. Ob klassische PR, Pressereisen zu den internationalen Partnertagen oder Presseveranstaltungen beispielsweise zur Vorstellung des neuen Wohnbuchs: Blume PR punktet bei dem Kunden aus Westfalen mit einem Mix aus bewährten und innovativen Kommunikationsmaßnahmen – und der Kunde bleibt seiner Agentur treu, auch 2016. Oliver Höner (*auf dem Foto mit Blume PR-Chefin Monika Brune*), Geschäftsführer des Familienunternehmens Musterring International GmbH & Co. KG: „Als die Gründerin von Blume PR Stella Blume damals mit meinem Vater Bruno Höner in ihrem Wohnzimmer über Pressearbeit sprach, konnte noch keiner ahnen, wie nachhaltig dieser Moment sein würde. Ich bin froh, dass er damals diesen Schritt gemacht hat und freue mich jeden Herbst aufs Neue darauf, wenn das Team von Blume PR Ideen für das kommende Jahr präsentiert.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 513. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 33 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1	Termine	13
Trennungsmanagement: Gerichtliche Auseinandersetzungen schaden der Reputation →	1	PR-Salon zum Thema Compliance Management: Der Watchdog im Unternehmen →	13
50 Jahre lang dieselbe PR-Agentur: Musterring setzt auf Blume PR in Hamburg →	1	Tickets für den Kommunikationsnachwuchs: DAPR verlost Freikarten für DPRG Zukunftsforum →	13
Personalien	3	Seminare	13
Kommunikationsberatung komm.passion verstärkt Hauptstadtbüro →	3	depak lädt ein zur 5. PR Summer School →	13
Personalien compact - Agenturen (2) (16. KW-2016) →	3	Tagung zu Rechtsfragen rund um digitale Geschäftsmodelle im Medienbusiness →	14
Personalien compact - Unternehmen (6) (16. KW-2016) →	4	Seminare compact (2) (16. KW-2016) →	14
Personalien compact - Sonstige (2) (16. KW-2016) →	5	Studien	15
Etats	5	Aktuelle Expertenbefragung legt Defizite in der Compliance-Kommunikation offen →	15
Etats compact (13) (16. KW-2016) →	5	Lesehinweise	15
Agenturen	7	Lesehinweis: Bei der Agenturführung kommt es auf die richtigen Typen an →	15
komm.passion-Dossier 02/2016: Wer überzeugen will, muss die „Warum-Frage“ beantworten →	7	Preise und Awards	15
15 Jahre Storymaker: Zwei Momentaufnahmen →	7	52. ADC Wettbewerb: Grand Prix für „ZEITmagazin-Flüchtlingsheft“ →	15
Schweizerischer PR-Agenturmarkt zum zweiten Mal im Plus →	8	Cannes Lions 2016: 13 deutsche Kreative ziehen in die Jurys ein →	16
Pitchblog kritisiert Ausschreibung der Deutschen Klassenlotterie →	8	Jury der „PR Report“-Awards 2016 steht →	16
Agenturen compact (4) (16. KW-2016) →	8	Tipps	16
Organisationen	9	Trennungskultur als Lackmustest für Unternehmenskultur: Drei Tipps für Trennungsfrieden →	16
Neues Mitglied im BPRA-Vorstand →	9	Tipps compact (1) (16. KW-2016) →	17
pr suisse-Vorstand wiedergewählt: zahlreiche neue Projekte und Initiativen in 2015 und 2016 →	10	Internes - aus der Redaktion	17
Branche	10	Zehn Nachwuchstickets für DPRG-Zukunftsforum: „PR-Journal“ Förderung reicht bis Ostfalia →	17
Internetagentur-Ranking: Deutsche Full-Service-Digitalagenturen wachsen um 18 Prozent →	10	Jobangebote	18
USA: Auf einen Journalisten kommen fünf PR-Leute →	11	Gesuche (5)	18
Medien	11	Angebote (54)	18
Medien compact (3) (16. KW-2016) →	11	Volontariat/Trainee	18
CSR + Reputation	12	Praktikum	18
Studie beweist: Nachhaltigkeit hat beachtliche Umsatzrelevanz →	12	Impressum	19
Autoren-Beiträge	12		
Autorenbeitrag: Publikumsmedien brechen ein – was heißt das für die Kommunikation? →	12		

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

Kommunikationsberatung komm.passion verstärkt Hauptstadtbüro →



Das Public-Affairs-Team von komm.passion wächst. Die Kommunikations- und

Unternehmensberatung setzt mit Isabel Mittelhesper (Foto l.) und Hans F. Kaufmann (33, r.) auf zwei routinierte neue Berater. Beide verfügen über jahrelange Erfahrung im Bereich der politischen Kommunikation und unterstützen künftig am Standort Berlin den Service der Agentur. Senior Beraterin Mittelhesper blickt auf 15 Jahre Erfahrung in großen Agenturen zurück, darunter Kohtes Klewes, heute Ketchum Pleon, Deekeling Arndt Advisors und Burson-Marsteller. Kaufmann, studierter Politikwissenschaftler, war zuletzt als Berater Public Affairs bei ORCA Affairs, ehemals wbpr Public Relations, tätig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Agenturen (2) (16. KW-2016) →

1. **Agentur Westend Communication erweitert Führungsspitze:** **Peter Zimmermann** (40) ist neuer Partner und geschäftsführender Gesellschafter bei der Leipziger Agentur Westend Communication. **Marko Mädge** (43), bisher alleiniger geschäftsführender Gesellschafter, wollte die Führungsspitze erweitern und holte Zimmermann nach Leipzig. Der war zuletzt Vorsitzender der Geschäftsführung des Internetdienstleisters Unister Group. Vorher war er von 2007 bis 2013 Regierungssprecher des Freistaates Sachsen sowie Regierungssprecher und Staatssekretär für Me-



dien des Freistaates Thüringen. Bei Westend arbeiten 17 fest angestellten Mitarbeiter, die in den Bereichen Corporate Communications, Reputation Management und Content Marketing tätig sind.

2. **Laband baut bei WE Insight & Analytics-Team aus:** **Iris Laband** wechselt als Executive Vice President ins Insight & Analytics-Team bei WE Communications in Seattle. Als Expertin für Research & Data Science wechselt die Deutsche aus dem Vorstand von CDK Global in das Team der international tätigen Kommunikationsagentur am Standort Seattle. Laband baute bei CDK Global die Research & Data Science-Abteilung für Produktinnovationen und Branchenführung auf und war verantwortlich für die Optimierung des Analytics- und Strategie-Bereiches. Sie studierte an der Technischen Universität Braunschweig Chemie und hat einen Master of Science und MBA der Yale Universität inne.

