

NEWSLETTER 520

23. KW 2016

++ Sabine Clausecker neue Schatzmeisterin der DPRG ++
++ Studie: Wie Dax-Unternehmen die öffentliche Meinung beeinflussen++
++ Serie Neugeschäft: Ansprache funktioniert nur auf Augenhöhe++

TOP MELDUNGEN

SWR-Journalistin Andrea Bähler wird neue Sprecherin von Ministerpräsidentin Malu Dreyer →



Noch eine bekannte Journalistin, die in die Politik wechselt: Andrea Bähler (Foto © privat), zuletzt Leiterin des SWR-Politmagazin

„Zur Sache Rheinland-Pfalz!“, wird ab dem 1. Juli neue Regierungssprecherin in Rheinland-Pfalz. Sie wird Nachfolgerin von Monika Fuhr, die seit sechs Jahren diesen Job inne hatte. Sie wird künftig in der Landesvertretung Rheinland-Pfalz in Berlin tätig sein, wo sie bereits parallel zu ihrer Aufgabe als Regierungssprecherin die Abteilung für Bundesangelegenheiten leitet. Die Ministerpräsidentin von Rheinland-Pfalz, Malu Dreyer, sagte über ihre künftige Sprecherin: „Mit Andrea Bähler übernimmt eine erfahrene Journalistin und eine hervorragende Kennerin unseres Landes die wichtige Aufgabe der Regierungssprecherin. Sie ist geübt, mit kritischem Blick auf Entwicklungen und Stimmungen zu schauen und sie aufzunehmen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Edelman Trust Barometer 2016: Vertrauen in Finanzdienstleister bleibt erschreckend niedrig →



Das Vertrauen der Deutschen in die hiesige Finanzbranche ist auch fast zehn Jahre nach der

Finanzkrise noch stark angeschlagen: Nur ein Drittel (32 Prozent) der im Rahmen des Edelman Trust Barometers 2016 Befragten in Deutschland hält den Finanzsektor für vertrauenswürdig. Ebenfalls nur jeder Dritte (32 Prozent) glaubt, dass Vorstände und Geschäftsführer von Banken und anderen Finanzunternehmen in Deutschland ihrer Aufgabe gerecht würden. Im internationalen Vergleich ist die deutsche Finanzbranche damit das Schlusslicht unter den insgesamt untersuchten 28 Ländern. In Großbritannien vertrauen immerhin 41 Prozent der Befragten dem Finanzsektor, in den USA etwa die Hälfte der Befragten. Auch im innerdeutschen Branchenvergleich bleiben Banken, Sparkassen und andere Finanzdienstleister die am wenigsten vertrauenswürdigen Unternehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 520. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 35 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1
SWR-Journalistin Andrea Bähler wird neue Sprecherin von Ministerpräsidentin Malu Dreyer →	1
Edelman Trust Barometer 2016: Vertrauen in Finanzdienstleister bleibt erschreckend niedrig →	1
Clausecker neue Schatzmeisterin der DPRG →	3
Personalien	3
Neue Führung bei den Berliner Hirschen →	3
Elmsheuser wechselt von Microsoft Deutschland zu Canon →	3
Ehrung für Moritz Hunzinger: „Verdienste um Europa“ →	4
Bender wird bei Amazon neuer Director Public Policy →	4
Personalien compact - Unternehmern (3) (23. KW-2016) →	5
Personalien compact - Sonstige (2) (23. KW-2016) → ..	5
Personalien compact - Agenturen (4) (23. KW-2016) →	6
Etats	7
Etats compact (19) (23. KW-2016) →	7
Agenturen	9
komm.passion-Dossier 04/2016 – Game Changer: Social Media Analytics →	9
Netzwerk Allison + Partner übernimmt deutsche Agentur Higher Ground Communications → ..	9
Edelman geht mit neuem Tool an den Markt: Lokale Insights für globale Kampagnen →	10
Agenturen compact (5) (23. KW-2016) →	10
Unternehmen	12
Studie: Wie DAX-Unternehmen die öffentliche Meinung beeinflussen →	12
Branche	12
Microsoft plant die Übernahme von LinkedIn →	12
Pitchblog kritisiert Ausschreibungsbedingungen der Hermes Fulfilment GmbH →	12
Medien	13
Helmut Schmidt Journalistenpreis zum 20. Mal ausgeschrieben →	13
Ines Pohl wird neue Chefredakteurin der Deutschen Welle →	13
CSR + Reputation	13
Sustainability Image Score 2016: Verbraucher bestrafen Verfehlungen →	13

Social Media	14
Umfrage zu Social Media in der B-to-B Kommunikation →	14
Studie: E-Mail ist für alte Leute... →	14
Autoren-Beiträge	14
Wikipedia: Wie gelingt ein Artikel in der Online-Enzyklopädie? →	14
Neugeschäft: Ansprache funktioniert nur auf Augenhöhe →	15
Termine	15
Kommunikationskongress 2016: Das Programm wächst →	15
Seminare	16
Seminare compact (2) (23. KW-2016) →	16
Studien	16
PwC-Studie: Medienindustrie hängt bald zu 50 Prozent an digitalen Erlösen →	16
Lesehinweise	16
Lesehinweis: „Einstieg bei Kuka – Chinas PR-Desaster“ →	16
Preise und Awards	17
Deutscher Preis für Onlinekommunikation: Preisträger in 34 Kategorien ausgezeichnet →	17
GWA HealthCare Award 2016: Sechs Gewinner wurden ausgezeichnet →	17
Tipps	18
Die All-in-one-Toolbox zur Kommunikation →	18
Jobangebote	18
Gesuche (5)	18
Angebote (44)	18
Volontariat/Trainee	19
Praktikum	19
Impressum	20

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

Clausecker neue Schatzmeisterin der DPRG →



Nun ist es offiziell: Bei der Mitgliederversammlung der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) am 9. Juni in Gelsenkirchen wurde Sabine Clausecker

