PR Journal

NEWSLETTER 516

19. KW 2016

++ Etats: Hirschen Group macht's effizient für das BMWi ++
++ Branche: G+J formt neues Unternehmen für Content Communication ++
++ Meinung: Über das Reizklima zwischen PR und Journalismus ++

TOP MELDUNGEN

Clarissa Haller neue Kommunikationschefin von Siemens →

Zahlreiche Spekulationen schossen ins Kraut, wer denn wohl bei der Siemens AG, München, neuer Kommunikationschef wird. Nachdem der bisherige Leiter der globalen Kommunikation, Stephan Heimbach, seine Funktion zum 1. März 2016 aufgegeben hatte, galt zuletzt Herbert Heitmann (53), der frühere Leiter des Bereichs „Communications, Government Relations and Corporate Brand" der Bayer AG, als vermeintlicher Favorit. Doch Heitmann, der bei Bayer zum 30. April ausschied, wurde es nicht. Nun vermeldete Siemens die Neubesetzung: Clarissa Haller (49, Foto) wird neue Leiterin der Unternehmenskommunikation von Siemens. Haller wird ihre Aufgabe zum 1. Juli 2016 antreten und in der Funktion direkt an den Vorstandsvorsitzenden Joe Kaeser berichten, der vorrübergehend selbst die Kommunikationsfäden in den Händen hielt. Haller gilt als Konzern-erfahren und war in verschiedenen leitenden Kommunikationsfunktionen international tätig, unter anderem für Roche, ABB und Credit Suisse.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Sabre-Award für Schwartz Public Relations →

Die Münchner Agentur Schwartz Public Relations wurde europaweit als bester Arbeitgeber ausgezeichnet. Am 25. Mai nimmt Agenturinhaber Christoph Schwartz (Foto) den Sabre-Award in Berlin persönlich entgegennehmen. Dann wird seine Agentur offiziell zur „Best continental consultancy to work for" gekürt. Als Begründung führte der in New York erscheinende „Holmes Report", der die Preise vergibt, an, dass Schwartz PR vor allem durch seine absolute Transparenz und den respekt- und vertrauensvollen Umgang mit seinen Mitarbeitern überzeuge. Hinzu komme, dass jeder Mitarbeiter auf jedem Level persönliche Verantwortung zugestanden bekomme und eben auch die notwendigen Informationen durch wöchentliche Meetings und dauerhaft offene Türen in der Agentur. Zur persönlichen Verantwortung gehöre auch, dass jeder Mitarbeiter selbst entscheiden könne, wann und wie lange sie arbeiteten und wie sie ihre Kundenaufträge betreuten. Lobend erwähnt wurde auch noch die Wiesbadener Agentur Fink & Fuchs Public Relations sowie LVT, Niederlande, Tribeca, Südafrika, Canela, Spanien.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Statistik 2015: 367.961 Visits; 809.584 PageImpressions; 11.209 Newsletter-Empfänger; 475 Stellenanzeigen

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 516. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 31 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN 1
- Clarissa Haller neue Kommunikationschefin von Siemens → 1
- Sabre-Award für Schwartz Public Relations → 1

Personalien 3
- Personalien compact - Agenturen (7) (19. KW-2016) → 3
- Personalien compact - Unternehmen (6) (19. KW-2016) → 4
- Personalien compact - Sonstige (2) (19. KW-2016) → . 6

Etats 6
- Hirschen Group macht’s effizient für das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie → 6
- Etats compact (12) (19. KW-2016) → 7

Organisationen 8
- DPRG-NRW lädt nach Düsseldorf ein: „Satire – Meinungsfreiheit oder Majestätsbeleidigung?“ → 8

Branche 8
- Territory: Gruner + Jahr formt neues Unternehmen für Content Communication → 8
- Studie: Mehrheit der Deutschen glaubt nicht an die Unabhängigkeit der Medien → 8

Medien 9
- Fachjournalisten und Fachmedien des Jahres ausgezeichnet → 9
- Landgericht Köln lehnt einstweilige Verfügung gegen Döpfner ab → 9
- Medien compact (1) (19. KW-2016) → 10

Social Media 10
- Studie: Berufliche Nutzung von Social Media steigt → 10

Autoren-Beiträge 11
- Die Krise hinter der Krise: Was die Diskussion über die Rolle der Medien mit unserer Branche macht → ... 11

Termine 11
- Termine compact (1) (19. KW-2016) → 11

Seminare 11
- Neuer Intensiv-Workshop der DAPR für angehende Führungskräfte → 11

Studien 12
- Studie zur Kommunikation von Energiethemen: Informationen nach „Schema F“ sind nicht gefragt → .. 12
- Studie: Gesamtmarkt für Fachinformationen hat 2016 Umsatzvolumen von 28,3 Milliarden Euro → 12
- EHI-Studie PR im Handel 2016: Social Media verändert Kommunikations-strukturen → 13
- Studien compact (1) (19. KW-2016) → 13

Preise und Awards 13
- Deutscher Image Award an ehemaligen Merck CEO Kley und dessen früheren Kommunikationschef → 13
- Sabre Award: Cohn & Wolfe ist „Best European Network to Work For“ → 14
- Preise und Awards compact (1) (19. KW-2016) → 14

Tipps 15
- Kommunikationskosten griffbereit: neuer Etat-Kalkulator 2015 erschienen → 15

GPRA im Dialog 15
- Weber Shandwick-CEO Christiane Schulz plädiert für Traineeship: Mehrwert nur durch Erfahrung → 15

Jobangebote 16
- Gesuche (9) 16
- Angebote (59) 16
- Volontariat/Trainee 16
- Praktikum 16