Personalien compact - Unternehmen (6)
(16. KW-2016) →

1. **Kadans Real Estate mit neuer Kommunikationschefin: Petra Schreiber-Finke** (47) leitet seit Anfang April den Bereich Marketing und Unternehmenskommunikation der Kadans Real Estate GmbH Deutschland mit Sitz in Aachen. Zuvor war Schreiber-Finke bereits in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Projektmarketing für das Immobilienunternehmen tätig. Davor arbeitete sie zwischen 2003 und 2014 als selbständige Kommunikationsberaterin. Ihr neuer Arbeitgeber ist eine Tochter der niederländischen Kadans Vastgoed B.V. Die Kadans Gruppe plant, entwickelt, realisiert und finanziert qualifizierte gewerbliche Immobilien in Deutschland und den Niederlanden.
2. **Score Media Group beruft Judith Sterl zum COO: Judith Sterl** (40) ist neuer Chief Operations Officer (COO) bei der Score Media Group in Düsseldorf. In dieser Position zeichnet Sterl für die Bereiche Kommunikation, Marketing, Personal und Business Operations des neu firmierten Crossmedia-Vermarkters verantwortlich. Der Fokus ihrer Arbeit liegt ab sofort auf dem strategischen Auf- und Ausbau der Unternehmensstrukturen und -prozesse. Dazu zählt neben der Verantwortung für Marketing, PR, HR und Business Operations auch die Unterstützung des Score Media Group-CEO **Heiko Genzlinger** bei der strategischen Ausrichtung. Vor ihrer Berufung zum COO der Score Media Group war Sterl als CMO bei Trademob in Berlin tätig.
3. **Hofmann wird Nachfolger von Franz bei Honda: Peter Hofmann** (47) wird vom 1. Mai an die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Automobile bei Honda Deutschland in Frankfurt am Main leiten. Er folgt auf **Oliver Franz**, der das Unternehmen Ende März verlassen hat und zu Nissan wechselte ([wir berichteten](#)). Hofmann ist bereits



seit 18 Jahren bei Honda, zuletzt war er als Manager CRM tätig. In seiner neuen Funktion wird er an **Gerald Heinecke**, Deputy General Manager Marketing & PR, berichten.

4. **Neue Zuständigkeit für Franke bei GBG Mannheim: Christian Franke** (39) leitet seit dem 1. April die Unternehmenskommunikation sowie Marketing und Verkauf bei der Wohnungsbaugesellschaft GBG Mannheim. Mit diesem ressortübergreifenden Zuschnitt wurde der Bereich neu geschaffen. Franke, der bereits seit 2009 bei GBG ist, leitete zuvor seit dem vergangenen Jahr die Stabsstelle Unternehmenskommunikation. Er berichtet an den Geschäftsführer der GBG Mannheim, **Karl-Heinz Frings**.
5. **Veeam Software mit neuem Kommunikationschef: Tim Willeford** (42) ist als neuer Head of Corporate Communications bei Veeam Software in München zuständig für die Regionen Europa, Mittlerer Osten und Afrika. Er wurde Nachfolger

von **Yulia Poslavskaya**, die zur Senior Managerin des Global Customer Advocacy Program von Veeam befördert wurde. Willeford kommt von Simscales, wo er als Director of Marketing and Communications tätig war. In seiner neuen Position berichtet er an **Stuart Marks**, Director of Global Corporate Communications.

- Bitzer baut interne Kommunikation aus: Agnes Ungar** (27) arbeitet seit dem 1. April als Redakteurin PR und Corporate Publishing beim Anbieter von Kältemittelverdichtern Bitzer in Sindelfingen. In der neu geschaffenen Position liegt ihr Schwerpunkt beim Ausbau der internen Kommunikation. Zuvor war Ungar als Kommunikationsmanagerin bei der Fairvesta Unternehmensgruppe tätig. Bei Bitzer berichtet sie an **Patrick Koops**, Head of Public Relations.



Personalien compact - Sonstige (2) (16. KW-2016) →

- IHK Saarland hat neue Pressesprecherin: Nicole Schneider-Brennecke** ist als Nachfolgerin von **Mathias Hafner** seit dem 1. April neue Pressesprecherin bei der Industrie- und Handelskammer des Saarlands in Saarbrücken. Vorgänger Hafner gab die Aufgabe ab, um sich ganz auf seine Aufgaben als Geschäftsführer des Geschäftsbereichs Kommunikation, Mittelstand und Unternehmensförderung zu konzentrieren. Die neue Pressesprecherin berichtet an ihn. Schneider-Brennecke arbeitete zuvor bei Arvato Financial Solutions, wo sie als Redaktionsleiterin für die Bereiche Corporate Publishing und Kundenkommunikation verantwortlich war.
- Birte Bühnen wechselt zur Nordmetall-Stiftung:** Zwar steht auf der Website der Nordmetall-Stiftung bei „Ansprechpartner für Kultur und Kommunikation“ noch N.N., aber „turi2.de“ berichtet am 19. April, dass der Name **Birte Bühnen** die

beiden Buchstaben in Kürze ersetzen wird. Bühnen war zuletzt bis Ende des vergangenen Jahres Chefredakteurin beim „kressreport“. Nun soll sie als Projektmanagerin die Zuständigkeit für die Themen Kultur und Kommunikation bei der Nordmetall-Stiftung in Hamburg übernehmen.