(Foto) einstimmig (ohne Gegenstimmen und bei einer Enthaltung) zur neuen Schatzmeisterin des Berufsverbandes der deutschen PR-Leute gewählt. Sie tritt die Nachfolge von Gerhard Vilsmeier an, der am 22. April nach langjähriger Amtszeit aus dem Vorstand der DPRG zurückgetreten ist. Clausecker ist Mitinhaberin und Geschäftsführerin der Berliner Kommunikationsagentur CB.e Clausecker | Bingel AG. Wie im Vorfeld berichtet ist Clausecker seit fast drei Jahren stellvertretende Vorsitzende der Landesgruppe Berlin-Brandenburg der DPRG. Sie wurde von DPRG-Präsident Norbert Minwegen als Schatzmeisterin vorgeschlagen. Gegenüber dem „PR-Journal“ sagte sie zu den Zielen, die sie mit ihrer Arbeit für die DPRG verfolgt: „Wir möchten durch Kooperationen die Einnahmesituation der DPRG verbessern, um größere Handlungsspielräume für unsere Landesgruppen zu erarbeiten und die Angebote des Verbandes an seine Mitglieder weiterzuentwickeln.“

PERSONALIEN

Neue Führung bei den Berliner Hirschen →



Die Agentur Zum goldenen Hirschen Berlin

stellt sich mit neuer Führung und neuen Strukturen interdisziplinär auf. Felix Franz Vogler (36), Reinhard Buschmann (37) und Alexander Lang (36, auf dem Foto v. l. n. r.) – ein Führungstrio aus Werbung, strategischer Kommunikationsberatung und Public



Relations - verantwortet gemeinsam mit Geschäftsführer Hans Langguth (50, Foto r.) die Arbeiten der Berliner Hirschen. „Mit der neuen Geschäftsleitung werden wir noch integrierter und flexibler. Klassische Beratung, Kreation, Content und strategische Kommunikationsberatung vereinen wir zukünftig noch mehr, um näher am Kunden sein zu können und konventionelle wie digitale Kanäle zu bespielen“, sagt Hans Langguth. Der ehemalige stellvertretende Regierungssprecher ist seit fast zehn Jahren Geschäftsführer bei Zum goldenen Hirschen Berlin und seit 2008 auch Partner und Mitgesellschafter der Hirschen Group.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Elmsheuser wechselt von Microsoft Deutschland zu Canon →



Heiko Elmsheuser (47, Foto), bisher Leiter Unternehmenskommunikation bei Microsoft Deutschland ist seit dem 1. Juni neuer Direktor Corporate und Marketing Communications von

Canon Deutschland. In der neu geschaffenen Position zeichnet er für die gesamte kommunikative Ausrichtung des Unternehmens verantwortlich. Elmsheuser berichtet an Massimo Macarti, Senior Vice President Corporate & Marketing Communications EMEA sowie an Rainer Führes, Geschäftsführer der Canon Deutschland GmbH. Elmsheuser war seit 2003 bei Microsoft, zunächst als Pressesprecher für alle Partner, Mittelstands- und Großkonzern-relevanten Themen sowie für die ERP- und CRM-Produktlinien. 2008 übernahm er die Leitung der Produktkommunikation – und verantwortete dort unter anderem die Launches von Windows 7 und Office 2010 - bevor er 2011 zum Leiter Unternehmenskommunikation aufstieg.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ehrung für Moritz Hunzinger: „Verdienste um Europa“ →



Für seine Verdienste um Europa wird Moritz Hunzinger (Foto), CEO des Mobile-Payment-Anbieters Cashcloud AG, Luxemburg, die Medaille „Mérite Européen“ der Foundation du Mérite Européen (Luxemburg) verliehen.

Jacques Santer, Verwaltungsratspräsident der Stiftung sowie ehemaliger Präsident der Europäischen Kommission und Premierminister Luxemburgs, informierte Hunzinger über die bevorstehende Ehrung. Hunzinger sieht sich als „Europäer aus Überzeugung“, wie es in einer Pressemitteilung seines Unternehmens heißt. Hunzinger, der auch Träger des Bundesverdienstkreuzes ist, beriet die Europäische Kommission jahrelang in Fragen der Zusammenarbeit mit den Ländern Ost- und Mitteleuropas - damals zugeordnet dem Kabinett von EU-Vizepräsident Martin Bangemann. Seit 2003 ist Hunzinger Aufsichtsrat und Beiratsvorsitzender der ukrainischen Parfümeriekette Brocard. Zudem hat er eine langjährige Professur für



PR und Kommunikation an der Pädagogischen Nationaluniversität Dragomanov in Kiew inne.

Bender wird bei Amazon neuer Director Public Policy →



Nachdem zum Jahresende 2015 bekannt wurde ([wir berichteten](#)), dass Gunnar Bender (45, Foto) das Unternehmen Arvato verlässt, ist jetzt klar, wo er anheuert: Bender geht zu Amazon. Dort wird er zum 1. Juli neuer Director Public Policy in Deutschland, Österreich und der Schweiz und berichtet an Dirk Delmartino, Head of Public Affairs Europe. Bender verließ das Dienstleistungsunternehmen Arvato Ende 2015 auf eigenen Wunsch, um sich damit seiner Entmachtung zu entziehen. Denn zum Jahresbeginn 2016 sollte die Bertelsmann-Unternehmenskommunikation die Corporate-Kommunikation für die Dienstleistungstochter Arvato übernehmen. Die Integration der Arvato-Kommunikationsaufgaben in die

entsprechende Bertelsmann-Abteilung im Gütersloher Corporate Center des internationalen Medien-, Dienstleistungs- und Bildungskonzerns war seit Juli 2015 beschlossene Sache. Leiterin der personell erweiterten Abteilung blieb Karin Schlautmann, gleichzeitig Mitglied im Group Management Committee (GMC) von Bertelsmann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Unternehmern (3) (23. KW-2016) →

