

NEWSLETTER 515

18. KW 2016

++ Daniel Silberhorn neu an Bord bei FleishmanHillard ++
++ A&B One-Kampagne zu 40 Jahre Mitbestimmungsgesetz ++
++ Orca im Hafen schließt nach Insolvenz ++

TOP MELDUNGEN

GPRA-Vertrauensindex: Automobilbranche weiterhin auf Talfahrt →



Trotz Rückrufaktion und Werbeoffensive: das Vertrauen der Deutschen in die Automobilbranche ist weiterhin im Keller. Einmal verlorenes Vertrauen lässt sich offenbar nicht so schnell zurückgewinnen.

Wie aus der neuesten repräsentativen Erhebung der Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA), Berlin, hervorgeht, betrifft die Vertrauenskrise nicht nur die VW-Marken, sondern hat die gesamte nationale Automobilindustrie in Mitleidenschaft gezogen. Auch das Vertrauen in Führungseliten ist dramatisch niedrig. Besonders groß ist das Misstrauen gegenüber Führungskräften der Finanzbranche und der Automobilindustrie. Bemerkenswerterweise wird weiblichen Führungskräften in der Finanzbranche ein größeres Vertrauen entgegengebracht als den männlichen Kollegen. Die Erhebung von April 2016 erfolgte über die Befragung von 1.007 Personen im Zeitraum vom 11. bis 13. April 2016.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

500 Jahre Reformation: ressourcenmangel betreibt Kommunikation →



Im nächsten Jahr feiert Deutschland ein außergewöhnliches Jubiläum: 500 Jahre Reformation. Im Pitch des Vereins Reformationsjubiläum 2017 um die Entwicklung und Umsetzung einer bundesweiten Kampagne setzte sich die Berliner Agentur ressourcenmangel an der panke gegen die Mitbewerber durch. Gegründet wurde der Verein von der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) und dem Deutschen Evangelischen Kirchentag (DEKT), um die Feierlichkeiten anlässlich des Reformationsjubiläums zu organisieren. Der Etat wurde von Januar 2016 bis Oktober 2017 vergeben, die Kampagne startet im Oktober 2016. „Reformatorisches Gedankengut prägt die Welt seit über 500 Jahren. Mit unseren Veranstaltungen und durch die Kampagne wollen wir zeigen, was Reformation damals, heute und in Zukunft bedeutet.“ sagt Ulrich Schneider (Foto), Geschäftsführer Reformationsjubiläum 2017 e.V. „Mithilfe der von ressourcenmangel entwickelten Kampagne #Reformationssommer machen wir die Reformation zu einem gesellschaftlichen Gesprächsthema.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 515. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 23 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1
GPRVA-Vertrauensindex: Automobilbranche weiterhin auf Talfahrt →	1
500 Jahre Reformation: ressourcenmangel betreut Kommunikation →	1
Personalien	3
Daniel Silberhorn neu an Bord bei FleishmanHillard →	3
Personalien compact - Sonstige (2) (18. KW-2016) →	3
Personalien compact - Agenturen (3) (18. KW-2016) →	3
Personalien compact - Unternehmen (8) (18. KW-2016) →	4
Etats	6
A&B One-Kampagne zu 40 Jahre Mitbestimmungsgesetz →	6
Ballhaus West unterstützt Kommission zur Aufarbeitung sexuellen Kindesmissbrauchs →	6
Etats compact (8) (18. KW-2016) →	7
Agenturen	8
Orca im Hafen schließt nach Insolvenz, Orca im Netz stellt Betrieb ebenfalls ein →	8
Agenturen compact (1) (18. KW-2016) →	8
Organisationen	8
DPRG Mentoring Meeting beim 7. Sommer Symposium in Berlin →	8
Medien	9
Medien compact (1) (18. KW-2016) →	9
Autoren-Beiträge	9
Neugeschäft: Lieber einen aufwändigen Workshop als einen schnellen Pitch →	9
Rezensionen	10
Rezension: Heute ist Krise. Und Change. →	10

Termine	10
Content Changes! – Content Strategy Camp am 3. und 4. Juni an der Hochschule Darmstadt →	10
Seminare	11
AFK-Seminar B1 erstmals im Rheinland →	11
Frühbucherrabatt auf DAPR-Grundausbildung im Herbst →	11
Studien	11
PRtransfer: Wann hat Facebook-Werbung Erfolg? →	11
Influencer-Ranking: Journalisten bleiben für PR-Profis am wichtigsten →	12
Lesehinweise	12
Lesehinweis: Passt „Scrum“ für die Unternehmenskommunikation? →	12
69. Ausgabe Stamm Leitfaden: 20.000 deutsche Medien in zwei Bänden →	13
Preise und Awards	13
PR-Bild Award 2016: die stärksten Fotos noch bis zum 17. Juni einreichen →	13
inkom. Grand Prix 2016: Ausschreibung gestartet →	14
STAMM Medien-News	14
Stamm Medien-Newsletter Mai 2016 →	14
Jobangebote	15
Gesuche (8)	15
Angebote (54)	15
Volontariat/Trainee	15
Praktikum	15
Impressum	16
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