ETATS

Etats compact (13) (16. KW-2016) →

- Scholz & Friends gestaltet Kampagne für evangelischen Kirchentag**
 wer: Deutscher Evangelischer Kirchentag in Berlin und Wittenberg 2017
 was: Kampagne „Du siehst mich“
 an: **Scholz & Friends Berlin GmbH**
- Faupel Communication gewinnt Kommunikationsetat für spanische Fliesenhersteller**
 wer: Spanischer Fliesenherstellerverbandes Ascer, Castellón (Nähe Valencia, Spanien)

was: Öffentlichkeits- und Pressearbeit sowie Handelsmarketing für „Tile of Spain“.
an: **Faupel Communication GmbH**, Düsseldorf

3. **Neuer Touristik-PR-Kunde für Schaffelhuber Communications**

wer: Boutique-Resort Milaidhoo Island, Baa Atoll (Malediven)
was: Öffentlichkeitsarbeit zur Eröffnung im November 2016
an: **Schaffelhuber Communications**, München

4. **Stromberger PR kommuniziert für Tivoli Hotels in Portugal**

wer: Tivoli Hotels & Resorts, Lissabon
was: PR-Arbeit in der Region DACH
an: **Stromberger PR**, München

5. **Oseon lässt Goal Zero in Deutschland erstrahlen**

wer: Solarenergie-Anbieter Goal Zero, Utah (USA)
was: Produkt- und Eventkommunikation in Deutschland
an: **Oseon GmbH & Co. KG**, Frankfurt am Main

6. **fischerAppelt entwickelt Kampagne für das BR Fernsehen**

wer: BR Fernsehen, München
was: Relaunch-Kampagne für die Sendung „Rundschau“
an: **fischerAppelt**, Hamburg

7. **wbpr kommuniziert für die niederländische Kreativwirtschaft**

wer: Dutch Creative Industries, Amsterdam
was: Medien- und Kommunikationsarbeit für den Auftritt auf Munich Creative Business Week (MCBW), Reeperbahn-Festival und Frankfurter Buchmesse
an: **wbpr_Kommunikation**, München

8. **Graef Advertising gewinnt PR-Neukunden Akeneo**

wer: Akeneo, Nantes (Frankreich)



was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Region DACH für Product Information Management-Software (PIM)
an: **Graef Advertising GmbH**, Osnabrück

9. **OnTop PR gewinnt zwei neue Etats**

a) Messgerätehersteller Labom, Hude
was: Pressearbeit
b) Bauunternehmer Bohlen & Doyen, Wiesmoor
was: Redaktioneller Textarbeiten und Fachartikel
an: **OnTop PR**, Lüneburg

10. **Conteam:Gruppe und Soluteive AG starten Zusammenarbeit**

wer: IT und Technologie-Beratung Soluteive AG, Neulußheim
was: Überarbeitung CI, PR-Aktionen und Online-Marketing
an: **Conteam:Gruppe**, Mainz

11. **consense communications mit neuem Kunden Involved**

wer: Unternehmensberatung Involved GmbH, München
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikationsberatung
an: **consense communications gmbh**, München

12. **zoom productions entwirft Kommunikationskonzepte für Salewa**

wer: Outdoor Bekleidungshersteller Salewa, Bozen (Italien)

was: Produktkommunikation, Marken- und saisonale Kampagnen

an: **Kommunikationsagentur zoom productions**, Fuschl am See (Österreich)

AGENTUREN

**komm.passion-Dossier 02/2016:
Wer überzeugen will, muss die
„Warum-Frage“ beantworten →**



Im neuesten komm.passion-Dossier stellt der Autor Patrick Hacker (Foto) die „warum“-Frage. Sie zielt auf Emotion und Ethik ab – auf das Motiv, aus

dem ein Produkt, eine Dienstleistung oder ein Angebot entsteht. Menschen möchten wissen, was den Kern einer Sache ausmacht. Sie möchten die Motivation kennenlernen, wissen, welche Haltung oder welcher Anspruch hinter einem Angebot steckt. Wer überzeugen will, muss daher selbst eine Überzeugung haben. Erst wenn die „Warum-Frage“ beantwortet ist, wendet man sich – laut dem Goldenen Kreis - den Antworten auf die Fragen nach dem „Wie“ und „Was“ zu. Warum das „Warum“ aber nicht unumstößlich sein darf, können Sie [hier bei komm.passion](#) lesen.

**15 Jahre Storymaker: Zwei
Momentaufnahmen →**

Die Tübinger Agentur Storymaker feiert ihr 15-jähriges Bestehen. Am 23. April 2001 war es soweit, Heidrun Haug (Foto r.) machte sich selbständig. Jetzt blickt die Agenturgründerin zurück und erinnert sich, wie es war, eine eigene Agentur zu gründen, wie es sich anfühlte, im „Schwäbisches Tagblatt“ unter „Bekanntmachungen“ den eigenen Namen zu lesen. Die

Die Facebook-Bots sind da – und in der Kommunikation ändert sich (nicht) alles

Auf Facebook kommunizieren und teilen bald nicht mehr nur Nutzer ihre Inhalte, sondern auch Bots. Dies ist eine der Meldungen, die im Zuge der Facebook-Entwicklerkonferenz F8/2016 für Aufmerksamkeit sorgten. Mark Zuckerberg stellte eine Art Masterplan für die Entwicklung von Facebook in den nächsten zehn Jahren vor.

Was das für Kommunikatoren bedeutet, [lesen Sie hier](#)

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Art des Rückblicks macht dem Namen der Agentur alle Ehre: Heidrun Haug erzählt ihre persönliche Geschichte und spricht dabei auch über ihre Gefühle. Sie berichtet von der Gründungssituation, von ihren



Ängsten und Erfolgen. Björn Eichstädt (l.), den sie 2001 als ersten Trainee eingestellt hatte, ist heute ihr Part-

ner in der Gesellschaft und in der Geschäftsführung. Er assistiert seiner früheren Chefin und gibt einige wenige Stichworte. Das genügte. Heidrun Haug schildert anschaulich, wie sich ihre Agentur aber auch sie selbst in den zurückliegenden 15 Jahren verändert hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Schweizerischer PR-Agenturmarkt zum zweiten Mal im Plus →



Die jährliche Marktstatistik des Bundes der

PR-Agenturen der Schweiz zeigt zum zweiten Mal in Folge eine Branche im leichten Plus: Nach 2014 konnten auch im vergangenen Jahr Umsatz und Produktivität aller BPPA-Mitgliedsagenturen gesteigert werden. Über die Hälfte der 22 Mitgliedsagenturen (Stand März 2016) verzeichneten einen Umsatzanstieg. Die Branche wird weiterhin angeführt von Farner Consulting, gefolgt von furrerhugi, YJOO Communications und Burson-Marsteller. Gesamthaft konnten die BPPA-Agenturen im Jahr 2015 so einen Umsatzanstieg von 8,8 Prozent erwirtschaften, im Vorjahr 2014 betrug der Anstieg 4,2 Prozent. Die im BPPA zusammengeschlossenen Agenturen repräsentieren ungefähr zwei Drittel des Gesamtmarktes und erwirtschafteten 2015 einen Nettohonorarertrag von knapp 75 Millionen Franken (2014: 69 Millionen Franken). Diese Zahl stimmt – zusammen mit den im Herbst 2015 durch die Mitglieder abgegebenen Prognosen – für das laufende Jahr 2016 zuversichtlich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pitchblog kritisiert Ausschreibung der Deutschen Klassenlotterie →



Der Pitchblog empfiehlt, lieber Lotto zu spielen statt an einer Ausschreibung der Deutschen Klassenlotterie Berlin teilzunehmen. Unter der Überschrift

„Mieses Gewinnspiel“ werden im von der Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) initiierten Pitchblog undurchsichtige Ausschreibungsbedingungen kritisiert. In der Tat scheint der Aufwand, den Agenturen hier betreiben mussten, um nur in die zweite Runde zu kommen, unverhältnismäßig hoch zu sein. Aber der

Wie läuft's?