1. **Weber neuer Leiter Interne Kommunikation bei Opel: Ulrich Weber** (58) hat im Kommunikationsteam von Opel eine neue Aufgabe übernommen. Seit Anfang April ist er als Group Manager für die interne Kommunikation beim Automobilhersteller Adam Opel in Rüsselsheim zuständig. Vorgänger **David Hamprecht** betreut jetzt die die Produkt- und Markenkommunikation. Weber war vor seinem Wechsel auf die neue Position Manager Global Corporate Communications. Bei Opel ist er bereits seit 2003 tätig. In seiner neuen Position berichtet er an **Harald Hamprecht**, General Director Communications.
2. **Bayern Invest mit neuem Kommunikationschef: Thomas Bundschuh** (48) leitet seit Mitte April die Unternehmenskommunikation beim Asset Manager Bayern Invest in München. In der neu geschaffenen Position ist er für die externe und interne Kommunikation zuständig. Bundschuh arbeitete zuvor für die Münchner Bank, wo er zuletzt Abteilungsleiter Unternehmenskommunikation war. Bei seinem neuen Arbeitgeber berichtet er an den Sprecher der Geschäftsführung **Volker van Rühl**.
3. **Jöllenneck hat neuen Leiter Unternehmenskommunikation: Steffen Soltau** (30) hat zum 1. Juni die Leitung der Unternehmenskommunikation



tion bei Jöllenneck, einem Anbieter von Computer- und Videospieldzubehör mit Sitz in Weertzen übernommen. In der neu geschaffenen Position ist er für die Eigenmarke „Speedlink“ zuständig. Er ist bereits seit 2013 im Unternehmen und war zuvor als PR-Manager tätig. Soltau berichtet an den Director Marketing **Michael Jadischke**.

Personalien compact - Sonstige (2) (23. KW-2016) →

1. **GeWINO stärkt seine Öffentlichkeitsarbeit: Sven-David Müller** (46) ist als Online-Redakteur und PR-Manager bereits seit dem 1. Dezember 2015 beim Gesundheitswissenschaftlichen Institut Nordost (GeWINO) der AOK Nordost – Die Gesundheitskasse angestellt. Die AOK Nordost gab diese Personalie erst jetzt bekannt. Vor seinem Wechsel war Müller Chefredakteur Medizin und Leiter Unternehmenskommunikation bei der

Kommunikationsagentur Cocomore AG in Frankfurt am Main. Das im Jahr 2014 von der AOK Nordost gegründete Institut widmet sich vorrangig der Analyse und Evaluation der Gesundheitsversorgung der nordostdeutschen Bundesländer Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern.

2. **Bertelsmann Stiftung verpflichtet Wissen als Presseschefin: Katrin Wißen** (35) wird ab dem 1. Juli neue Presseschefin bei der Bertelsmann Stiftung in Gütersloh. Sie wird Nachfolgerin von **André Zimmermann**. Wißen kommt von Postcon, wo sie seit 2009 als Director Public Affairs tätig war. Bei der Bertelsmann Stiftung wird sie an **Klaus-Henning Groth**, Senior Vice President Strategische Kommunikation, berichten.

Personalien compact - Agenturen (4) (23. KW-2016) →

1. **Kielbassa heuert bei Hill+Knowlton an: Philipp Kielbassa** (32) startete zum 1. Juni als Account Manager im Financial & Professional Services-Team von Hill+Knowlton Strategies. Er wird vom Standort Frankfurt am Main aus vornehmlich Banken, Asset Manager, Fintechs sowie Kanzleien und Wirtschaftsprüfer beraten. Kielbassa kommt von der Deutschen Fernsehlotterie, wo er als Leiter Kommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig war. Agentur- und Finanzerfahrung sammelte er zuvor als PR-Manager für das InsurTech-Startup Knip sowie als Consultant in einer Unternehmensberatung für strategische Kommunikation. Kielbassa berichtet bei H+K an **Patrick Racky**, Head of Financial & Professional Services.
2. **Franziska Müller neue Beraterin bei Schwartz PR: Franziska Müller** ist seit Anfang Juni neue Mitarbeiterin im Beraterteam der Münchner PR-Agentur Schwartz Public Relations. Eingesetzt



wird sie vor allem als PR-Beraterin für E-Commerce Kunden. Nach ihrem Studium der Soziologie mit dem Nebenfach Kommunikationswissenschaften sammelte sie ihre ersten Erfahrungen bei der PR-Agentur häberlein&mauerer im Bereich Architektur und Design. Dort verantwortete sie zuletzt den Etat von Zumtobel. Anschließend wechselte sie zu hicklvesting PR, wo sie unter anderem Kunden wie Pedrali, Christian Fischbacher und House of Tai Ping betreute.

3. **Neue Digital-Chefin bei CB.e: Oxana Zeitler** kehrt nach drei Jahren zur Kommunikationsagentur CB.e zurück und wird dort Digital-Chefin. Seit Juni leitet sie gemeinsam mit **Florian Bemm** den Digital-Bereich der Berliner Agentur. Sie kommt von der Agentur east end communication, für die sie seit 2013 den Berliner Standort aufgebaut hat. Zuvor war Zeitler in mehreren Agenturen in leitender Funktion tätig und hat verschiedene Markenkunden bei der integrierten Kommunikation unterstützt. Bei CB.e. hatte sie unter anderem das Business Development und das Thema Digitalisierung vorangetrieben.
4. **pioneer communications verstärkt Kreativ-Unit: Ellen Nettbohl** (35) ist neue Mitarbeiterin in der Kreativ-Unit der Leipziger Kommunikationsagentur pioneer communications. Die Schwerpunktthemen von Nettbohl sind Markenbildung und Corporate Branding. Nettbohl ist kunden- und standortübergreifend für die drei Units der Agentur mit Büros in Leipzig und Berlin tätig. Sie

wird im Team um Art Director **Thomas Rossa** tätig sein. Zuletzt war Nettbohl bei der Markenrat Agenturgruppe Leipzig als Kommunikationsdesignerin und Art Director tätig. Zu den weiteren Stationen ihrer Laufbahn zählen die Strategieberatung kocmoc.net sowie die Berliner Agentur Grüner und Deutscher.