Impressum 17

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PR-Journal

Statistik 2015: 367.961 Visits; 809.584 PageImpressions; 11.209 Newsletter-Empfänger; 475 Stellenanzeigen

PERSONALIEN

Personalien compact - Agenturen (7) (19. KW-2016) →

1. **Kai Zantke neu bei Hill+Knowlton: Kai Zantke** (38) ist seit dem 15. Mai neues Mitglied im Technologie-Team der internationalen Kommunikations- und Markenberatung Hill+Knowlton Strategies in Deutschland. Als Content Manager und Content Specialist betreut er ab sofort Kunden unter anderem aus dem Consumer-Tech- und B-to-B-Bereich. Zantke war zuvor PR- und Kommunikationsmanager Western Europe bei Honor/Huawei, wo er unter anderem den Launch des neuesten Smartphones Honor 5X PR-seitig betreute. Seine Storytelling- und Multimedia-Fähigkeiten stellte er davor bei „Computer Bild“ in Wort, Bild und Video unter Beweis. Mit Zantke baut Hill+Knowlton Strategies den Technologiebereich am Standort Düsseldorf weiter aus.

2. **Neue Kommunikationschefin für Scholz & Friends: Sabine Zilski** (30) ist als Nachfolgerin von **Sandra Schwarz** ab sofort neue Leiterin der Unternehmenskommunikation der Scholz & Friends Group in Hamburg. Vorgängerin Schwarz wechselte in gleicher Funktion zur Agentur Kolle Rebbe *(bitte beachten Sie dazu weiter unten die Meldung Nr. 5 zu Kolle Rebbe)*. Zuvor stand Zilski seit 2009 in Diensten der Hafen Hamburg Marketing GmbH, der offiziellen Marketingorganisation des Hamburger Hafens, wo sie für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zuständig war.

3. **Bianca Egli wechselt zu APCO Worldwide: Bianca Egli** (35) verstärkt seit dem 1. Mai das Team von APCO Worldwide in Deutschland. Nach mehr als sechs Jahren bei der internationalen Kommunikationsagentur Burson-Marsteller wechselte die gebürtige Schweizerin zur internationalen Kommunikationsberatung für strategische Kommunikation und Public Affairs APCO Worldwide. In ihrer Funktion als Director am Standort Frankfurt wird sie Kunden vorwiegend in den Bereichen Unternehmenskommunikation, Krisenkommunikation und Issues Management unterstützen. Die Agentur will damit nicht nur ihre Expertise in den genannten Bereichen ausbauen, sondern auch ihre Präsenz in Frankfurt erweitern.

4. **Farner Consulting meldet drei Neuzugänge: Marcus Balogh, Raphael Monsch** und **Jürg Walpen** heißen die neuen Mitglieder im Beratungsteam der größten schweizerischen PR-Agentur Farner Consulting, Zürich. Balogh erweitert als Senior Consultant den Fachbereich Finanzkommunikation in Zürich. Monsch verstärkt das Kreativ-Team als Senior Art Director und Walpen stößt als Senior Consultant zur Agentur am Standort Bern. Balogh war zuvor Head of Internal Communications beim pan-asiatischen Versicherungskonzern AIA Group, Hong Kong. Monsch verbrachte zuletzt einige Jahre in Los Angeles, wo er als freier Art Director arbeitete. Walpen arbeitete zuletzt als Pressesprecher im

Eidg. Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK.

5. **Kolle Rebbe baut Unternehmenskommunikation aus: Sandra Schwarz** (30) ist neue Pressesprecherin der Hamburger Agentur Kolle Rebbe. Gemeinsam mit **Thomas Stritz**, der sich künftig stärker auf den Bereich Neugeschäft fokussieren wird, verantwortet Schwarz ab sofort die interne und externe Kommunikation der Agentur. Schwarz kommt von Scholz & Friends, wo sie zuletzt als Head of Corporate Communications zwei Jahre die Öffentlichkeitsarbeit der Agenturgruppe geleitet hat. Zuvor studierte sie Angewandte Medienwissenschaft an der Technischen Universität Ilmenau.

6. **Hirschen Group schafft zentrale Stelle für Human Resources: Sina Bessell** ist als Group Director Human Resources bei der Hirschen Group in Hamburg gestartet. Die Stelle wurde neu geschaffen, um das zentrale Thema Human Resources auch übergreifend zu forcieren und die dezentral agierenden Personalabteilungen stärker zu vernetzen. Bessell kommt von der Edelman Gruppe, wo sie zuletzt Recruiting Director Germany war. Neben der Finanzabteilung sowie der Unternehmenskommunikation ist dies die dritte Stabstelle der Hirschen Group, die direkt an die geschäftsführenden Gesellschafter **Bernd Heusinger**, **Marcel Loko** und **Martin Blach** sowie an die Partner der Hirschen Group berichtet.

7. **Herlt neues Mitglied der Geschäftsleitung bei Salt Works: Hardy Herlt** unterstützt ab sofort das Führungsteam der Agentur Salt Works: Er wird in der Berliner Dependance als Mitglied der Geschäftsleitung den Aufbau des Angebots in den Bereichen Reputation und Change Management, Corporate Communications sowie Krisen- und Issue-Management verantworten. Die Agentur Salt Works ist im April 2016 aus einem Merger der Berliner Juniper Group und der Münchner Kommunikationsagentur LessingvonKlenze hervorgegangen. Herlt verfügt über langjährige Erfahrung in der strategischen Beratung sowie in den Bereichen Issue Management und Lobbying. Zuletzt war er fünf Jahre für Burson Marsteller als Director Public Affairs im Einsatz.