Leistungsdiagnose mit Lautenbach Sass.

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

Reihe nach: Im Wege wird einer beschränkten Ausschreibung nach Öffentlichem Teilnahmewettbewerb (Eingang der Teilnahmeanträge: 03.03.2016) wird für ein Jahr eine Agentur für Kreativleistungen für den Deutschen Lotto- und Toto-Block gesucht. Ausschreibungsteilnehmer waren dann aufgefordert für neun Themenbereiche ein oder zwei Konzepte vorzulegen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (4) (16. KW-2016) →

1. **MPM gehört zu den kreativsten Corporate-Publishing-Agenturen:** MPM liegt im **Ranking der kreativsten Corporate-Publishing-Dienstleister** für Geschäftsberichte von „CP Monitor“ in der Spitzengruppe. Im Spezialranking der Kategorie Geschäftsberichte liegt die Mainzer Agentur auf Platz zwei und hat damit im Vergleich zum Vorjahr weitere sieben Plätze gut gemacht. Auch im Gesamtranking hat sich MPM weiter nach vorne gearbeitet und liegt aktuell auf Platz sieben der kreativsten Corporate-Publishing-Agenturen. „CP Monitor“ bewertet jährlich die kreativsten

Corporate-Publishing-Dienstleister. Dazu wertet das Magazin für Corporate Communications nationale und internationale Corporate-Publishing-Wettbewerbe und Wettbewerbe mit CP-Kategorien aus.

2. **Burson-Marsteller übernimmt türkische Agentur Effect PR:** Burson-Marsteller, eine der führenden internationalen Kommunikations- und PR-Agenturen, übernimmt eine Mehrheitsbeteiligung an der türkischen Kommunikationsagentur Effect PR. **Effect PR mit Sitz in Istanbul** ist bereits seit 2012 der exklusive Affiliate-Partner von Burson-Marsteller in der Türkei. Nach der Übernahme wird die Firma vollständiges Mitglied im Netzwerk von Burson-Marsteller und den Namen Effect Burson-Marsteller tragen. Donald A. Baer, Global Chair und CEO von Burson-Marsteller, betonte: „Mit Effect Burson-Marsteller ermöglichen wir es unseren Kunden auch weiterhin, ihr Geschäft in den wichtigsten Ländern der Welt auszubauen.“
3. **Neue Partnerschaft: Position hat Vaterblut**
Die beiden Agenturen **Position Public Relations GmbH, Köln**, und **Vaterblut GmbH, Berlin**, gehen eine Partnerschaft ein. Unter dem Motto: „Wir sind prominent und kreativ!“ treten beide Agenturen nun gemeinsam auf und wollen so mit Kreativität und Herzblut alte und neue Kunden begeistern. Nach Darstellung der Partner kommt zusammen, was zusammengehört: Ein halbes Jahrhundert Branchenexpertise, ein „damals wie heute untrügliches Gespür für unterhaltsame Kommunikation“ und ein „breit gefächertes Netzwerk an Mittälern jedweder Couleur für kommunikative Herausforderungen jedweder Couleur“. Die Position PR GmbH ist ein Unternehmen der Kick-Media AG.
4. **CB.e bewegt ... sich weiter:** Unter dieser Überschrift vermeldete die Berliner Agentur ihren Umzug ins **CB.e Haus, Franklinstr. 27 in 10587 Berlin-Charlottenburg**. Ab dem **1. Mai** können sich die Agenturteams dort in Co-Working Spaces schneller und intensiver austauschen –



und sich gegenseitig inspirieren, so die Hoffnung der Agenturführung. Alles soll offener, frischer, mobiler und damit auch attraktiver für den Nachwuchs werden, verspricht CB.e. Zusätzlich soll im CB.e-Haus ein kleines Biotop von Firmen Quartier beziehen und die Agentur bei ihrer Arbeit für die Kunden ergänzen. Als Beispiele nannte CB.e die Berlin Digital Group oder auch DesignThinking Moderatoren. Sie sollen für weitere Bewegung sorgen.

ORGANISATIONEN

Neues Mitglied im BPRA-Vorstand →



Der Vorstand des schweizerischen PR-Agenturverbandes BPRA hat ein neues Mitglied: Irène Messerli, Mitinhaberin und Geschäftsleiterin der Agentur Bernet_PR AG,

wurde bei der Mitgliederversammlung des Bundes der Public Relations Agenturen der Schweiz BPRA in den Vorstand gewählt. Damit besteht das Gremium aus den folgenden Mitgliedern: Präsident Andreas

Hugi, Agentur furrerhugi. sowie Roman Geiser, Agentur Farner, Philippe Eberhard, cabinet privé de conseils, Reto Wilhelm, panta rhei, Tanja Hollenstein, cR Kommunikation, und Irène Messerli (Foto), Bernet PR. Gemeinsam vertreten sie die insgesamt 22 Mitgliedsagenturen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

pr suisse-Vorstand wiedergewählt: zahlreiche neue Projekte und Initiativen in 2015 und 2016 →



Kontinuität in der schweizerischen PR-Szene. Bei der Generalversammlung von pr suisse, dem

gesamtschweizerischen Berufsverband der PR- und Kommunikationsprofis, in Luzern wurden der Vorstand um Präsident Peter Eberhard (Foto r.) und der Ehrenrat wiedergewählt. Die Mitglieder stimmten allen Anträgen des Zentralvorstands ohne Gegenstimmen zu und erteilten Entlastung. Hugo Schmidt (l.) aus Luzern wurde aufgrund seiner Verdienste um die PR-Branche zum Ehrenmitglied ernannt. Auf ein positives Echo stießen verschiedene Aktivitäten aus dem vergangenen Jahr: So kam insbesondere die neue Broschüre „Corporate Communication und Public Relations“, eine Standortbestimmung aus Sicht des Berufsverbands, bei den Mitgliedern gut an. Die Broschüre stieß auf große Nachfrage, ebenso der neu konzipierte und seit Januar 2015 monatlich publizierte Branchen-Newsletter „swissprnews“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DPRG
DPRG ZukunftsForum 2016

Barcamp statt Kongress
9. und 10. Juni
Jetzt anmelden!