ETATS

Etats compact (19) (23. KW-2016) →

1. **u+i interact wirbt für Studium in Niedersachsen**
 wer: Koordinierungsstelle für die Studieninformation und -beratung Studieren in Niedersachsen, Hannover
 was: Neuer Markenauftritt und integrierte Kommunikation
 an: **Kommunikationsagentur u+i interact**, Bielefeld
2. **The Skills Group kommuniziert für FairPlane**
 wer: Rechtsdienstleister und Verbraucherschutzplattform FairPlane Passenger Service GmbH, Wiesbaden
 was: Presse- sowie Aufklärungs- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und Österreich
 an: **The Skills Group**, Wien
3. **häberlein & mauerer für Kiko Milano**
 wer: Kosmetikmarke Kiko Milano (KIKO Germany GmbH, Berlin)
 was: B-to-C-PR in Deutschland inkl. Pressearbeit, Events, Blogger und Influencer Relations
 an: **haeberlein & mauerer ag**, München
4. **Adam elements beauftragt united communications**
 wer: Adam Elements Co., Ltd., Taipei City (Taiwan)
 was: Europaweite PR-Kampagne zur Einführung

Vordenker in der Social-Media-Strategie küren und iPhone 6 gewinnen

Die große Mehrheit der Unternehmen ist in den sozialen Medien aktiv. Allerdings nur wenige mit einer ausgereiften Social-Media-Strategie. Welche Kommunikatoren sind Vordenker in der Social-Media-Strategie und liefern ein gutes Praxisbeispiel, an dem andere lernen können? 2.000 Pressesprecherinnen und Pressesprecher wurden bereits befragt, wen sie für diese Auszeichnung nominieren.

Nun sind Sie dran: Stimmen Sie hier darüber ab, welche Nominierten aus Ihrer Sicht ausgezeichnet werden sollen. Unter allen Teilnehmern wird ein iPhone 6 verlost. Im Herbst 2016 werden die Vordenker in der Social-Media-Strategie gekürt und in einem Sonderdruck in Kooperation mit dem Harvard Business Manager publiziert.



- der Gesundheitsmanagement-App GoHealthy
 an: **united communications GmbH**, Berlin
5. **Angelika Hermann-Meier PR gewinnt AccorHotels Germany GmbH**
 wer: AccorHotels Germany GmbH, München
 was: Pressearbeit für Deutschland in den Segmenten Economy und Midscale für die Marken ibis, ibis Styles, ibis Budget, Mercure und Novotel
 an: **Angelika Hermann-Meier PR**, Diessen am Ammersee
6. **Dt. Historisches Museum startet Imagekampagne mit Serviceplan**
 wer: Deutsches Historisches Museum, Berlin
 was: Imagekampagne „Deutschland von allen

Zeiten“

an: **Serviceplan Berlin**

7. **pro event bleibt bis 2020 Rahmenvertragspartner der DB**

wer: Deutschen Bahn Konzernmarketing, Berlin
was: Rahmenvertragspartner für Live-Kommunikation

an: **pro event live-communication GmbH**, Heidelberg

8. **Havas beebop gewinnt Sioo Wood Protection als Neukunden**

wer: Sioo Wood Protection, Hersteller von Holzprägnierungen, Göteburg (Schweden)

was: Aufsetzen eines Social Content Hub und Bespielen der Social Media-Kanäle

an: **Havas beebop**, Hamburg

9. **w&p kommuniziert für US-Suchmaschine Tripping.com**

wer: Tripping.com, Suchmaschine für Ferienunterkünfte und kurzfristige Vermietungen, San Francisco

was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit samt Online-PR und Influencer Marketing in der Region DACH zum Markteintritt

an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München

10. **Hartzkom kommuniziert für HTB Gruppe**

wer: Sachwertinvestment-Anbieter HTB Gruppe, Bremen

was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Finanzkommunikation

an: **Hartzkom GmbH – Agentur für Strategische Kommunikation**, München

11. **Vitamin E entwickelt Konzept für das Ostseeheilbad Zingst**

wer: Ostseeheilbad Zingst und Fotografiespezialist Olympus Deutschland GmbH, Hamburg

was: Positionierung von Zingst als Fotografie-Standort

an: **Vitamin E**, Hamburg und Nürnberg

Wie
läuft's?

Leistungsdiagnose
mit Lautenbach Sass.

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

12. **YJOO betreibt Content Marketing für Coop**

wer: Coop Genossenschaft, Basel

was: Relaunch und redaktionelle Umsetzung des „Family Magazin“

an: **YJOO Communications AG**, Zürich

13. **BenQ Gruppe startet mit ITMS E-Bike Marke**

wer: Consumer Electronic-Unternehmen BenQ Gruppe, Taipeh (Taiwan)

was: Kommunikation für die Einführung der neuen E-Bike-Marke BESV

an: **ITMS Marketing GmbH**, Bad Nauheim

14. **Weiterer Kunde aus Österreich für Angelika Hermann-Meier PR**

wer: Niederösterreich-Werbung GmbH, St. Pölten

was: Pressearbeit in Deutschland

an: **Angelika Hermann-Meier PR**, Diessen am Ammersee

15. **Klauke-PR gewinnt vier neue Kunden**

a) Circle8 Event GmbH, Groß-Gerau

was: Kommunikation und Event-PR für Dinner-show „Das Leben ist schön“

b) Shooter Promotions GmbH, Frankfurt am Main

was: Kommunikation und Event-PR für Tournee

- „25 Jahre Schwanensee“ des Staatlichen Russischen Balletts Moskau
- c) Art.Emis Entertainment GmbH, Potsdam
was: Kommunikation und Event-PR für Marching-Bands-Showevent „Deutschland Military Tattoo“
- d) Concertbüro Oliver Forster (COFO), Passau
was: Kommunikation für „FALCO – Das Musical“
an: **Klauke-PR**, Mülheim am Main

16. Flutlicht kommuniziert für chinesischen Hardwareanbieter

wer: Anbieter von Embedded Systems, Server und Mini-PC Systemen Giada, Shenzhen (China)
was: Kommunikationsarbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz
an: **Flutlicht GmbH** - Agentur für Kommunikation, Nürnberg

AGENTUREN

komm.passion-Dossier 04/2016 – Game Changer: Social Media Analytics →

Social Media Analytics
Facebook-Daten und -Likes werden erhoben (1) und durch einen Algorithmus ausgewertet (2). Es entsteht das soziale Genom (3), aus dem sich differenzierte Zielgruppen (Personas) ableiten lassen (4).