Personalien compact - Unternehmen (6) (19. KW-2016) →

1. **Verlagsgruppe Oetinger hat neue Kommunikationschefin: Petra Roitsch** ist seit dem 1. Mai neue Leiterin des Kommunikationsteams der Hamburger Verlagsgruppe Oetinger, die vor allem Kinderbücher und Jugendmedien herausbringt. Sie verantwortet die gesamte Unternehmenskommunikation, Social-Media-Aktivitäten und Medienkooperationen. Vor ihrem Wechsel war Roitsch für das Marketing und die Produktentwicklung bei Warner Bros. Entertainment zuständig. Bei der Verlagsgruppe Oetinger wird sie direkt an die Abteilungsleiterin **Dana Kabbani**

berichten. Zusätzlich ergänzt **Franziska Narzinski** als PR-Managerin das Team bei Oettinger. Sie kam von Scholz & Friends in Hamburg, wo sie als Senior PR-Managerin arbeitete. *(Quelle: „kress.de“)*

2. **Swyx stellt Kommunikation und Marketing neu auf: Christian Jacob** ist seit dem 1. April neuer Leiter Corporate Communications und Channel Marketing beim Kommunikationssoftware-Anbieter Swyx Solutions AG in Dortmund. Mit der Besetzung der neu geschaffenen Position durch Jacob geht eine Neuaufstellung der Marketingabteilung einher. **Harald Bender** konzentriert sich als VP Product Marketing ab jetzt auf die Positionierung der technischen und produktbezogenen Aspekte der Unified-Communications-Lösung. Jacob bringt für seine neue Aufgabe Erfahrungen aus leitenden Marketing- und Sales-Positionen mit, die er unter anderem bei Siemens Enterprise Communications (heute Unify) oder auch The Phonehouse innehatte.

3. **Glossybox verliert seinen Kommunikationschef: Sachar Klein**, derzeit noch Vice President Communications beim Berliner Kosmetik-Boxen-Versender Glossybox, gibt seine Position dort Ende des Monats auf, um sich selbständig zu machen. Das berichtet der „PR Report“. Seit Dezember 2013 verantworte er die globale Kommunikation von Glossybox. Nun will er selbständig tätig sein. Starthilfe leistet dabei sein Noch-Arbeitgeber, der ihn mit Influencer Relations- und PR-Aufgaben betraut hat. Klein begann seine berufliche Laufbahn als Journalist und wechselte 2007 in die PR. Er verantwortete die Unternehmenskommunikation diverser Startups und war vor seinem Wechsel zu Glossybox Leiter Digital Public Affairs bei der E-Plus Gruppe.

4. **Neuer Kommunikationsvortand bei Gothaer Versicherungsbank: Oliver Brüß** (50) ist bei der Gothaer Versicherungsbank mit Sitz in Köln zum 1. Mai zum Vorstand für die Ressorts Presse- und Unternehmenskommunikation sowie Vertrieb und Marketing berufen worden. Er wurde Nachfolger von **Hartmut Nickel-Waninger**, der nach zehn Jahren mit Erreichen der Altersgrenze aus dem Vorstand ausschied. Brüß wechselte von der Dialog Lebensversicherung, wo er Vorstandssprecher war. Vorstandsvorsitzender der Gothaer Versicherungsbank ist **Karsten Eichmann**.

5. **Ipro Consult hat neue Kommunikationschefin: Christin Löffler** (30) leitet seit dem 1. April als Nachfolgerin von **Susanne Eisewicht** die Unternehmenskommunikation des Generalplaners Ipro Consult in Dresden. Damit zeichnet sie für die gesamte interne und externe Kommunikation verantwortlich. Vorgängerin Eisewicht hat das Unternehmen verlassen. Löffler, die bei dem Dresdner Unternehmen bereits im Jahr 2004 als Mediengestalterin angefangen hat, hat die neue Position bereits seit dem vergangenen Jahr kommissarisch inne. Sie berichtet an den Geschäftsführer **Lutz Junge**.

6. **Schweiz Tourismus mit neuer Pressesprecherin in Frankfurt: Alexa Chessex** wird vom 1. Juli

an die Medienarbeit für den Distrikt Mitte bei Schweiz Tourismus übernehmen. Vorgängerin **Helena Videtic**, leitet bereits seit dem 1. Januar die Abteilung „Switzerland Convention & Incentive Bureau“ bei Schweiz Tourismus Deutschland. Als Trade und Media Manager ist Chessex damit mit Sitz in Frankfurt am Main Ansprechpartnerin für alle Medien aus den Bundesländern Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland. Sie berichtet an den Marketing Manager Deutschland, **Peter Schmidtchen**.

Ketchum PLEON
break through

Personalien compact - Sonstige (2) (19. KW-2016) →

1. **Von der DFL in die Basketballbundesliga: Roland Schekelinski** arbeitet seit Anfang Mai als PR-Manager bei der Basketballmannschaft EWE Baskets aus Oldenburg. Er wurde Nachfolger von **Oliver Schulz**, der den Verein Ende April verlassen hat. Schekelinski war zuvor seit 2012 bei DFL Digital Sports für das digitale Produktmanagement sowie für die redaktionelle Steuerung der digitalen Plattformen und Social-Media-Kanäle der Fußball-Bundesliga zuständig.
2. **Kuhr wechselt von der „SZ“ ins Verkehrsministerium: Daniela Kuhr** (47) leitet seit Anfang Mai als Nachfolgerin von **Karola Lambeck** das Referat Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungsmanagement im Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) in Berlin. Vorgängerin Lambeck ist nun Ständige Vertreterin des Abteilungsleiters Kommunikation. Kuhr arbeitete zuvor vom Jahr 2000 an zunächst als Wirtschaftsredakteurin, dann als Korrespondentin in der Parlamentsredaktion und zuletzt als CSU- und Landtagskorrespondentin bei der „Süddeutschen Zeitung“.