Daniel Silberhorn neu an Bord bei FleishmanHillard →



Daniel Silberhorn (38, Foto) verstärkt ab sofort als Managing Supervisor die internationale Kommunikationsberatung FleishmanHillard in Frankfurt am Main. Mit der neu geschaffenen Position baut FleishmanHillard die Corporate Affairs Practice weiter aus. Silberhorn hat zehn Jahre Erfahrung in der Beratung nationaler und internationaler Organisationen. Er koordiniert bei FleishmanHillard Kunden im Bereich Corporate Affairs und soll die Kompetenz des Teams in den Bereichen Strategie, integrierte Kommunikation, Media Relations, CSR, Krisenmanagement und Trainings stärken. Seine Branchenschwerpunkte liegen in den Bereichen Handel, Technology, Professional Services, Erneuerbare Energien sowie Automotive und Industrie.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Sonstige (2) (18. KW-2016) →

1. **Dünow wechselt vom BMWi in die SPD-Partei-zentrale: Tobias Dünow**, bislang Pressesprecher von Bundeswirtschaftsminister **Sigmar Gabriel** (SPD), kehrt zurück in die SPD-Partei-zentrale und wird Leiter Kommunikation im Willy-Brandt-Haus in Berlin. Die Position wurde neu geschaffen. Dünows Aufgaben als Pressesprecher des Bundeswirtschaftsministeriums übernimmt die Leiterin der Pressestelle, **Tanja Alemany Sanchez de León**, in erweiterter Funktion. Vor seinem Wechsel ins Ministerium war Dünow bereits von 2009 bis 2014 Sprecher des SPD-Parteivorstands.



2. **Aufgabenwuchs für Köttker beim DFB: Ralf Köttker** (46), Direktor Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit beim Deutschen Fußball-Bund (DFB) in Frankfurt am Main, hat im Zuge der Umstrukturierungen weiteren Aufgabenwuchs bekommen. Neben der Verantwortung für die gesamte Verbandskommunikation und die Geschäftsführertätigkeit für die DFB-Online GmbH ist er ab sofort stellvertretender Generalsekretär beim DFB. Köttker ist bereits seit 2009 für den DFB tätig.

Personalien compact - Agenturen (3) (18. KW-2016) →

1. **Bouwman und Collazos Garcia führen We Are Social: Vanessa Bouwman** und **Roberto Collazos Garcia** werden ab dem 1. Juni die Geschäftsführung der Social Media-Agentur We Are Social in Deutschland übernehmen. Bouwman und Collazos Garcia lösen **Bastian Scherbeck** ab, der die Agentur nach fünf Jahren auf eigenen Wunsch verlässt. Das neue Geschäftsführer-Duo wird gemeinsam die beiden deutschen Standorte

in München und Berlin leiten. Bouwman ist seit 2014 in der Agentur und war zuletzt als Group Account Director bereits Teil des Führungskreises. Collazos Garcia, der von Pro Sieben Sat.1 kam, war bei We Are Social bis dato als Director Finance & Operations tätig. In dieser Funktion war ihm das Administrations-Team unterstellt. (Quelle: "W&V")

2. **Nisster Chef vom Dienst bei echolot: Philipp Nisster** (34), bereits seit 2012 bei der Agentur echolot public relations in Stuttgart, übernimmt die neu geschaffene Position des Chef vom Dienst. Nach rund dreieinhalb Jahren als Leiter der Unit Immobilien und Finanzen bei echolot pr wird Nisster nun Chef vom Dienst. Vor seinem Einstieg bei echolot im Jahr 2012 war Nisster vier Jahre bei einer auf die Beratung von Unternehmen der Immobilien- und Fondsbranche spezialisierten Fachagentur in Berlin tätig.
3. **Wilde & Partner PR verstärken das Team Travel und Lifestyle: Melanie Nagy** (31) ist als PR-Consultant neue Mitarbeiterin im Team Travel und Lifestyle der Münchner PR-Agentur Wilde & Partner Public Relations GmbH. Nagy ist für international ausgerichtete Kunden zuständig und betreut unter anderem die Online-Reisemittler GetYourGuide und Evaneos sowie die Meta-Suchmaschine swoodoo. Sie arbeitete zuvor vier Jahre für eine Münchner PR-Agentur mit Schwerpunkten auf Home Entertainment und LED-Technologie sowie Social Media und Community Management. Während dieser Zeit bildete sie sich an der Deutschen Presseakademie zur Online Marketing Managerin weiter.

Personalien compact - Unternehmen (8) (18. KW-2016) →

1. **Petershagen leitet Corporate Communication von Festo: Jens Petershagen** (49) hat mit Wir-



kung zum 1. Mai die Leitung des Bereiches Corporate Communication bei der Festo AG in Esslingen am Neckar übernommen. Er berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden **Claus Jessen**. Petershagen folgt auf **Heinrich Frontzek** (59), der dem Unternehmen als Berater verbunden bleibt. Der neue Stelleninhaber verfügt über rund 25 Jahre Praxis in der Unternehmenskommunikation. Er sammelte Erfahrungen bei Agenturen wie Springer & Jacoby sowie BBDO und war für Unternehmen wie Daimler, Deutsche Telekom und RWE tätig. Seit 2008 ist er geschäftsführender Gesellschafter der Petershagen Kommunikation, einer Unternehmensberatung für strategische Kommunikation mit Sitz in Köln.