Quelle: kommunikation GmbH, © 2016

Wer ist der Kunde? Wie lebt die Zielgruppe? Die Zeiten, in denen aufwändige Befragungen, qualitative Marktforschung und langwierige

Kaufanalysen nötig waren, um diese Fragen zu beantworten, sind vorbei. In sozialen Netzwerken liefern die Nutzer die Antworten quasi selbst und in Echtzeit. Wer dort das soziale Genom entschlüsselt, erhält treffsicher eine komplexe Zielgruppenanalyse. Und noch mehr: Zeitgemäße Online-Marktforschung bringt Lebenswelten ans Licht, die altes Schubladen-Denken sprengen. Das Ganze dazu auch noch schneller



und günstiger als konventionelle Marktforschung. Das Analyseverfahren soziales Genom ermöglicht folglich ein umfassendes Lebenswelt-Verständnis. Ein Verständnis der Zielgruppe, das hilft, strategische Entscheidungen sicher zu treffen. Lesen Sie [hier bei komm.passion](#) das neue Dossier.

Netzwerk Allison + Partner übernimmt deutsche Agentur Higher Ground Communications →



Die internationale Kommunikationsberatung Allison+Partners mit Hauptsitz in San Francisco treibt

ihre Expansionspläne in Europa weiter voran und übernimmt ab sofort die in München und Berlin ansässige PR-Agentur Higher Ground Communications. Die Higher Ground Geschäftsführerinnen und Gründerinnen Martina Müller (Foto l.) und Vivian Dadamio

(r.) gehen als Senior Vice Presidents bei Allison+Partners an Bord und verantworten die neuen Büros in Berlin und München. Sie berichten an Matthew Della Croce, Präsident für Europa und Leiter der weltweiten Corporate Practice bei Allison+Partners. Higher Ground Communications wurde im Jahr 2010 gegründet und ist eine Kommunikations- und Marketing-Agentur, die sich auf die Beratung von Technologiekunden aus den Bereichen Business-to-Business und Business-to-Consumer spezialisiert hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Edelman geht mit neuem Tool an den Markt: Lokale Insights für globale Kampagnen →



Edelman macht sich seine langjährige Erfahrung auf internatio-

nalem Parkett zunutze und bietet den aktuellen oder künftigen Kunden einen zusätzlichen Beratungsservice. Mit Hilfe von „Edelman Edge“ sollen globale Kampagnen so detailliert geplant werden können, dass sie in den Zielländern wirken. Das neue Tool, das Edelman am 7. Juni vorgestellt hat, bietet umfassende und systematisch geordnete Analysen der Kommunikationsumfelder in 35 Ländern der Welt – aber natürlich auch erste Anknüpfungspunkte für Gespräche mit international agierenden Unternehmen und Verbänden. Über Edelman.ergo, Berlin, ist es auch in Deutschland verfügbar. Ulrich Helzer, Senior Partner und Leiter des Corporate-Affairs-Geschäfts bei Edelman.ergo erklärt dazu gegenüber dem „PR-Journal“: „Im Kern geht es darum für Unternehmen oder Verbände ein solides Grundverständnis zu schaffen, wie Meinungsbildung in den Zielmärkten funktio-



niert. Das Edge-Modell analysiert 25 politische, ökonomische, soziale und kulturelle Faktoren, die die Kommunikationsumgebungen in den Märkten bestimmen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (5) (23. KW-2016) →

1. **Agentur Hardenberg Consultum GmbH meldet Insolvenz an:** Die Berliner Agentur Hardenberg Consultum GmbH, ein Zusammenschluss von Consultum Communications GmbH & Co KG und Hardenberg Concept GmbH, hat Insolvenz angemeldet. Das geht aus einer Meldung hervor, die „kress.de“ am 10. Juni veröffentlicht hat. Demnach muss Isa Gräfin von Hardenberg, die bis Ende 2015 selbst noch Anteile an der Gesellschaft hatte, um ihr Lebenswerk bangen. Das Amtsgericht Berlin-Charlottenburg hatte auf Antrag des Geschäftsführenden Gesellschafters Hans-Erich Bilges das **Insolvenzverfahren** am

17. Mai eröffnet. Zum vorläufigen Insolvenzverwalter wurde der Berliner Rechtsanwalt Christoph Schulte-Kaubrügger bestellt.

2. **Relaunch für den Auftritt im World Wide Web:** w&p Wilde & Partner Public Relations ist mit einer [neuen Version seines Internetauftritts](#) online. Die Kommunikationsagentur mit Sitz in München präsentiert sich in neuem Design und hat ihre neue Homepage - neben verschiedenen anderen Features - insbesondere auch auf die Bedürfnisse der mobilen Nutzung entwickeln lassen. Mit der ersten Version ihrer Homepage ging die heute 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählende PR-Agentur bereits im April 1997 online. Sie gehört zum Kreis der 50 größten PR-Agenturen des Landes. Sie ist spezialisiert auf die Segmente Travel & Tourism, Transport & Logistics, Hospitality Industrie, Spa & Lifestyle und Freizeitparks.
3. **Aus ja|werbetexte wird Fleetmark + Weissen-see:** Die bislang als ja | werbetexte firmierende Textagentur aus Bremen hat sich nach 16 Jahren in Fleetmark + Weissensee umbenannt. Auch die Berliner Schwesterfirma ja | wirtschaftskommunikation geht in der neuen Agentur auf, sodass die neue Textagentur künftig werbliche und nicht-werbliche Kommunikation von ihren beiden Standorten in Bremen und Berlin aus liefert. Spezielles Merkmal von **Fleetmark + Weissensee:** Die Geschäftsführer Friedwart Maria Rudel, Bremen, und Walter Delabar, Berlin, nehmen für sich in Anspruch, besonders faire Arbeitsverhältnisse zu praktizieren. Unter dem Label: „**Texter aus artgerechter Haltung**“ setzt sich die Agentur für gute Arbeitsbedingungen ein.
4. **Kölner Counterpart Group feiert 25-jähriges Jubiläum:** Seit 25 Jahren steht die inhabergeführte Counterpart Group für kreative Markenkommunikation und ist aus Köln nicht mehr wegzudenken. Als Sparringspartner für Kunden wie Provinzial, Früh Kölsch, die AWB oder NetCologne bietet die Agenturgruppe einen Full-Service



aus den Kommunikationsdisziplinen Brands, Digital, Content und PR. Im Jubiläumsjahr liegt der Fokus auf dem weiteren Ausbau des digitalen Geschäfts. Ein echter Merkmasten in Köln und Umgebung: Mit ihrer **Plakatwerbung für Früh Kölsch** prägt die Counterpart Group, die derzeit rund 40 Mitarbeiter beschäftigt, schon seit vielen Jahren das Kölner Stadtbild.