ETATS

Hirschen Group macht’s effizient für das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie →

Unter dem Motto „Deutschland macht’s effizient“ startete am 12. Mai das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) in Berlin eine neue Informationsoffensive. Bundeswirtschaftsminister und Vizekanzler Sigmar Gabriel (SPD) stellte die Kampagne heute vor der Bundespressekonferenz in Berlin vor. Konzipiert und umgesetzt wurde sie von der Hirschen Group als Rahmenvertragsagentur des BMWi. Zum goldenen Hirschen Berlin entwickelte die kreative Leitidee sowie alle Printmaterialien, den Kinospot und weitere Aktionen. Für die Online-Konzeption und -Redaktion sowie das Performance Marketing ist ressourcenmangel verantwortlich.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Statistik 2015: 367.961 Visits; 809.584 PageImpressions; 11.209 Newsletter-Empfänger; 475 Stellenanzeigen

Etats compact (12) (19. KW-2016) →

1. **Publiplikator kommuniziert für die "Stadt und Land"**
   wer: Berliner Wohnungsbaugesellschaft "Stadt und Land"
   was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
   an: **Publiplikator GmbH**, Berlin

2. **Prolog Communications mit vier neuen Kunden-Etats**
   a) B-t-B-Sicherheits-Lösungsanbieter Radware, Langen
   b) B-t-B-Sicherheits-Lösungsanbieter, Ixia Technologies Europe Limited, München
   was: Produkt- und Unternehmens-PR sowie Markenaufbau durch Profilierung als IT-Security-Autorität
   c) Anbieter von Cloud-Storage-Lösungen, DocRAID, Berlin
   d) IT-Security Anbieter für den eHealth-Markt, Identos GmbH, Sauerlach
   was: Fachpressearbeit,
   an: **Prolog Communications GmbH**, München

3. **C3 unterstützt Aktion Mensch bei neuer Content-Marketing-Strategie**
   wer: Aktion Mensch, Bonn
   was: Content-Marketing-Strategie
   an: **C3 Creative Code and Content GmbH**, Berlin

4. **Janssen Deutschland vergibt Kampagnenetat an fischerAppelt**
   wer: Pharmaunternehmen Janssen-Cilag GmbH, Neuss
   was: Fortsetzung der Kampagne „Mehr leben im Leben“
   an: **fischerAppelt AG**, Hamburg

5. **ressourcenmangel setzt für KBV auf Nähe**
   wer: Kassenärztliche Bundesvereinigung, Berlin
   was: Fortsetzung Imagekampagne für Haus- und Fachärzte, Schwerpunkt „Nähe“
   an: **ressourcenmangel an der panke GmbH**, Berlin

6. **Erster PR-Kundengewinn für Golin Deutschland**
   wer: Schokoladenhersteller Hachez, Bremen
   was: Marken- und Produkt-PR
   an: **Golin Deutschland**, Hamburg

7. **Dreifacher Neukundengewinn für ad publica**
   a) Wein- und Spirituosenimporteur Eggers & Franke GmbH, Bremen
   was: Pressearbeit zu Filmevents für die Champagnermarke Piper-Heidsieck, vertriebsunterstützende B-to-B-Kommunikation
   b) Hautpflegemarke Beauté Pacifique, Hadsund (Dänemark)
   was: Pressearbeit für Fach- und Publikumsmedien, Blogger Relations
   c) GLI Business Solutions, Itzehoe
   was: Gestaltung und Programmierung der Corporate- und Produkt-Websites, Content-Erstellung
   an: **ad publica Public Relations GmbH**, Hamburg

Wie Whistleblower-Plattformen zum PR-Gau werden

Football Leaks ist ein wunderbares Beispiel für die neue Ära der Krisenkommunikation: Unbekannte veröffentlichen vertrauliche Verträge und Informationen aus dem Profi-Fußball und werden zur glaubwürdigen Quelle für recherchierende Journalisten. Dieses Strickmuster könnte Ihnen morgen auch begegnen.

Wie Sie sich dann wehren sollten, lesen Sie hier.

ORGANISATIONEN

DPRG-NRW lädt nach Düsseldorf ein: „Satire – Meinungsfreiheit oder Majestätsbeleidigung?“ →

Wieder ein interessantes Thema. Nachdem die Landesgruppe Nordrhein-Westfalen der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) im Dezember den Kölner Karneval besucht hat, steht nun ein Termin mit dem Düsseldorfer Karneval auf dem Programm. Unter dem dank Jan Böhmermann hoch aktuellen Motto „Satire – Meinungsfreiheit oder Majestätsbeleidigung?“ lädt die DPRG NRW zu einer Gesprächsrunde mit dem Düsseldorfer Bildhauer und Kommunikationsdesigner Jacques Tilly und der Besichtigung der Düsseldorfer Wagenbauhalle ein. Die Veranstaltung beginnt am 24. Mai um 18:00 Uhr in der Merowingerstraße 86 – 88, in Düsseldorf. Nach der Besichtigung der Wagenbauhalle sind Vortrag und Gesprächsrunde ab 19:15 Uhr vorgesehen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