2. **Herkenhoff wechselt von der Deutschen Börse zu Linde: Frank Herkenhoff** (41) ist seit Anfang Mai neuer Head of External Communications bei der Linde AG in München. Wie der „PR Report“ berichtet, nimmt Herkenhoff dort die vakante Position von **Uwe Wolfinger** ein, der das Unternehmen vor Jahresfrist verließ. Erst zum Jahreswechsel war es zu Veränderungen in der

Konzernkommunikation gekommen. **Ulrich Porwollik** (53), Anfang 2015 als Head of Communications & IR zur Linde Gruppe in Pullach bei München gekommen, verließ das Unternehmen zum Jahresende 2015 wieder. Nachfolger wurde **Harry Roegner** (wir berichteten). Herkhoff war vor seinem Wechsel beinahe zehn Jahre für die Deutsche Börse tätig.

3. **Mastercard mit neuer Kommunikationschefin: Juliane Wolff** (34) ist seit dem 1. Mai neue Kommunikationschefin für Deutschland und die Schweiz bei Mastercard. In ihrer neuen Position arbeitet sie von Berlin und Frankfurt am Main aus. Sie wurde Nachfolger von **Thorsten Klein**, der nun den Bereich Public Affairs verantwortet. Wolff war zuvor von 2012 bis 2015 Director Communications beim Fintech-Startup Lendico von Rocket Internet. Bei Mastercard berichtet sie an **Rose Beaumont**, Senior Vice President & Group Head Communications Europe.
4. **Müller leitet internationale PR bei Home to go: Jonas Müller** (34) verantwortet ab sofort PR- und Öffentlichkeitsarbeit bei Home To Go, einer Suchmaschine für Ferienunterkünfte mit Sitz in Berlin. Die Position wurde neu eingerichtet. Nachdem er bisher als PR-Manager für die Region DACH zuständig war, leitet er nun das internationale PR-Team von Home to go. Er berichtet an **Dominik Schwarz**, Vice President Marketing & Communications.
5. **Assfalg leitet bei Antenne Bayern Medienpolitik: Stefan Assfalg** (34), zuletzt kommissarischer Leiter der Unternehmenskommunikation bei Antenne Bayern, wird die Aufgabe nun dauerhaft übernehmen. Neben seiner Aufgabe als Unternehmenssprecher leitet er zusätzlich den Bereich Medienpolitik beim Radiosender mit Sitz in Ismaning. Die Position wurde neu geschaffen. Assfalg ist bereits seit 2006 im Unternehmen. Er berichtet an **Karlheinz Hörhammer**, den Vorsitzenden der Geschäftsführung von Antenne Bayern.



6. **Mirjam Ernst neu bei Deloitte Österreich: Mirjam Ernst** (41) ist als Nachfolgerin von **Melinda Mihóczy** seit dem 1. März neuer Head of Marketing & Communications bei Deloitte Österreich, einem Anbieter für Services im Bereich Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung in Wien. Zuletzt arbeitete Ernst als Verantwortliche für Marketing-, PR- und Kommunikationsprojekte sowie Nachhaltigkeitsmanagement bei Mindset Wien. Sie berichtet an **Josef Schuch**, Partner bei Deloitte Österreich.
7. **Neue Pressesprecherin bei der Unternehmensgruppe Terragroup: Susanne Reinert** ist seit dem 1. Mai neue Pressesprecherin bei der Hanauer Unternehmensgruppe Terragroup. Damit ist Reinert verantwortlich für die Unternehmenskommunikation der drei Unternehmen Vermessungsbüro Müller, Terramag GmbH sowie Wunschgrundstück GmbH, die unter der Terragroup zusammengefasst sind. Sie berichtet direkt an die Geschäftsführung. Reinert war zuvor

in der Wirtschaftsredaktion der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ tätig. Davor unterhielt Reinert eine eigene PR-Agentur, die sie auch zeitweilig aus dem Ausland (Frankreich, Italien und USA) führte.

8. **Ex-Gruner + Jahr-Sprecher jetzt bei UBS Deutschland: Claus-Peter Schrack** (50), von 2009 bis März 2015 Sprecher des Verlages Gruner + Jahr, Hamburg, ist seit Anfang Mai neuer Kommunikations-Leiter beim Bankhaus UBS Deutschland in Frankfurt am Main. Schrack kehrt damit in die Finanz- und Investmentbranche zurück, in der er bereits vor seiner Zeit bei Gruner + Jahr tätig war. So war er zuvor unter anderem für die Unternehmensberatung Bain & Company, die Investment Company Apex Partners und die Loyalty Partners tätig.