BRANCHE

Internetagentur-Ranking: Deutsche Full-Service-Digitalagenturen wachsen um 18 Prozent →

Das Wachstum der Full-Service-Digitalagenturen in Deutschland setzt sich weiter fort: Sowohl Honorarumsätze als auch die Anzahl der Beschäftigten und der durchschnittliche Pro-Kopf-Umsatz weisen hohe Wachstumsraten auf. Ausführliches Zahlenmaterial zum „Internetagentur-Ranking 2016“ des BVDW findet sich auf der [Website des Verbandes](#). Die Full-Service-Digitalagenturen erwirtschafteten im Geschäftsjahr 2015 Honorarumsätze von 1,432 Milliarden Euro – ein Plus von fast 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (1,218 Milliarden Euro). Auch die Anzahl der Arbeitsplätze in der Branche stieg weiter an: Mit mehr als 14.300 festangestellten Mitarbeitern ist die Beschäftigtenzahl gegenüber 2014 (rund 12.800) um zwölf Prozent gestiegen. Der durchschnittliche Pro-

Kopf-Umsatz ist mit 89.162 Euro knapp fünf Prozent höher als noch im Vorjahr (85.219 Euro). Allein die dem Umsatz nach 50 größten Agenturen setzten im vergangenen Jahr rund 1,079 Milliarden Euro um (2014: 0,861 Milliarden Euro).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

USA: Auf einen Journalisten kommen fünf PR-Leute →

Die PR-Industrie wächst, darüber geben aktuell verschiedene Rankings und Untersuchungen Auskunft. Das gilt insbesondere auch im Verhältnis zu Journalisten. Aktuelle Zahlen dazu liefert der US-amerikanische Journalist Mike Rosenberg. „Der Kontakter“ hat es aufgegriffen und berichtet, dass in den Vereinigten Staaten auf einen Journalisten inzwischen beinahe fünf PR-Leute kommen. Als das „PR-Journal“ zuletzt im Jahr 2014 über dieses Thema berichtete lag das Verhältnis noch bei 1:4,6, jetzt lautet es 1:4,8. Vor knapp zehn Jahren war das Verhältnis noch „nur“ 1:2. Rosenberg ermittelte auf Basis von Daten des US Bureau of Labor Statistics, dass in 2015 auf 45.800 Nachrichten-Journalisten 218.000 PR-Leute kamen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

MEDIEN

Medien compact (3) (16. KW-2016) →

1. **Mehr als zehn Millionen lesen täglich Zeitung digital:** Bereits 10,1 Millionen Internetnutzer lesen täglich eine digitale Zeitung. Nimmt man die in der digitalen Welt üblichen Monatswerte, verzeichnen die Zeitungen sogar 37,0 Millionen Leser auf ihren Digitalangeboten. Das sind 53,5 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren. Jeder Zweite nutzt also Websites und



Apps der Zeitungen. Dies dokumentiert eine aktuelle **Auswertung der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft**, Frankfurt am Main. Sie basiert auf den jetzt veröffentlichten Zahlen der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF digital facts 2016-1). Die gedruckte Zeitung mit 42 Millionen täglichen Lesern bleibt aber weiterhin das am stärksten genutzte Nachrichtenmedium.

2. **Imke Hendrich wird neue Nachrichtenchefin der dpa:** **Imke Hendrich** (46) wird als Nachfolgerin von Thomas Pfaffe, der jetzt den Landesdienst Ost leitet, zum 1. Juli neue Nachrichtenchefin bei dpa. Damit ist sie **eine von vier Nachrichtenchefs**, die die wichtigste Entscheidungsinstanz im täglichen Geschäft der dpa sind. Problemfälle, die bei Wort, Bild, Audio, Video oder Grafik strittig sind, werden an die Nachrichtenchefs gegeben. Fast im Minutentakt müssen sie Entscheidungen treffen. Hendrich ist seit 20 Jahren bei der dpa. Sie war Redakteurin in Potsdam, Dienstchefin für Rheinland-Pfalz/Saarland und Hessen und ist seit drei Jahren Regionale Multimediachefin am Regiodesk Ost und dabei für Thüringen, Sachsen-Anhalt und Sachsen zuständig.
3. **„De Morgen“ ist Europas beste Tageszeitung:** Die **belgische Tageszeitung** „De Morgen“ ist nach 2006 und 2008 in diesem Jahr erneut zur

besten europäischen Tageszeitung ernannt worden. Gekürt wird sie Anfang Mai in Wien beim **European Newspaper Congress**, der vom Medienfachverlag Oberauer und dem deutschen Zeitungsdesigner Norbert Küpper veranstaltet wird. Rund 500 Chefredakteure und Medienmanager diskutieren vom **1. bis zum 3. Mai** über die Zukunft ihrer Branche. „Constructive Journalism - Hope or Hype?“ ist einer von vielen Themenschwerpunkten. Als positives Beispiel stellen Chefredakteurin Lisbeth Imbo und Art Director Arne Depuydt das Konzept von „De Morgen“ vor.

CSR + REPUTATION

Studie beweist: Nachhaltigkeit hat beachtliche Umsatzrelevanz →



Können Marken ihren Wert durch Nachhaltigkeit steigern, indem sie einen für ihre Kunden sichtbaren Beitrag zur Erfüllung ideeller Bedürfnisse leisten? Ja! Der

Sustainability Value Score (SVS), entwickelt und realisiert von Serviceplan Corporate Reputation, Berlin, und der Managementberatung Biesalski & Company, München, zeigt, dass Nachhaltigkeit als wesentlicher Aspekt von Reputation zum wertvollsten Kapital von Unternehmen gehört. Die Studie zeigt, dass Nachhaltigkeit bis zu 13 Prozent Erklärungsanteil am Umsatz schafft. „Erst vor kurzem hat die deutsche Wirtschaft dramatische Beispiele dafür geliefert, wie Werte vernichtet werden können und welcher monetäre Schaden dabei entstehen kann. Allein die Reputationsverluste von Volkswagen und der Deutschen Bank berechnen sich mit hohen Milliardenbeträgen an entgangenem Umsatz und vernichtetem Börsenwert“, erklärt Joachim Schöpfer (Foto), Gründer und Partner von Serviceplan Corporate Reputation. Im nachfolgenden Bericht über den SVS findet sich auch ein