BRANCHE

Territory: Gruner + Jahr formt neues Unternehmen für Content Communication →

Gruner + Jahr schickt ein neues Dickschiff auf große Fahrt. Der Hamburger Verlag Gruner + Jahr bündelt seine Kompetenzen im Bereich Content Communication und gründet mit dem neuen Unternehmen Territory nach eigenen Angaben

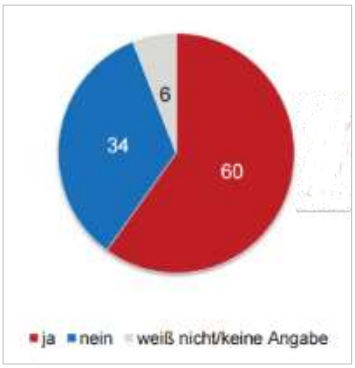
Europas größten Anbieter für inhaltsgetriebene Kommunikation. Durch den Zusammenschluss der Corporate-Content-Experten G+J Corporate Editors und Medienfabrik, dem Personalmarketing-Spezialisten Employour, einer der größten unabhängigen Mediaagenturen Deutschlands, CrossMarketing, sowie trnd, Europas führendem Anbieter für Collaborative Marketing, entsteht mit einem Umsatz von über 130 Millionen Euro und rund 850 Mitarbeitern der – so heißt es bei Gruner + Jahr – neue Marktführer in diesem Segment. Geführt wird Territory von CEO Soheil Dastyari (Foto l.), Stefan Postler (M.) und Sandra Harzer-Kux (r.).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Studie: Mehrheit der Deutschen glaubt nicht an die Unabhängigkeit der Medien →

Eine Mehrheit der Deutschen glaubt, dass die aktuelle Berichterstattung „der Medien“ einer Lenkung unterworfen ist. Als Handelnde im Hintergrund gelten insbesondere Politik (Regierung und Parteien) und

Wirtschaft (Lobbyismus und Druck von Werbekunden). Die „Zweifler“, aber auch junge Leute unter 30 Jahren und Ostdeutsche sind davon besonders überzeugt. Das ist das Ergebnis einer telefonischen Repräsentativbefragung von 1.000 deutschsprachigen Personen ab 18 Jahren in Deutschland, die das Institut TNS emnid, Bielefeld, vom 11. März bis zum 2. April 2016 im Auftrag des Bayerischen Rundfunks, München, durchgeführt hat. Der Mediendienst „dwdl.de“ berichtete bereits Anfang März darüber.



Demnach gehen 47 Prozent der Deutschen von Vorgaben für das öffentlich-rechtliche Fernsehen und vier von zehn Befragten für die Tageszeitungen und den öffentlich-rechtlichen Hörfunk aus.

Grafik: Nur ein Drittel der Befragten hält die Berichterstattung der deutschen Nachrichtenmedien für wirklich unabhängig. Die anderen glauben an eine Einflussnahme von Regierung, Wirtschaft und Parteien. (Angaben in Prozent.)

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

MEDIEN

Fachjournalisten und Fachmedien des Jahres ausgezeichnet →

Der Kongress tanzte – und tagte zuvor. Gemeint ist der Kongress der Deutschen Fachpresse, der am 10. Mai seine B-t-B-Media-Night ausrichtete und die Fachjournalisten und Fachmedien des Jahres 2016 kürte. Martin Schwarz (Foto: 2. v. l.),

Jelena Juric (3. v. r.) und Melanie Swiatloch sind die Fachjournalisten des Jahres. Ihnen wurde am 10. Mai für herausragende journalistische Leistungen der „Karl Theodor Vogel Preis der Deutschen Fachpresse – Fachjournalist des Jahres“ verliehen. Die Fachmedien wurden in neun Kategorien ausgezeichnet. Die Gewinner wurden bei der feierlichen Award-Verleihung mit mehr als 500 Gästen ausgezeichnet. Die Gewinner unter den Medien dürfen das Signet „Fachmedium des Jahres 2016“ führen und damit bei Lesern, Nutzern und Werbekunden für ihre Medienmarke werben. *(Foto (c): Markus Nass)*

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Landgericht Köln lehnt einstweilige Verfügung gegen Döpfner ab →

Das Landgericht Köln hat eine Einstweilige Verfügung gegen den Springer-Vorstandsvorsitzenden Mathias Döpfner (Foto) abgelehnt. Das Gericht hatte am 10. Mai den vom türkischen Präsidenten Recep

Tayyip Erdogan beantragten Erlass einer Einstweiligen Verfügung zurückgewiesen, weil in diesem Fall die freie Meinungsäußerung schwerer wiege als Erdogans Persönlichkeitsrecht. Der Deutsche Journalisten-Verband zeigt sich in einer Pressemitteilung zufrieden mit der ablehnenden Entscheidung des Landgerichts Köln. Streitpunkt war Döpfners Passage aus seinem offenen Brief für den Satiriker Jan Böhmermann, er schließe sich allen „Formulierungen und Schmähungen“ Böhmermanns inhaltlich voll und ganz an und mache sie sich in jeder juristischen Form zu Eigen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Medien compact (1) (19. KW-2016) →

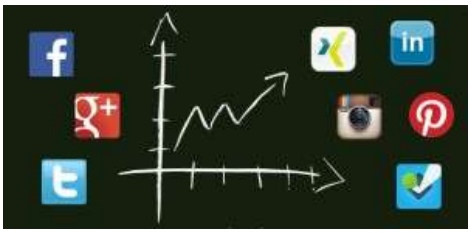
1. **Journalistenpreis „Punkt“ für Technikjournalismus:** Noch bis zum **23. Mai** können sich Journalistinnen und Journalisten sowie Autorenteams für den „Punkt – Preis für Technikjournalismus und Technikfotografie“ in den Sparten Tageszeitung und Magazin / Zeitschrift / Wochenzeitung bewerben. Wer die Jury mit einem hervorragenden Print- oder Onlineartikel überzeugt, wird von acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften, Berlin, mit einem Preisgeld in Höhe von **5.000 Euro** ausgezeichnet. Der Preis wird im Rahmen der acatech Festveranstaltung am **12. Oktober 2016 in Berlin** verliehen. Nähere Informationen zu den Ausschreibungsbedingungen finden sich auf der Website zum „Punkt“.