ETATS

A&B One-Kampagne zu 40 Jahre Mitbestimmungsgesetz →



Die Arbeitswelt wandelt sich grundlegend. In vielen Bereichen kommunizieren Maschinen zunehmend mit Maschinen. Wo bleibt der Mensch dabei? Industrie 4.0 wird

nur erfolgreich, wenn Arbeit 4.0 gute Arbeit ist. Ohne Mitbestimmung ist das nicht zu erreichen. Die Forderung nach mehr Mitbestimmung steht deshalb im Mittelpunkt einer Kampagne der gewerkschaftsnahen Hans-Böckler-Stiftung (HBS) im 40. Jubiläumsjahr des Mitbestimmungsgesetzes. Der Kampagnenansatz: Fragen stellen, neue Perspektiven einnehmen, Entwicklungen und Wirkungen von verschiedenen Seiten betrachten – sinnbildlich dafür steht der Würfel

Krisen-PR: lieber Klassenkeile als allein verprügelt

Nahezu alle großen deutschen Automobilhersteller haben bei den Abgaswerten betroffen. Das hat Verkehrsminister Dobrindt bekannt geben lassen. Wer denkt, der Minister hätte damit die Autokonzerne verärgert, der irrt. Zwischenzeitlich müssten die überschwänglichen Dankeschreiben der Auto-Bosse beim Minister auf dem Schreibtisch gelandet sein.

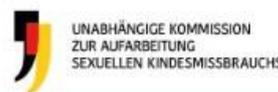
[Lesen Sie hier, warum.](#)

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

als inhaltlicher Botschafter der Kampagne. Die gemeinsam mit A&B One entwickelte Kampagne „Weiterdenken. Mitgestalten. Mitbestimmung. – Zukunft diskutieren mit der Hans-Böckler-Stiftung.“ soll das öffentliche Bewusstsein für die digitalisierte Arbeitswelt schärfen und Mitbestimmung als demokratisches Gestaltungsprinzip verankern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ballhaus West unterstützt Kommission zur Aufarbeitung sexuellen Kindesmissbrauchs →



Die Agentur Ballhaus West leistet kommunikative Unterstützung für die Unabhängige Kommission zur Aufarbeitung sexuellen Kindesmissbrauchs in

Berlin. Im Rahmen der ersten Pressekonferenz der Kommission stellte die Vorsitzende, Professor Sabine Andresen, gemeinsam mit den Ständigen Gästen, das Arbeitsprogramm der Kommission für die Zeit bis 2019 vor. Die Kommunikation steht unter dem Leitmotiv „Geschichten, die zählen“ und arbeitet unter anderem mit Online-Bannern. Gleichzeitig ging die Website des Gremiums an den Start. Konzeption und Umsetzung verantwortete Ballhaus West. Zudem entwickelte die Berliner Kampagnenagentur das Corporate Design und die Geschäftsausstattung der neuen Kommission. Weitere Kommunikationsmaßnahmen sind in Arbeit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (8) (18. KW-2016) →

1. **cyclos® erweitert Kommunikation des schwedischen Konzerns Dometic**
 wer: Dometic, Hersteller von Equipments für Yachten und Caravans, Solna (Schweden)
 was: Corporate Blog und Print-Magazin
 an: **Kommunikationsagentur cyclos® GmbH**, Münster
2. **schoesslers gewinnt PR-Etat von DataM-Services**
 wer: DataM-Services, Anbieter für Datenmanagement, Direktmarketing und Vertriebsconsulting, Würzburg
 was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 an: **PR-Agentur schoesslers GmbH**, Berlin
3. **Havas Worldwide gewinnt Digitaletat von Chiquita Brands**
 wer: Chiquita Brands International, Genf
 was: globale Digitalstrategie für Web, Content, Platforms und Social Media für die zwölf Kernmärkte (u.a. USA, Deutschland, und Italien)
 wer: **Havas Worldwide**, Düsseldorf und Hamburg



4. **C3 relaucht Webseite der Wirtschaftskanzlei Raue LLP**
 wer: Wirtschaftskanzlei Raue LLP, Berlin
 was: Websiterelaunch
 an: **C3 Creative Code and Content GmbH**, Berlin
5. **Hotwire gewinnt Nuance-Etat für integrierte Kommunikation in Europa**
 wer: Nuance Communications Ireland Limited, Dublin
 was: Presse- und Medienarbeit sowie Influencer Relations in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien und Benelux
 an: **Hotwire PR**, Frankfurt am Main
6. **Bosch Smart Home steuert mit häberlein & mauerer in die Zukunft**
 wer: Bosch Smart Home GmbH, Stuttgart
 was: B-to-B- und B-to-C-PR in Deutschland sowie Marken- und Produktkommunikation
 an: **haeberlein & mauerer ag**, Berlin
7. **Valencia beauftragt global communication experts mit Tourismus PR**
 wer: Turismo Valencia (Spanien)
 was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit inklusive Social Media innerhalb Deutschlands
 an: **Global Communication Experts GmbH**, Frankfurt am Main
8. **Roth & Lorenz entwickelt Eventreihe für Microsoft**
 wer: Microsoft, Unterschleißheim (Nähe München)

was: Eventreihe „Microsoft Device Tour“ zur Ansprache der Top-Handelspartner
an: **Roth & Lorenz GmbH**, Stuttgart

AGENTUREN

Orca im Hafen schließt nach Insolvenz, Orca im Netz stellt Betrieb ebenfalls ein →