5. **Dr. Haffa & Partner zieht es in die Münchner City:** Die Kommunikationsagentur Dr. Haffa & Partner hat den Firmensitz ins Zentrum von München verlegt, die neue Adresse lautet seit Anfang Mai: Karlstraße 42 in München. Die neuen Räumlichkeiten liegen direkt an der U-Bahn-Station Königsplatz, in unmittelbarer Nähe von Hauptbahnhof und Stachus. Am neuen Standort freuen sich Mitarbeiter und Geschäftsführung über moderne, helle Büros. Der Umzug soll nach den Worten von Sebastian Pauls, Managing Partner von Dr. Haffa & Partner, äußeres Zeichen des inneren Wandels sein: „Wir waren mal eine reine PR-Agentur, heute machen wir für unsere Kunden integrierte Kommunikation auf allen jeweils sinnvollen Kanälen.“

UNTERNEHMEN

Studie: Wie DAX-Unternehmen die öffentliche Meinung beeinflussen →



Deutsche Großunternehmen produzieren im

großen Stil eigene „journalistische“ Publikationen und versuchen, ihre Kunden und Konsumenten verstärkt besonders online direkt zu erreichen. Mit ihren medialen Produkten beeinflussen sie die öffentliche Meinung und gefährden den unabhängigen Journalismus. Zu diesem Ergebnis kommt eine neue Studie der Otto Brenner Stiftung (OBS). Verfasst hat sie der Würzburger Kommunikationsprofessor Lutz Frühbrodt. Seit einigen Jahren betreiben Unternehmen Content Marketing, Frühbrodt nennt das „Unternehmensjournalismus“. Dieser Unternehmensjournalismus wird inzwischen vor allem über digitale Kanäle wie Internet-Themenseiten, Blogs, Videos und Apps verbreitet. Als Vorreiter im deutschsprachigen Raum gelten der Energydrink-Hersteller Red Bull und die Henkel-Tochter Schwarzkopf. Frühbrodt hat in seiner OBS-Studie ermittelt, inwieweit die im Deutschen Aktienindex (DAX) notierten Großunternehmen schon „Marketing mit journalistischen Mitteln“ betreiben. Das Ergebnis der Untersuchung: Alle 30 DAX-Konzerne setzen Methoden und Instrumente des Content Marketing ein – wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BRANCHE

Microsoft plant die Übernahme von LinkedIn →



Microsoft hat seine Fühler nach dem Karriere-Netzwerk LinkedIn ausgestreckt. Der deutlich größere und international



ausgerichtete Konkurrent des deutschen Anbieters Xing soll insgesamt mit 26,2 Milliarden Dollar bewertet werden, teilten die beiden Unternehmen am Montag mit. Die Transaktion soll noch in diesem Jahr abgeschlossen werden, teilte Softwarekonzern Microsoft am Montag mit. Das Angebot von Microsoft beläuft sich auf 196 Dollar je LinkedIn-Aktie. Das ist ein Aufschlag von 49,5 Prozent im Vergleich zum Schlusskurs vom 10. Juni. Geplant ist, dass LinkedIn auch nach der Übernahme eine eigene, unabhängige Marke bleiben soll. Im deutschsprachigen Raum hat LinkedIn rund acht Millionen Mitglieder.

Pitchblog kritisiert Ausschreibungsbedingungen der Hermes Fulfilment GmbH →



Ob die für Juni 2016 geplante Feier zur Einweihung eines neuen Logistikzentrums der Hermes Fulfilment GmbH – ein Unternehmen der Hermes Gruppe – tatsächlich stattfindet, ist nicht bekannt. Bekannt ist allerdings, dass der ausgeschriebene Event-Etat für die teilnehmenden Agenturen schwierigste Bedingungen bot. Aufgegriffen wurde das bedenkliche Procedere jetzt vom Pitchblog. Die „Highlights“ der Ausschreibung: kein Pitchhonorar, eine achtägige – später auf zehn Tage verlängerte – Frist zur Angebotsabgabe, keine Angaben zur Budgethöhe und Hermes behielt sich vor, einzelne Entscheidungskriterien im Verlauf der Ausschreibung ändern zu können. Am Ende gaben dann – welch Wunder - preisliche Differenzen zu anderen Teilnehmern den Ausschlag

für den Nichtzuschlag. Pitchblog resümiert: „Eine ausgewogene und transparente Entscheidung sieht anders aus. Kein Grund zum Feiern!“ Lesen Sie die Details direkt im [Pitchblog](#).

MEDIEN

Helmut Schmidt Journalistenpreis zum 20. Mal ausgeschrieben →



Nur noch wenige Wochen, dann ist der Einsendeschluss für den Helmut Schmidt Journalistenpreis erreicht. Bis zum 30. Juni müssen Interessenten ihre Bewerbungsarbeiten eingereicht haben. Der renommierte Preis wurde erstmals 1996 ausgeschrieben und wird seitdem jedes Jahr für besondere Leistungen auf dem Gebiet der verbraucherfreundlichen Berichterstattung über Wirtschafts- und Finanzthemen verliehen. Ausgezeichnet werden journalistische Arbeiten rund um die Themen Wirtschaft und Finanzen ausgezeichnet. Gefragt sind Veröffentlichungen, die sich kritisch mit dem Zeitgeschehen auseinandersetzen und auf eigenständigen Fragestellungen beruhen. Zur Teilnahme eingeladen sind Journalisten und Autoren, die zwischen dem 1. Juli 2015 und dem 30. Juni 2016 in einem deutschsprachigen Medium einen verbraucherorientierten Beitrag über Wirtschafts- und Finanzthemen veröffentlicht haben. Auch Gemeinschaftsarbeiten, etwa von Projektteams, Ressorts oder Redaktionen, können eingereicht werden. Die Zahl der Einsendungen pro Autor ist auf zwei Beiträge begrenzt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ines Pohl wird neue Chefredakteurin der Deutschen Welle →



Ines Pohl (49, Foto) wird zum 1. März 2017 neue Chefredakteurin der Deutschen Welle (DW). Sie folgt auf Alexander Kudascheff (65), der dann in den Ruhestand gehen wird.