SOCIAL MEDIA

Studie: Berufliche Nutzung von Social Media steigt →

Soziale Medien durchdringen die Arbeitswelt immer stärker: Jeder dritte berufstätige Social Media-Nutzer

setzt inzwischen Web-2.0-Dienste bei seiner Arbeit ein. Damit ist die berufliche Nutzung von sozialen Medien gegenüber 2014 um fünf Prozentpunkte angestiegen. Das zeigt der online-repräsentative „Social Media-Atlas 2015/2016“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna. Während im privaten Bereich Youtube inzwischen Facebook als meistgenutzte Web-2.0-Anwendung abgelöst hat, steht in der Berufswelt das Freunde-Netzwerk weiterhin auf Platz eins. 14 Prozent aller Social Media-Nutzer in Deutschland setzen Facebook aktiv für ihre Arbeit ein, schreiben Beiträge und laden Bilder oder Videos hoch. Weitere 19 Prozent nutzen das Netzwerk zumindest passiv für ihren Job – sie steuern zwar keine eigenen Inhalte bei, beziehen aber Informationen über Facebook.



Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

AUTOREN-BEITRÄGE

Die Krise hinter der Krise: Was die Diskussion über die Rolle der Medien mit unserer Branche macht →

Von Miri Köbner (Foto)
Das Spannungsfeld ist bekannt: Unternehmen auf der einen Seite möchten in den Medien vorkommen, jedoch nicht in negativen oder streitbaren Kontexten. Journalisten auf der anderen Seite suchen nach interessanten Geschichten. Am liebsten mit einem Bruch, einem Rückschlag, einer unerwarteten Entwicklung. Auf dem Krisenkommunikationsgipfel in München wurde dieses Jahr häufig gesprochen über tendenziös und unsauber recherchierende Medienvertreter. Journalisten interessierten sich vor allem für dreckige Wäsche, hieß es immer wieder. Ist das tatsächlich so oder spiegelt sich in dieser zum Teil sehr emotional vorgetragenen Kritik das wachsende Misstrauen der Öffentlichkeit wieder? Die Journalistin und PR-Beraterin Miri Köbner, die für das „PR-Journal“ vom Krisenkommunikationsgipfel berichtet hat, setzt sich in diesem Autorenbeitrag kritisch mit diesem Reizklima auseinander.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

TERMINE

Termine compact (1) (19. KW-2016) →

1. **#ContentSlam – Lewis Communications lädt ein:** Eine Bühne, drei Sprecher. Jeder erzählt, was Content für seine Arbeit und Kommunikation bedeutet. Und damit es auch ein Slam ist, entscheidet das Publikum, wer an diesem Abend besonders gut war. Der nächste Slam der Agentur **Lewis Communications GmbH** findet nach Frankfurt und München nun in Düsseldorf statt.

Es geht los am **1. Juni um 17:30 Uhr im Düsseldorfer Lewis-Büro** in der Derendorfer Allee 33. Die Moderation übernimmt Lifestyle-Bloggerin Lisa Tihanyi (bekannt z.B. aus ARD Buffet oder KIKA). Weitere Informationen und die Möglichkeit, sich ein Ticket zu sichern, gibt es auf der eigens eingerichteten Website.

SEMINARE

Neuer Intensiv-Workshop der DAPR für angehende Führungskräfte →

Der Eine ist zu nett und zu konfliktscheu. Die Andere ist zu fordernd und geradezu auf Reibungen mit den Kollegen aus. Als Führungskraft den schmalen Grat genau dazwischen zu treffen, ist die alltägliche Herausforderung. Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) will in ihrem neuen Intensiv-Workshop nun das notwendige Handwerkszeug speziell für die Kommunikations-, PR- und Marketing-Branche vermitteln. Das praxisorientierte Angebot richtet sich an

Statistik 2015: 367.961 Visits; 809.584 PageImpressions; 11.209 Newsletter-Empfänger; 475 Stellenanzeigen

angehende und neue Führungskräfte aus Agenturen und Unternehmen sowie für erfahrene Führungskräfte, die ihre Kompetenzen reflektieren möchten. Es findet im Sommer jeweils für zwei Tage in Düsseldorf, 27. und 28. Juli, und Frankfurt am Main, 25. und 26. August, statt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

STUDIEN

Studie zur Kommunikation von Energiethemen: Informationen nach „Schema F“ sind nicht gefragt →

Die Pläne zu neuen Energieprojekten interessieren die Bürger vor Ort sehr – aber die Kommunikation darüber muss recht unterschiedlichen Erwartungen gerecht werden. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie des Fachgebiets für Kommunikationswissenschaft und Journalistik an der Universität Hohenheim. Sie haben Bürger in Baden-Württemberg zu ihren diesbezüglichen Vorstellungen befragt und vier verschiedene Erwartungstypen identifiziert: den anspruchsvollen Informationstyp, den aktiven Dialogtyp, den nutzenorientierten Gesprächstyp und den verschlossenen heimatverbundenen Typ. Die Gesamtergebnisse der Studie sind soeben als Buch erschienen. Für ihre Studie haben die Forscher in einem ersten Schritt zunächst 227 Bürger in ganz Baden-Württemberg nach ihren Erwartungen an die Kommunikation zu Energieprojekten befragt. „Die Teilnehmer wünschen sich eine neutrale, transparente und verständliche Kommunikation“, fasst Projektkoordinatorin Helena Stehle zusammen, „doch darüber hinaus klaffen die Erwartungen an das ‚Wie‘ der Kommunikation weit auseinander.“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