Die gute Nachricht: den Hamburger Agenturen Orca Campaign, Orca van Loon und Orca Affairs geht es gut. Die schlechte Nachricht: Die Hamburger Agentur Orca im Hafen hat im Zuge ihrer Insolvenz den Betrieb eingestellt. Das meldet „**New Business**“ in seiner neuesten Ausgabe. Klaus Utermöhle hatte Orca im Hafen 2009 gegründet. Daraus entstand in den Folgejahren die Orca-Agenturgruppe mit den fünf Mitgliedern Orca im Hafen, Orca im Netz, Orca Campaign, Orca van Loon und Orca Affairs. Außer Orca im Hafen hat nun auch Orca im Netz seinen Betrieb eingestellt. Dietrich Schulze van Loon erklärte gegenüber „New Business“: „Orca im Netz war gesellschaftsrechtlich und kundenbedingt sehr eng mit Orca im Hafen verbunden. Demzufolge war es nur konsequent, dieses Unternehmen vom Markt zu nehmen. Die auf Wachstum ausgerichteten Unternehmen Orca Affairs, Orca Campaign und Orca van Loon hatten schon seit geraumer Zeit eigene digitale Kompetenzen aufgebaut, so dass eine eigenständige Einheit in diesem Bereich unternehmerisch überhaupt keinen Sinn mehr gemacht hat.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (1) (18. KW-2016) →

1. **Dr. Kaschny PR feiert 20-Jähriges:** Die Agentur für Öffentlichkeitsarbeit Dr. Kaschny PR GmbH (KPR) feiert ihr 20-jähriges Bestehen. Das Unternehmen aus Bad Homburg hat sich auf nationale



Wie läuft's?

Leistungsdiagnose mit Lautenbach Sass.

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

und internationale Gesundheits-PR spezialisiert. Die Agentur hat sich als gefragte Adresse speziell in der dentalen Öffentlichkeitsarbeit etabliert. Dr. Kaschny PR, kurz KPR, gilt weithin als Schrittmacher der **Dental-PR für die Segmente Zahnmedizin und Zahntechnik**. Geschäftsführer Thomas Hammann sagte anlässlich des Jubiläums: „Im Sinne des kürzlich verstorbenen Unternehmensgründers Dr. Peter Kaschny wird die Agentur mit ihrer erfahrenen Mannschaft auch in den nächsten Jahren ihre Kompetenzen und Leistungen konsequent ausbauen.“

ORGANISATIONEN

DPRG Mentoring Meeting beim 7. Sommer Symposium in Berlin →



Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) e.V. lädt Interessierte und Teilnehmer ihres Mentoring Programms zu einem Austausch nach Berlin ein. Am 21. Mai findet im Rahmen des 7. Sommer Symposiums, dem

Karierekongress für Ein- und Aufsteiger der Kommunikationsbranche, das sogenannte DPRG Mentoring Meeting statt. Hier treffen sich aktuell am Programm teilnehmende Mentoring-Tandems und Young Professionals, die sich für die Teilnahme am Programm interessieren. „Das DPRG Mentoring Programm bringt Young Professionals mit erfahrenen Kollegen zusammen. Mit dem DPRG Mentoring Meeting möchten wir für einen Austausch unter den Teilnehmenden Tandems sorgen“, sagt Thomas Lüdeke, im Bundesvorstand für die Nachwuchsförderung verantwortlich. „Außerdem haben alle Teilnehmer des Symposiums die Möglichkeit, sich über das Mentoring Programm zu informieren.“ Aktuell stehen Bewerber elf Mentoren aus Unternehmen und Agenturen zur Verfügung. Die Bewerbung ist jederzeit möglich und nicht an Fristen gebunden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



MEDIEN

Medien compact (1) (18. KW-2016) →

1. **Neuer Chefredakteur für die „Thüringer Allgemeine“: Johannes M. Fischer** (55) wird zum 15. Mai neuer Chefredakteur der „Thüringer Allgemeinen“ in Erfurt. Vorgänger **Paul-Jose Raue** hatte seine Tätigkeit im Oktober 2015 beendet. Fischer war zuvor sechs Jahre lang Chef der „Lausitzer Rundschau“ in Cottbus und davor vier Jahre stellvertretender Chefredakteur bei der „Freien Presse Chemnitz“. Bei der „Lausitzer Rundschau“ wird **Oliver Haustein-Teßmer** (46) sein Nachfolger. Haustein-Teßmer war schon seit dem vergangenen Jahr Fischers Stellvertreter bei der „Lausitzer Rundschau“, die zur LR Medienverlag und Druckerei GmbH gehört. Sie ist ein Tochterunternehmen der Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei GmbH. Beide Unternehmen gehören zur Rheinische Post Medien-gruppe, Düsseldorf. (Quelle: „kress.de“)