Pohl, langjährige Chefredakteurin der Tageszeitung „taz“, war Ende 2015 zur DW gewechselt und berichtet seither als Korrespondentin aus dem Studio Washington. DW-Intendant Peter Limbourg: „Ines Pohl ist eine hervorragende Journalistin und erfahrene Managerin. Sie wird unsere vielsprachigen Angebote weiter profilieren, konsequent plattformübergreifend ausrichten und damit die Transformation der DW zum digitalen Medienhaus unterstützen. Innerhalb kurzer Zeit hat sie sich hohe Wertschätzung in der DW erarbeitet.“ Zugleich würdigte er Alexander Kudascheff als „einen Journalisten, der die DW über viele Jahrzehnte mit geprägt hat“. Er sei „der beste Chefredakteur, den die DW sich für die Zeit der internen Reformen und des Umbruchs wünschen konnte“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR + REPUTATION

Sustainability Image Score 2016: Verbraucher bestrafen Verfehlungen →

1	76,82	BEBA
2	76,60	Hipp
3	76,23	Frosta
4	75,21	Patagonia
5	75,03	Miele
6	74,48	BMW
7	73,76	Alete
8	73,70	Schöffel
9	73,54	VAUDE
10	73,11	Jacobs

Zum sechsten Mal legt die Münchner Serviceplan Gruppe die Nachhaltigkeitsstudie „Sustainability Image Score“ (SIS) vor. Sie zeigt, welchen Einfluss Nachhaltigkeit und

Corporate Responsibility auf das Image von Unternehmen, die Kaufbereitschaft sowie die Kundenbindung haben. Und vor allem, wie die Kommunikation

von Nachhaltigkeit von Verbrauchern wahrgenommen und bewertet wird. Dieses Jahr wird besonders deutlich, wie wichtig die Authentizität von Unternehmen für ein gutes Nachhaltigkeitsimage und die Unternehmensreputation ist. Kunden urteilen zunehmend sensibler und beobachten genau, was versprochen und tatsächlich geleistet wird. Verfehlungen werden schnell und gravierend bestraft. Dies bekam im vergangenen Jahr Burger King zu spüren, jetzt rutscht Volkswagen in den tief roten Bereich ab. Im Schlepptau auch der Ex-Image-Führer Audi, der sich in diesem Jahr nur auf Platz 39 wiederfindet. Grundsätzlich wird Nachhaltigkeit von den Kunden darüber hinaus stärker der Produktqualität zugeordnet. *Die Serviceplan-Grafik zeigt die Top 10 im SIS-Ranking 2016.*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SOCIAL MEDIA

Umfrage zu Social Media in der B-to-B Kommunikation →

In der B-to-B-Kommunikation geht es längst nicht mehr um die Frage, ob Social Media eine Rolle spielt, sondern welche Kanäle welche Rolle im Kommunikationsmix spielen. Bereits im sechsten Jahr geht der [Erste Arbeitskreis für Social Media in der B-to-B-Kommunikation](#), München, in seiner aktuellen Umfrage dieser Thematik nach und befasst sich mit folgenden Fragen: Wie hat sich Social Media im vergangenen Jahr weiterentwickelt? Welche Trends und Entwicklungen zeichnen sich ab? Welche Erwartungen hat die B2B-Community an Social Media? Noch bis Mitte August läuft die Erhebung, die 32 Einzelfragen umfasst. Alle Interessenten sind zur Teilnahme an der [Online-Umfrage bei SurveyMonkey](#) eingeladen.

Studie: E-Mail ist für alte Leute... →



Telefonieren, treffen, eine E-Mail tippen? Alles nachrangig für junge Social Media-Nutzer, wenn es da-

rum geht, Kontakt zu Familie, Freunden und Bekannten zu halten. Bei Web-2.0-affinen unter 30-Jährigen sind Messenger-Dienste wie WhatsApp oder Threema der meistgenutzte Kanal für die Kommunikation mit Freunden und Familie. 81 Prozent der 14 bis 19-jährigen und 75 Prozent der 20 bis 29-jährigen Social Media-Nutzer in Deutschland verwenden die Messenger-Dienste häufig für den Kontakt zum privaten Umfeld. Das zeigt der online-repräsentative „Social Media-Atlas 2015/2016“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor, Hamburg, und des Marktforschers Toluna, Connecticut, USA. Da bleibt die E-Mail auf der Strecke. Sie wird von jungen Social Media-Nutzern kaum noch bei privaten Kontakten genutzt: Lediglich neun Prozent der 14 bis 19-Jährigen und 14 Prozent der 20 bis 29-Jährigen verfassen häufig E-Mails an Freunde, Familie oder Bekannte. Nur „echte“ Briefe auf Papier schreiben sie mit drei bzw. vier Prozent noch seltener.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

AUTOREN-BEITRÄGE

Wikipedia: Wie gelingt ein Artikel in der Online-Enzyklopädie? →



Tausende Follower auf Twitter, zehntausende „Gefällt mir“ auf Facebook – und trotzdem erreicht ein Wikipedia-Artikel über ein Unternehmen mehr

Leser. Die Online-Enzyklopädie ist für die Öffentlichkeitsarbeit mittlerweile ähnlich wichtig wie die klassischen sozialen Netzwerke. Seit 2013 hat sich die

Zahl der Unternehmen mit einem offiziellen Wikipedia-Konto verfünffacht. Während auf Twitter und Facebook jeder mitmachen kann, findet in Wikipedia eine strenge Auslese statt. Einen Eintrag erhalten oft nur Großunternehmen mit einem Umsatz in Millionenhöhe und tausenden Mitarbeitern. Kleinere Unternehmen haben es dagegen schwer, sie müssen die Community mit anderen Argumenten überzeugen. *Der vorliegende Beitrag von Markus Franz (Foto) ist der erste Teil einer Serie von Beiträgen über Öffentlichkeitsarbeit in Wikipedia.*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neugeschäft: Ansprache funktioniert nur auf Augenhöhe →