Fahrplan für ein Nachhaltigkeitsmanagement, den die Partner zusammen aufgestellt haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

AUTOREN-BEITRÄGE

Autorenbeitrag: Publikumsmedien brechen ein – was heißt das für die Kommunikation? →



Die Zahlen lassen aufhorchen: Einmal mehr haben die großen Magazine und Zeitungen im Lande deutlich Federn gelassen. So zeigt die gerade veröffentlichte Statistik der IWV, dass „Spiegel“, „Welt“ und

„Bild“ bei den Verkaufszahlen einen Rückgang im zweistelligen Prozentbereich gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen haben. Immer stärker drängt sich der Eindruck auf, die Verlage befänden sich im freien Fall. Ein Ende der Negativmeldungen ist nicht in

Sicht. Es stellt sich die Frage, was das für die Kommunikation von Unternehmen heißt. Ein weiterer Schritt auf dem Weg in Richtung des Endes der PR? Ganz im Gegenteil, denken wir.

Nachfolgend eine Analyse der Folgen aus Sicht von Marketing und PR am Beispiel zweier völlig unterschiedlicher Zielgruppen: der Generation der unter 30-Jährigen zum einen und den B-to-B-Entscheidungsträgern zum anderen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

PR-Salon zum Thema Compliance Management: Der Watchdog im Unternehmen →



„Compliance bedeutet mehr als Regeln aufzustellen. Und wenn Sie das aufschreiben, ist es noch lange nicht implementiert“, sagte Hartwin Möhrle (Foto r.), geschäftsführenden Gesellschafter und Mitbegründer der Kommunikationsagentur A&B One, beim PR-Salon in Leipzig. Heike Gruse (l.), Head of Legal & Group Compliance Officer der Leipziger Goldschmidt Thermit GmbH, bestätigte das. Sie hat in ihrem Unternehmen die Compliance-Strukturen mitaufgebaut und vorangetrieben. Heute arbeitet sie unter anderem an der praktischen Wertevermittlung des seit 2014 weltweit ausgerollten „Code of Conduct“ sowie der Implementierung von pragmatischen Compliance-Richtlinien im In- und Ausland.

Zusammen gaben beide den Teilnehmern des PR-Salons praxisnahe Einblicke in die Thematik. Beim PR-Salon der Leipziger Public Relations e.V. (LPRS) am 19. April unterstrichen beide aus zwei verschiedenen Blickwinkeln die Bedeutung von Compliance.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Tickets für den Kommunikationsnachwuchs: DAPR verlost Freikarten für DPRG Zukunftsforum →



Studenten, Volontäre oder Trainees sowie Direkteinsteiger mit bis zu zwei Jahren Berufserfahrung haben die Chance, eine Freikarte für die Teilnahme am DPRG Zukunftsforum 2016 zu gewinnen.

Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) unterstützt mit dem Sponsoring den Kommunikationsnachwuchs und vergibt insgesamt zehn Tickets. An der Verlosung kann teilnehmen, wer sich im Zeitraum vom 21. April bis zum 8. Mai auf der [DAPR-Website](#) für den neuen DAPR-Newsletter anmeldet und im Nachrichtefeld das Stichwort „DPRG ZukunftsForum 2016“ eingibt. Die Ziehung findet am 9. Mai statt. Die Gewinner werden per E-Mail benachrichtigt und müssen einen Nachweis über die Teilnahmeberechtigung erbringen (Studentenausweis, Bestätigung des Arbeitgebers o.ä.). Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SEMINARE

depak lädt ein zur 5. PR Summer School →

Was haben das Shitstorm-Würstchen von Basketball-Profi Dirk Nowitzki und die Berliner Verkehrsbetriebe gemein? Was verbindet sie mit der Zalando SE, dem Bundespresseamt und der ING-DiBa AG? Ganz genau: die gute Laune. Noch genauer: die gute Laune,



mit der diese Themen und Institutionen bei der 5. PR Summer School in Berlin besprochen, besucht oder hinterfragt werden. Vom 6. bis zum 9. Juli 2016 geht es bei der Deutschen Presseakademie um zeitgemäße 2.0-Strategien, um Medienarbeit und um Interne Kommunikation. Vorträge und Workshops gehören so ebenso dazu wie Exkursionen, Einblicke in Vorzeigeprojekte und Diskussionen über Kommunikationslösungen. Zum detaillierten Programm geht es unter diesem Link auf die [Website zur Summer School](#). Bis zum 26. Mai zahlen Frühbucher 1.690,00 Euro, danach 1.990,00 Euro.

Tagung zu Rechtsfragen rund um digitale Geschäftsmodelle im Medienbusiness →



Ob Pay-, Free-, Freemium- und Abomodelle – das Online-Geschäft mit eigenem und fremdem Content boomt. Die Gesetzgeber reagieren darauf rasch mit Anpassungen der rechtlichen Rahmenbedingungen auf nationaler und europäischer Ebene. Verlage und Medienhäuser müssen sich daher mit neuen Rechtsvorgaben auseinandersetzen, die Auswirkungen auf ihr Business mit digitalen Inhalten und E-Books haben. Aus diesem Grund veranstaltet die Akademie der Deutschen Medien am 5. Juli 2016 in München die 16. Medienrechtstagung unter dem Titel „Rechtliche Rahmenbedingungen rund um E-Books und digitale Geschäftsmodelle – Vom Urheber- bis zum E-Commerce-Recht auf nationaler und europäischer Ebene“. Die Veranstaltung richtet sich vor allem an Geschäftsführer und Juristen von Verlagen und Medienunternehmen sowie Mitarbeiter

von Lizenzabteilungen, Marketingmanager und Juristen. Frühbucher zahlen bis zum 31. Mai 490,00 Euro für die Teilnahme, danach kostet es 100 Euro mehr.