AUTOREN-BEITRÄGE

Neugeschäft: Lieber einen aufwändigen Workshop als einen schnellen Pitch →



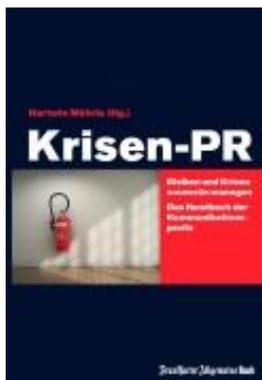
In dieser Serie soll die Frage im Mittelpunkt stehen, was denn Agenturen, speziell solche aus dem PR-Bereich, in Bezug auf das Thema New Business besser machen können. Zu Wort gekommen sind bisher Entscheider und Agenturvertreter. Letztere geben Hinweise darauf, wo denn Unternehmen, die eine neue PR-Agentur suchen, diesen Prozess optimieren können. Mein Gesprächspartner für diese Ausgabe war Dietrich Schulze van Loon (Foto), der Geschäftsführer der Hamburger Agentur Orca van Loon ist. Aus seiner Sicht sollten sich Unternehmen, die eine Agentur suchen, zuerst mit den Kriterien beschäftigen, nach denen sie überhaupt mit einer Agentur ins Gespräch kommen wollen. In vielen Fällen passiere dies nicht

oder nur unzureichend. Schulze van Loon: „Vielmehr schaut man sich ein Ranking an und lädt dort, bei einem entsprechend großen Etat, zuerst den Spitzenreiter und dann noch weitere Agenturen aus den Top 20 ein. Vielleicht kommen noch weitere Empfehlungen hinzu.“ Aber ob das reicht, stelle der erfahrene Agenturchef in Frage.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

REZENSIONEN

Rezension: Heute ist Krise. Und Change. →



Titel: Krisen-PR - Risiken und Krisen souverän managen. Das Handbuch der Kommunikationsprofis; Autor: Hartwin Möhrle; Verlag: Frankfurter Allgemeine Buch 2016, 223 Seiten; 24,90 Euro; ISBN-13: 978-3956010927

Am 28. April war der 4. Österreichische Kommuni-

kationstag „Krise & Change“. Grund genug, sich in der Fachliteratur mal wieder mit dem Thema Krisen-PR zu beschäftigen. Ein aktuelles Buch ist das von Hartwin Möhrle: „Krisen-PR: Risiken und Krisen souverän managen. Das Handbuch der Kommunikationsprofis.“ Die Krisen-Kommunikation war für mich ausschlaggebend, überhaupt erst in die PR zu gehen. Ich habe damals an der Universität einen Vortrag über Krisenmanagement gehört und dabei fiel es mir wie Schuppen von den Augen. Wenn sich jemand einer Krise gegenüber sieht, dann soll er fragen: „Frau Bergk! Was sollen wir tun?“ Und so ging ich in die PR und erzähle auch ab und an meinen Klienten, was sie in einer Krisensituation (vorrangig kommunikativ) zu tun haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



TERMINE

Content Changes! – Content Strategy Camp am 3. und 4. Juni an der Hochschule Darmstadt →



Wer mit Unternehmenskommunikation und Marketing zu tun hat, kam in den ver-

gangenen Jahren um einen Begriff nicht herum - Content. Doch wie sieht es in der Praxis aus? Hat sich wirklich alles verändert, wie manche behaupten? Oder befinden wir uns eher in einem langfristigen Entwicklungsprozess? Unstrittig ist, dass sich rund um das Thema Content ziemlich viel bewegt – bei den Nutzern, den Kanälen, den Inhalten selbst und vor allem bei der Frage, wie wir das in und für Unternehmen organisieren. Was genau, diskutieren unter dem Motto „Content Changes“ am 3. und 4. Juni mehr als 150 Expertinnen und Experten beim vierten Content Strategy Camp (#cosca16) auf dem Medien-campus in Dieburg. Im Mittelpunkt der als BarCamp organisierten Veranstaltung stehen Themen wie Content Strategie, Content Marketing, Webdesign, User Experience sowie Informationsarchitektur und ihre Bedeutung für die Unternehmenskommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SEMINARE

AFK-Seminar B1 erstmals im Rheinland →



Nicht nur mehr wissen, auch mehr können: Diesen Anspruch verfolgt die AFK Akademie Führung und Kommunikation seit 40 Jahren. So auch

bei den sieben Absolventinnen und Absolventen des B1-Seminars Ende April. Das Akademie-Flaggschiff zur PR-Arbeitsmethodik fand erstmals im rheinischen Leverkusen statt. Zentraler Trainingsstandort von Deutschlands zweitältestem PR-Ausbildungsinstitut bleibt Rhein-Main. Während des fünftägigen Intensivtrainings gab AFK-Chefin Susanne Czernick den angehenden PR-Profis aus Unternehmen und Agenturen eine Einführung in die Konzeptionstechnik. Weitere Themen waren journalistisches Schreiben, Medienarbeit, Corporate Communications, Produkt-PR und Veranstaltungskommunikation. „Alle Inhalte des Basistrainings sind spannend und wichtig“, erklärt Teilnehmerin Maria Steinmetz aus Wuppertal. Das B2, der zweite Teil der Grundausbildung, folgt Ende des Jahres.