STAMM
IMPRESSUM

Studie: Gesamtmarkt für Fachinformationen hat 2016 Umsatzvolumen von 28,3 Milliarden Euro →

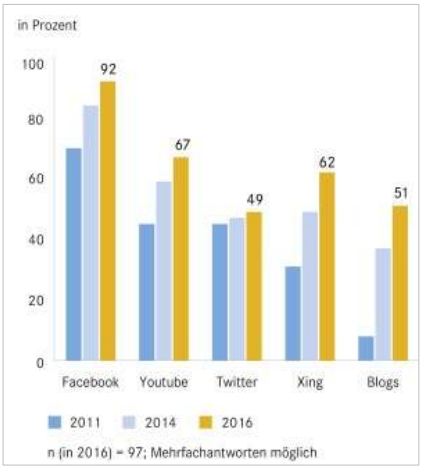
Der deutsche B-to-B-Markt ist in Bewegung und eröffnet neue Handlungsoptionen für seine Akteure. Fachmedienhäuser haben in den vergangenen Jahren bereits zahlreiche neue Tätigkeitsfelder besetzt und sind in allen vorhandenen Marktsegmenten aktiv. Das zeigt eine neue Marktstudie der Deutschen Fachpresse. Ein Kernergebnis: Das Umsatzvolumen des B-to-B-Medien- und Informationsmarktes beträgt 28,3 Milliarden Euro. Die Studie wurde von der Schickler Unternehmensberatung im Auftrag der Deutschen Fachpresse, Frankfurt am Main, durchgeführt. Die Studie erfasst erstmals den Gesamtmarkt aller Informations- und Kommunikationsangebote für berufliche Nutzer mit einem Umsatzvolumen in 2016 von 28,3 Milliarden Euro. Der Markt besteht aus sechs Marktsegmenten (siehe Grafik), die sich wiederum zu zwei großen Clustern, „Content-Lösungen“ und „Marketing-Lösungen“, mit fließenden Grenzen gruppieren.

Grafik: Der B-to-B-Medien- und Informationsmarkt im Überblick. © Deutsche Fachpresse / Schickler Unternehmensberatung.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Statistik 2015: 367.961 Visits; 809.584 PageImpressions; 11.209 Newsletter-Empfänger; 475 Stellenanzeigen

EHI-Studie PR im Handel 2016: Social Media verändert Kommunikations-strukturen →



Die Digitalisierung erfordert eine Anpassung der Öffentlichkeitsarbeit. Neue Meinungsmacher mischen die Medienlandschaft auf und die Rezeption von Information folgt anderen Regeln. Die PR-Profis des Handels stellen sich auf die Veränderungen ein, indem sie der Gesellschaft und den eigenen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen – nicht zuletzt in sozialen Netzwerken – auf Augenhöhe begegnen. In den Unternehmen führt insbesondere die Nutzung von sozialen Medien zu einer Abflachung der hierarchischen Kommunikationsstrukturen. „Social Media erobert nun auch die Herzen der Unternehmen, nämlich die internen Strukturen. Damit ist die One-Voice-Policy überholt“, sagt Ute Holtmann, PR-Expertin beim EHI Retail Institute, einem Forschungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner.

Die EHI-Grafik zeigt die Social Media-Kanäle, auf denen die meisten Handelsunternehmen unterwegs sind.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Studien compact (1) (19. KW-2016) →

1. **Leadership und Kommunikation wichtige Aufgaben in der Krise**: Leadership und Kommunikation sind mit die wichtigsten Aufgaben in der Krise. So sehen das laut einer **Studie von Roland Berger** vor allem die Restrukturierungschefs in Unternehmen. Speziell die Kommunikation von Chief Restructuring Officers (CRO) sollte offen sein. Laut Studie setzen 84 Prozent der CROs bei der Kommunikation mit internen Stakeholdern auf hohe Transparenz. 74 Prozent kommunizieren das Restrukturierungskonzept außerdem an externe Interessensgruppen. Außerdem hält jeder zweite Restrukturierungschef einen direktiven Führungsstil für sinnvoll. Wer mehr wissen möchte, findet die Studie zum kostenlosen Download auf der Website von Roland Berger.

PREISE UND AWARDS

Deutscher Image Award an ehemaligen Merck CEO Kley und dessen früheren Kommunikationschef →

Karl-Ludwig Kley (Foto r.), ehemaliger Vorsitzender der Geschäftsleitung von Merck, und Walter Huber (l.), ehemaliger Leiter Konzernkommunikation von Merck, in Frankfurt am Main, wurden am 12. Mai mit dem Deutschen Image Award 2016 ausgezeichnet. Der Preis

wurde zum 15. Mal vergeben, in den Vorjahren immer von der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) in Kombination mit dem F.A.Z.-Fachverlag und dessen Partner Prime Research. In diesem Jahr hatte sich die DPRG erstmals ausgeklinkt. Geehrt wird jedes Jahr der CEO mit dem besten internationalen Medienimage sowie sein Kommunikationschef, der für seine Positionierung verantwortlich ist. Zur Auswertung wurden erstens nationale sowie internationale Meinungsführermedien untersucht, das Ergebnis wird von einer Jury begutachtet, die dann die Sieger unter den Gesichtspunkten Ausgangslage, Herausforderung, Performance und Rahmenbedingungen auswählt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Sabre Award: Cohn & Wolfe ist „Best European Network to Work For“ →