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Seminare compact (2) (16. KW-2016) →

1. **Zweimal SCM-Praxistage in Düsseldorf:** Die eine Veranstaltung am 16. und 17. Juni 2016 widmet die **SCM – School for Communication and Management** erneut dem **Thema Interne Kommunikation 2.0** in Düsseldorf. Unter dem Motto „Ihr Weg zum erfolgreichen Social Intranet“ arbeiten Kommunikations- und Social-Intranet-Experten in elf Workshops an Themen wie „Intranet-Seiten nutzerfreundlich gestalten“, „Intranet mit Microsoft SharePoint“, „Storytelling in der Online-Mitarbeiterkommunikation“ und „Change Management Planung“. Referenten sind unter anderem Lutz Hirsch, Hirschtec, Claudia Eichler-Liebenow, T-Systems Multimedia Solutions, Georg Kolb, Klenk & Hoursch sowie Martin Weinhardt, Concept-EU. Weitere Informationen auf der [SCM-Website](#).

2. **SCM-Praxistage Content Marketing:** Die anderen SCM-Praxistage zum Thema **Strategisches Content Marketing** finden ebenfalls am 16. und 17. Juni in Düsseldorf statt. Die Teilnehmer sollen am Ende der zwei Tage nicht nur mit einem Werkzeugkoffer, sondern auch mit einem Bauplan und einem Konzept für Content Marketing nach Hause fahren. Dazu bietet die SCM neben Einführungsreferaten ins Thema auch Best Case-Vorstellungen und interaktive Workshops. Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeit finden sich auf der [SCM-Website](#). Frühbucher zahlen bis zum 4. Mai 795,00 Euro für die Teilnahme an beiden Tagen, danach 895,00 Euro.

STUDIEN

Aktuelle Expertenbefragung legt Defizite in der Compliance-Kommunikation offen →



Mit einer stärker professionalisierten Kommunikation können Compliance-Programme in Unternehmen

und Organisationen deutlich an Effektivität gewinnen. Das ist eines der zentralen Ergebnisse einer aktuellen Expertenbefragung deutscher Kommunikationsmanager. Die Studie wurde von Lars Rademacher, Professor mit Lehrgebiet Unternehmenskommunikation an der Hochschule Darmstadt, und der Unternehmensberatung Kamm und Kocks GmbH, München, gemeinsam durchgeführt. Sie dokumentiert, dass die Reputationssicherung im Unternehmensalltag häufig noch wenig Berührungspunkte mit einer auf Integrität ausgerichteten Kultur aufweist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LESEHINWEISE

Lesehinweis: Bei der Agenturführung kommt es auf die richtigen Typen an →



Trotz des sonnigen Branchen-Klimas, ist es nicht leicht, eine Agentur zu führen. Führungsqualität ist gefordert. In dieser Dimension muss die Kommunikations-Branche aufholen. Zu lange konnten Agenturen mit schlechter Führung gutes Geld verdienen. Mehr denn

je sind gute (Führungs-)Typen gefragt. Das behauptet zumindest Wulf-Peter Kemper, der selbst 25 Jahre Branchenerfahrung im Gepäck hat und sich nun in Buchform an einer Typologie der Agentur-Führung versucht hat. Das heißt, er beschreibt die Persönlichkeitsmerkmale und Charaktereigenschaften – die Kernstärken – von zehn sehr unterschiedlichen Typen, die in der Führungsriege der Agentur in Summe vorhanden sein sollten, um vorne mitspielen zu können. Das bedeutet natürlich nicht, dass die Führung der Agentur unbedingt zehn Leute umfassen muss. Jede Führungskraft kann einen oder mehrere Typen repräsentieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PREISE UND AWARDS

52. ADC Wettbewerb: Grand Prix für „ZEITmagazin-Flüchtlingsheft“ →

Die Nägel sind vergeben: der Art Directors Club für Deutschland hat beim diesjährigen ADC Wettbewerb 28 goldene, 103 silberne, 172 bronzene Nägel sowie 227 Auszeichnungen verliehen. Den Grand Prix gewann in diesem Jahr das „ZEITmagazin“ mit dem

„Flüchtlingsheft“. „Das Heft war ein einzigartiger Willkommensgruß schon vor dem Merkel-Satz ‚wir schaffen das‘. Das zeigt, dass die Kommunikationsbranche gesellschaftliche Themen schon spürt und kreativ behandelt, bevor sie uns in voller Wucht erreichen“, sagte Jury-Chairman Michael Conrad. Die am häufigsten ausgezeichnete Kampagne war „smart 453 fortwo smart Parkhäuser“ der Agentur BBDO Berlin gefolgt von „The Les Paul Skill Check“ der Agentur Serviceplan für Gibson Guitar und von „Mercedes Live!“, dem Messeauftritt der Daimler AG auf der IAA 2015, konzipiert von der Agentur Atelier Markgraph und dem Architektenbüro jangled nerves auf Platz 3.



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Cannes Lions 2016: 13 deutsche Kreative ziehen in die Jurys ein →



Die deutsche Kreativszene findet weltweit Beachtung und überzeugt mit Kompetenz und Innovation. Das zeigt einmal mehr die Besetzung der Jurys beim International Festival of Creativity in Cannes.

13 deutsche Agenturvertreter wurden in die Fachjurys des internationalen Werbefestivals geladen, das dieses Jahr vom 18. bis zum 25. Juni an der Côte d'Azur stattfindet. Der PR-Jury gehört – genau wie beim Eurobest-Festival im Dezember 2015 – Hanning Kempe (Foto) von FleishmanHillard an. Ketchum Pleon Mitarbeiterin Petra Sammer, die im vergangenen Jahr der PR-Jury in Cannes angehörte, entscheidet in die-

sem Jahr mit darüber, welche Lions im Bereich Creative Data vergeben werden. Die weiteren elf deutschen Jury-Vertreter in Cannes finden Sie nachfolgend.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jury der „PR Report“-Awards 2016 steht →



Noch ist es Zeit für Einreichungen beim diesjährigen „PR-Report“-Award. Einsendeschluss ist der 9. Juni. Doch die Jury ist schon einmal in Stellung gebracht worden. Zumindest ist jetzt klar, wer alles über die Finalisten und Gewinner des Branchenpreises entscheiden wird: Insgesamt sind es 30 PR-Profis aus Unternehmen, Agenturen, Verbänden und Wissenschaft. Deren Beratungen und Wahl unter dem Vorsitz von „PR Report“-Chefredakteur Daniel Neuen ist geheim, die Ergebnisse werden traditionell erst bei der Preisverleihung – in diesem Jahr am 22. November in Berlin – verkündet. Auf der [Website zum „PR-Report“-Award](#) werden [hier die Jurymitglieder](#) vorgestellt.

TIPPS

Trennungskultur als Lackmestest für Unternehmenskultur: Drei Tipps für Trennungsfrieden →



Kommunikationsagenturen rühmen sich selbst oft einer besonders angesagten Unternehmenskultur. Man gibt sich als Speerspitze der Bewegung, nimmt neue technische und gesellschaftliche Trends als erste auf, ist am Puls der Zeit – zumindest gefühlt.