Foto (dako pr): Im praxisorientierten B1-Basistraining brachte AFK-Leiterin Susanne Czernick (oben, 3.v.l.) den Absolventen die Grundlagen des PR-Berufs nahe.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Frühbucherrabatt auf DAPR-Grundausbildung im Herbst →

Aufgrund der großen Nachfrage waren die Termine der DAPR-Grundausbildung in diesem Frühjahr

DPRG
DPRG ZukunftsForum 2016

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

schnell ausgebucht. Die Deutsche Akademie für Public Relations empfiehlt daher, sich bereits jetzt für einen Platz in den Herbstkursen anzumelden. Die vier Module der Seminarreihe finden jeweils in Düsseldorf, Frankfurt am Main und erstmalig auch in Berlin statt. Für Anmeldungen, die bis zu einem Monat vor dem Start des jeweils ersten Moduls eingehen, gewährt die DAPR einen Frühbucherrabatt von fünf Prozent.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STUDIEN

PRtransfer: Wann hat Facebook-Werbung Erfolg? →

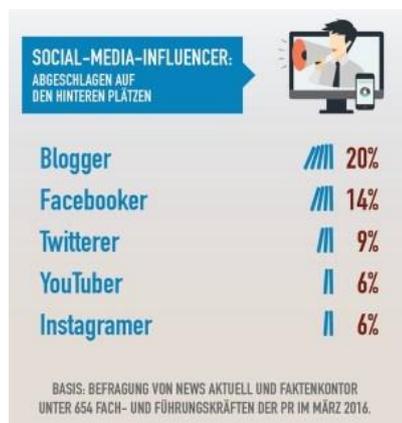


Es ist kein Geheimnis mehr– wir leben online. Umso mehr lohnt es sich online zu werben. Eine aktuelle Studie zeigt, wie sich die unterschiedlichen Arten von Facebook-Werbung

auf den Verkauf auswirken. Werbende nutzen zunehmend Social Media, um ihre Kunden zu erreichen. Die Verbreitung von Werbung in den sozialen Netzwerken kann die Wahrnehmung, die Kaufabsicht sowie die Zahl der Wiederaufrufe steigern. Auch Facebook wird besonders für Unternehmen immer mehr zu einer Marketing-Goldgrube. Die Boston Consulting Gruppe hat sich mit vier Arten der Werbung auseinandergesetzt, um ihre kurz- und langfristigen Effekte auf den Verkauf zu messen und zu vergleichen: „Stream“ Impressions, Page Views, Likes und User Contributions.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Influencer-Ranking: Journalisten bleiben für PR-Profis am wichtigsten →



Für die deutschen PR-Profis sind Journalisten noch immer die wichtigsten Influencer. Trotz des Bedeutungsverlustes der klassischen Medien stehen sie in der Gunst deutlich vor Blog-

gern, YouTubern und anderen Social Media-Akteuren (siehe Schaubild von news aktuell und Faktenkontor). Auf Platz zwei des Influencer-Rankings haben es die eigenen Kunden geschafft. Danach folgen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das ergab der neue PR-Trendmonitor von news aktuell und Faktenkontor, beide Hamburg. Mehr als 650 PR-Professionals aus Pressestellen und PR-Agenturen haben an der Umfrage teilgenommen. Drei Viertel aller Kommunikatoren zielen mit ihren Maßnahmen in erster Linie auf die klassischen Medien ab. Trotz ihres vielfach propagierten Bedeutungsverlustes stehen die Redakteure von Zeitungen, Zeitschriften, TV und Hörfunk



nach wie vor im Zentrum der Aufmerksamkeit. Erstaunlich ist, dass der Abstand zu Bloggern und anderen Akteuren aus Social Media sehr groß ausfällt. So halten nur 20 Prozent der Befragten Blogger für sehr wichtig. Bei YouTubern und Instagramern sind es sogar nur sechs Prozent.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LESEHINWEISE

Lesehinweis: Passt „Scrum“ für die Unternehmenskommunikation? →



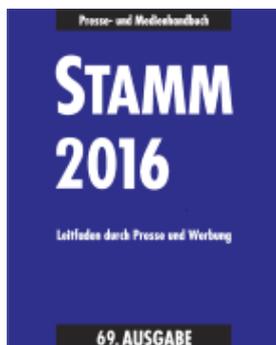
Was Software-Entwickler schon seit den frühen 1990er Jahren machen, kommt langsam auch in der Unternehmenskommunikation an: Große, unübersichtliche

Projekte in handhabbare Scheiben zu schneiden, Feedbackkultur zu etablieren und Fehler als Chancen zu betrachten. Kurz gesagt: Agil zu werden. Scrum ist eines der beliebtesten agilen Rahmenwerke. Aber was ist das eigentlich? Und eignet es sich für die Unternehmenskommunikation?

Fokus. Mut. Offenheit. Selbstverpflichtung. Respekt. Das sind die Scrum-Werte. Wichtige Werte, denn Scrum-basierte Projekte leben von der Produktivität des Teams. Ein Scrum Team wird gebildet, wenn

Auftraggeber ein komplexes Produkt benötigen – beispielsweise einen Musikstreaming-Dienst wie Spotify, der über Scrum entwickelt wurde. Damit so ein Großprojekt Erfolg haben kann, sind drei Rollen definiert. Welche das sind, bei welchen Projekten die Methode Scrum geeignet ist und was ein Sprint ist, beschreibt Jens Cornelißen im [Blog der Unternehmensberatung Lautenbach Sass](#). Cornelißen arbeitet dort als Consultant.