Die internationale PR-Agentur Cohn & Wolfe wurde von „The Holmes Report“ als „Best European Network to Work For“ ausgezeichnet. Zur „Best continental consultancy to work for“ wurde die Münchner Agentur Schwartz Public Relations gekürt (wir berichteten). Basis für die Entscheidungen der Fachjury war eine Mitarbeiterbefragung, die in mehr als 50 Agenturen innerhalb der EMEA-Region stattfand. Die Preise werden im Rahmen der EMEA Sabre Awards am 25. Mai in Berlin verliehen. Bei ihrer Entscheidung überzeugte die Jury vor allem die kollegiale Arbeitsatmosphäre sowie die außergewöhnliche Unternehmenskultur bei Cohn & Wolfe. Diese würden nicht nur Kreativität fördern, sondern auch die Basis für exzellente Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern bilden.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Preise und Awards compact (1) (19. KW-2016) →

1. **Christliche Krankenhäuser loben 2. CKiD-PR-Preis aus:** Im Rahmen der Jahrestagung der Christlichen Krankenhäuser in Deutschland (CKiD) wird am **21. Juni in Berlin** zum zweiten Mal der CKiD.PR-Preis verliehen. Prämiert werden die besten Präsentation eines christlichen Krankenhauses in den Kategorien Print, Online, Hörfunk, Video. Zudem ist ein Sonderpreis „Veränderungskommunikation“ ausgeschrieben. Die Resonanz der Bewerber war mit über 30 Projekten groß. Neben Repräsentanten der beiden federführenden Verbände, dem Deutschen Evangelischen Krankenhausverband (DEKV) und dem Katholischen Krankenhausverband Deutschlands, ist auch Thomas Zimmerling aus dem Bundesvorstand der DPRG in der Jury. Die Nominierten sind auf der CKiD-Website aufgeführt.

Statistik 2015: 367.961 Visits; 809.584 PageImpressions; 11.209 Newsletter-Empfänger; 475 Stellenanzeigen

TIPPS

Kommunikationskosten griffbereit: neuer Etat-Kalkulator 2015 erschienen →

Der neue und überarbeitete Etat-Kalkulator® 2016 des Freiburger Verlages creativ collection ist erschienen. Auf die Frage nach Honoraren und Kosten in den Bereichen Werbung, PR, Marketing und Produktion gibt er für den deutschen und österreichischen Markt zuverlässig Antwort. Den Etat-Kalkulator gibt es seit über 30 Jahren. Seither liefert er für die Kommunikationsbranche klare, realistische und marktgerechte Zahlen. Das bringt Kostentransparenz für Konzepte und Ideen. Den Etat-Kalkulator gibt es in drei Produktvarianten: als Kombination aus Print und Online-Produkt, als reines Print-Objekt oder ausschließlich als Online-Anwendung.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

GPRA IM DIALOG

Weber Shandwick-CEO Christiane Schulz plädiert für Traineeship: Mehrwert nur durch Erfahrung →

Für die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) sind Nachwuchsförderung und die gezielte Verbesserung des Images von Kommunikationsagenturen gegenüber Studierenden wichtige Ziele der Verbandsarbeit. Mehrfach hat der Verband betont, dass Agenturen ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern und künftig stärker im Sinne eines Employer Brandings am Markt agieren wollen. Eine konkrete Maßnahme setzt die GPRA in 2016 in Kooperation mit dem „PR-Journal“ um. Monatlich stellt sich ein Agenturchef der GPRA den Fragen von Studierenden, die sich in den Initiativen in Hannover (PRSH), Leipzig (LPRS), Mainz (kommoguntia) und Münster (campus relations) engagieren. Die haben damit die Gelegenheit, alle Fragen über das Agenturgeschäft zu stellen, die sie für relevant halten. In der fünften Folge stellte sich Christiane Schulz (Foto), CEO von Weber Shandwick, den Fragen von Inga-Marit Nölle (Foto unten in der Mitte) und Wulf Schiemann (r.), beide kommoguntia e.V.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Statistik 2015: 367.961 Visits; 809.584 PageImpressions; 11.209 Newsletter-Empfänger; 475 Stellenanzeigen

JOBANGEBOTE

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

Gesuche (9)

Die 9 aktuellen Gesuche finden Sie **hier**

Angebote (59)

Stellenangebote der Agenturen

- PR-Assistenten (m/w) / PR-Junior-Berater (m/w) für Digital-Lifestyle-Team, Hamburg
- Senior press officer (External Communications), München
- Community Manager (m/w), Mannheim
- Senior Account Manager (m/w) Kommunikationsberatung, Hamburg
- (Junior) Berater Marken-PR (m/w), Hamburg
- 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), 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

Stellenangebote der Unternehmen

- Manager Employee Communications & Employer Branding (m/f), Basel
- Content Manager & Redakteur Cloud Computing (w/m), Köln
- Senior PR Referent (w/m), Kassel
- Junior Manager Konzernkommunikation (m/w) Schwerpunkt Online Kommunikation und interne Medien, Hamburg
- PR-Assistenz (m/w) für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und/oder Unternehmenskommunikation, Hamburg

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

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

Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie **hier**

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie **hier**

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 16 Mai 2016 um 14:30 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.577 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 26,0 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.396 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.

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.*