Das macht für viele junge Berufsanfänger den besonderen Reiz der Agenturszene aus. Aber mittlerweile achtet die berühmte „Generation Y“ nicht mehr nur auf das vermeintlich hippe Image, sondern hat weitergehende Anforderungen an die Unternehmenskultur. So wie man im Privatleben wahre Freunde erst in der Krise erkennt, ist auch hier die Trennungskultur der Lackmустest für die Unternehmenskultur insgesamt. Viele Agenturen propagieren, ihre kreativen Mitarbeiter seien ihr höchstes Gut. Wie glaubwürdig diese Verlautbarung wirklich ist, zeigt sich nicht bei deren Einstellung, sondern bei der Trennung. Aber was sind konkret die wesentlichen Faktoren, die eine professionelle Trennung ausmachen? Die folgenden drei Hinweise sorgen für Trennungsfrieden:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps compact (1) (16. KW-2016) →

Steuertipps für Journalisten – Neuauflage der

DJV-Broschüre: Die DJV-Broschüre „Steuertipps für Journalisten“ ist jetzt als überarbeitete Neuauflage im Shop des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV) erschienen. Die mittlerweile **12. Auflage** beinhaltet dabei die **Steuergesetzgebung und die Rechtsprechung bis Ende März 2016**. Egal, ob der Journalist angestellt oder freiberuflich arbeitet: Die Broschüre beinhaltet für alle Facetten des journalistischen Alltags Hinweise und Tipps für die Steuererklärung – von A wie Auslandskorrespondent bis Z wie Zuschläge bei Sonn- und Feiertagsschichten. Die Broschüre kann im **DJV-Shop** für 8,50 Euro bestellt werden.

INTERNES - AUS DER REDAKTION

Zehn Nachwuchstickets für DPRG-Zukunftsforum: „PR-Journal“ Förderung reicht bis Ostfalia →



Das DPRG-Zukunftsforum in Gelsenkirchen wirft seine Schatten voraus. Die Anmeldephase läuft seit einigen Wochen und das Programm nimmt Formen. Jetzt gibt es aus der Branche verschiedene Aktivitäten, um die Teilnahme des Branchennachwuchses in Gelsenkirchen zu fördern. So verlost die Deutsche Akademie für Public Relations (dapr) über ihre Website zehn Karten (**wir berichten an anderer Stelle**). Jetzt meldet sich auch Gerhard A. Pfeffer (Foto) mit einer Initiative des „PR-Journals“ zu Wort. Pfeffer sponsert ebenfalls zehn Karten im Wert von je 35,00 Euro für je zwei Teilnehmer aus fünf Studentenorganisationen. Neben den vier PR-Nachwuchsiniciativen Public Relations Studierende Hannover e.V. (PRSH), Leipziger Public Relations Studenten e.V. (LPRS), kommoguntia e.V. in Mainz und campus relations e.V. in Münster ist auch das Ostfalia Mediennetz dabei. Es ist an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften an den Standorten Braunschweig / Wolfenbüttel und Salzgitter angesiedelt. Die Vorstände der fünf Initiativen wählen selbst aus, wer in Gelsenkirchen teilnimmt.

[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 (54)

Stellenangebote der Agenturen

- Senior-PR-Berater/-in in München
- Junior-PR-Berater (m/w), München
- PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Immobilien, Hamburg
- Account Manager PR & Digital (m/w) Schwerpunkt FMCG & Handel, Hamburg
- Account Manager (m/w) Corporate Communications, München
- Public Relations Specialist (m/w), Dortmund
- Junior Consultants (m/w), Frankfurt a.M.
- PR-Berater(in) / Account Manager (w/m) Industrial, Düsseldorf
- Berater PR/PA (m/w) mit Herz und Verstand, München
- PR-Juniorberater oder -Berater (Consumer Tech), Frankfurt a.M.
- PR-Juniorberater oder -Berater (Lifestyle), Frankfurt a.M.
- Planner (m/w), Karlsruhe
- Leiter/in Digitale Beratung, Hamburg
- PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Food/Hotellerie, Hamburg
- Berater (m/w) Schwerpunkt Corporate Communication/B2B, Frankfurt a.M.
- Berater/in Public Relations, Berlin
- Senior-Berater/in Corporate Communications, München
- PR-Berater/in mit Affinität für Marken-Kommunikation, Ludwigshafen a.R.
- PR-Redakteur (m/w) Teilzeit, Berlin
- Volontär/-in für Hamburg
- Junior PR-Consultant (m/w), Mülheim a.d.R.
- PR-Manager/in, München
- Mitarbeiter für PR & Kommunikation (m/w), Hamburg
- Redakteur (m/w), Hamburg
- PR-Berater/in mit mehrjähriger Erfahrung für Counterpart Group, Köln

- Trainee oder Juniorberater (m/w) Schwerpunkt Digital Marketing, Düsseldorf
- PR-Berater/-innen Corporate Communications, Frankfurt a.M.
- Junior-PR-Berater/-in und PR-Berater/-in Standort Köln oder Montabaur
- Junior Account Manager/in PR & Marketing Tourismus, Berlin/Frankfurt
- Kommunikations-/PR-Berater(in) Schwerpunkt strategische und integrierte Kommunikation, Essen/Köln
- Redakteur/in Corporate Publishing, Köln
- Senior Account Manager PR (m/w), Hamburg
- PR-Berater/in - Schwerpunkt politische Kommunikation, Berlin

Stellenangebote der Unternehmen

- Senior PR Referent (w/m), Kassel
- Pressereferent/Pressereferentin, Bremen
- Projekt-Assistenz (m/w) Unternehmenskommunikation / Politische Kommunikation, Frankfurt a.M.
- Junior Manager Konzernkommunikation (m/w) Schwerpunkt Online Kommunikation und interne Medien, Hamburg
- PR-Assistenz (m/w) für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und/oder Unternehmenskommunikation, Hamburg
- Leitung Externe & Interne Kommunikation(m/w), Villingen-Schwenningen
- PR-Mitarbeiter/in, Medebach (Sauerland)

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- Pressesprecher (m/w), Frankfurt a.M.
- PR Manager (m/w), Frankfurt

Volontariat/Trainee

Die 8 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 25. April 2016 um 17:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.672 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 28,8 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.345 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

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 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.