69. Ausgabe Stamm Leitfaden: 20.000 deutsche Medien in zwei Bänden →



Auf rund 2.000 Seiten fasst der aktuelle „Stamm Leitfaden durch Presse und Werbung“ die deutschen Medien zusammen. Zu Zeitungen, Zeitschriften, Radio- und TV-Stationen bietet die zweibändige Printausgabe des „Stamm“ die Adressen

der Verlage, Anzeigenabteilungen und Redaktionen sowie umfangreiche Informationen zu den jeweiligen Auflagen und Werbemöglichkeiten. Allein bei den deutschen Tages- und Wochenzeitungen werden rund 10.000 Ansprechpartner mit ihren Kontaktdaten aufgeführt, insgesamt enthält der „Stamm“ etwa 150.000 Adressen der Medienschaffenden in Deutschland.

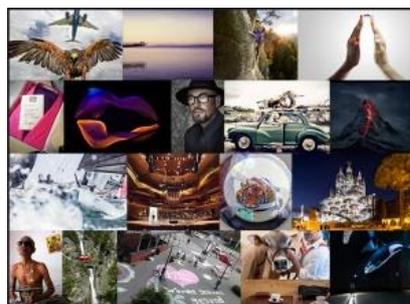
Neben der jährlich erscheinenden Printausgabe bietet der Essener Stamm-Verlag diese Übersicht der deutschen Medien auch als Datenbank „Stamm Impressum“, die per Download vom Stamm-Server heruntergeladen werden kann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



PREISE UND AWARDS

PR-Bild Award 2016: die stärksten Fotos noch bis zum 17. Juni einreichen →



Der **PR-Bild-Award** ist in seiner elften Runde. Noch bis zum 17. Juni können die besten PR-Bilder des Jahres bei der dpa-

Tochter news aktuell eingereicht werden. Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen können sich bis dahin für den PR-Bild Award 2016 bewerben. Über die Website zum Preis können Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz die besten und originellsten Motive der letzten zwölf Monate einreichen. Im Supersportjahr 2016 widmet news aktuell den Themen Sport und gesunder Lifestyle eine eigene Sonderkategorie: Sports & Health. Die weiteren sieben Preiskategorien: Unternehmenskommunikation,

Event und Messe, Produktfoto, Porträt, NGO-Foto, Tourismus und Freizeit sowie Social Media-Foto. Einzige Voraussetzung: Die Fotos müssen in den letzten zwölf Monaten für Pressearbeit und PR verwendet worden sein. Die Teilnehmer können beliebig viele Bilder einsenden, die Teilnahme ist kostenlos.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

inkom. Grand Prix 2016: Ausschreibung gestartet →



Für den inkom. Grand Prix der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) läuft die Einreichungsfrist: Bis zum 31. Mai können Unternehmen und Organisationen aus Deutschland, Österreich und

der Schweiz sowie ihre Dienstleister interne Medien in den Kategorien Print und Online einreichen. Der international anerkannte Preis bewertet Mitarbeitermedien seit 1995 und liefert Einreichern Hinweise zur Optimierung und Weiterentwicklung. „Seitdem es den inkom. Grand Prix gibt, hat die interne Kommunikation stark an Bedeutung gewonnen“, sagt Gerhard Vilsmeier (Foto), Vorsitzender der achtköpfigen Expertenjury. „Fachkräftemangel, Change-Prozesse und Krisen machen exzellente Mitarbeiterkommunikation für Mittelständler und Konzerne heute unerlässlich.“ Oberstes Ziel bei der Juryarbeit bleibe die Urteilstiefe, so Vilsmeier: „Textliche, fotografische und gestalterische Leistungen werden intensiv unter die Lupe genommen und ausführlich bewertet.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



STAMM MEDIEN-NEWS

Stamm Medien-Newsletter Mai 2016 →

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (ca. 24.000) in Deutschland (Print / Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk / Radio + Fernsehen, Online (seit 2003)). Im April 2016 wurden 11.047 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 19.942 Medien. Der monatliche „Stamm Medien-Newsletter“ informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

JOBANGEBOTE

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

Gesuche (8)

Die 8 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

Angebote (54)

Stellenangebote der Agenturen

- PR-Berater mit IT-Erfahrung, München
- PR-(Junior-) Berater (m/w), Berlin
- Straub & Straub sucht PR-Berater (m/w), Hamburg
- PR-Berater/in für Non-Profits, Berlin
- Manager Public Relations (m/w), Karlsruhe
- Online-Redakteur/Texter (m/w) mit Schwerpunkt Mobilität & Technik, Tübingen
- PR-Berater/in mit Schwerpunkt Mobilität & Technik, Tübingen
- (Junior) Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf
- (Junior) Consultant PR ab ersten Juli in Berlin
- 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
- 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

Stellenangebote der Unternehmen

- Content Manager & Redakteur Cloud Computing (w/m), Köln
- 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

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- [Pressesprecher \(m/w\), Frankfurt a.M.](#)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 9. Mai 2016 um 17:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.625 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 31,9 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.378 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.