New Business, das heißt für viele Agenturen: telefonische Kontaktaufnahme mit potenziellen Neukunden. Diese Vorgehensweise hat verschiedene Nach-

teile. Ein wichtiger ist, dass die Begründung, warum sich ein potenzieller Neukunde mit der anrufenden Agentur unterhalten soll, nur ein generischer sein kann. Zu sagen, man sei ein spannender Laden und habe vielleicht sogar noch Erfahrungen in der Branche des potenziellen Neukunden, skizziert genau diese fatale Richtung. Schon auf den ersten Blick ist erkennbar, dass man so nur mit viel Glück das Interesse des Entscheiders erreicht. Das eigene Interesse steht im Vordergrund, man geht kaum auf den jeweiligen Ansprechpartner ein. „Beim angerufenen Entscheider führt dies zum Eindruck, dass man einer von vielen ist, mit dem die Agentur Kontakt aufnimmt. Hat man bei mir kein Glück und bekommt eine Absage, ist dies zwar schade, aber man nimmt es sportlich und versucht es beim nächsten. Die Liste ist ja lang genug.“ So schildert Andreas Möller (Foto), Lei-

ter der Unternehmenskommunikation beim Maschinenbau-Unternehmen Trumpf in Ditzingen, seine Eindrücke von solchen Akquiseanrufen. Natürlich hat man keine Lust auf ein Gespräch, wenn man einer von vielen ist. Ich habe mit Möller darüber gesprochen, wie Agenturen es aus seiner Sicht besser machen könnten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

Kommunikationskongress 2016: Das Programm wächst →



Vernetzen, Wissen austauschen, Trends aufspüren – der Kommunikationskongress des Bundesverbandes deutscher Presse-

sprecher (BdP) am 22. und 23. September in Berlin wirft seine Schatten voraus. Jetzt veröffentlichten die Veranstalter einen ersten Programmüberblick, der bereits auf der Website zum KK'16 einzusehen ist. Im Fokus steht das Thema: „Unsere Rolle in Zeiten kollaborativer Organisationen“. Zudem gibt es wieder eine Reihe von prominenten Keynot-Speakers: Jimmy Wales, Gründer der kollaborativen Enzyklopädie Wikipedia, soll in die Kooperationsformen der Zukunft Einblick geben. Daneben regen ZDF-Intendant Thomas Bellut sowie Michael Vassiliadis, Vorsitzender der IG Bergbau, Chemie, Energie zum Querdenken an. Außerdem erwartet die Teilnehmer eine Bandbreite an Vorträgen von KMU bis Großkonzernen aus verschiedenen Branchen. Bereits jetzt haben über 60 erfahrene Kommunikationsmanager ihre Teilnahme zugesagt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SEMINARE

Seminare compact (2) (23. KW-2016) →

- 1. Online-Workshop zum Thema Pressearbeit am 18. Juni:** Einen Workshop zum Thema Pressearbeit bieten die PR-Experten Leonie Walter und Markus Walter. Die Teilnehmer erfahren am 18. Juni von 9:00 bis 17:30 Uhr, welche Themen für die Medien relevant sind und wie entsprechende Pressemeldungen verfasst werden. Ebenfalls vermittelt wird, wie eine durchdachte Distribution der Pressemeldungen aussehen kann. Der Online-Workshop wendet sich an Solo-Unternehmer, Selbständige, Gründer, Startups, Unternehmer und Freelancer, die stärker über die Medien wahrgenommen werden möchten. Die Kosten betragen 147 Euro plus MwSt. Eine Anmeldeöglichkeit findet sich auf der [Website der veranstaltenden Agentur](#), Walter Visuelle PR GmbH.
- 2. Seminar „Verbandswelt 2020“ von Engel & Zimmermann:** Die PR-Agentur Engel & Zimmermann AG mit Sitz in Gauting bei München, veranstaltet am 8. Juli um 9:30 Uhr im Haus der Bayerischen Wirtschaft in München ein kostenfreies Seminar zum Thema Verbandskommunikation. Die Referenten sind allesamt von Engel & Zimmermann. Andreas Bachmeier, Vorstand und Partner, Eva-Maria Eichenseher, Senior Beraterin, und Clemens Reisbeck, Berater, stellen effiziente Instrumente vor, die direkt in Richtung der relevanten Stakeholder wirken. Schwerpunkte des Seminars sind Verbandspositionierung und strategische Kommunikation. Anmeldungen erbitet die Agentur bis zum 30. Juni telefonisch (089 893 563 410) oder [per E-Mail an Eva-Maria Eichenseher](#).

STUDIEN

PwC-Studie: Medienindustrie hängt bald zu 50 Prozent an digitalen Erlösen →



Die globale Medienindustrie dürfte bis 2020 mit dem Internet genauso viel Geld umsetzen wie mit allen klassischen Erlösquellen zusammen. Wie eine groß angelegte Studie der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC, Frankfurt am Main, zeigt, werden die digitalen Umsätze dabei in wenigen Jahren sogar die Schwelle von 1.000 Milliarden Dollar durchbrechen – zumindest wenn man die Erlöse für den Internetanschluss einrechnet. In weltweit neun Märkten, unter ihnen China, sind die Online-Erlöse schon jetzt höher als die übrigen Erträge. Bis 2020 dürfte dies in knapp der Hälfte der von PwC untersuchten 54 Länder der Fall sein, geht aus dem „Global Entertainment & Media Outlook 2016-2020“ von PwC hervor, der 13 Branchensegmente genauer unter die Lupe nimmt. Deutschland allerdings wird nicht zu diesen Ländern gehören: Obwohl der Internetmarkt auch hierzulande auf Kosten der klassischen Medien zulegen wird, dürften die im Web erzielten Erlöse auch am Ende des Jahrzehnts erst knapp 40 Prozent des Gesamtumsatzes der Medien- und Unterhaltungsindustrie ausmachen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LESEHINWEISE

Lesehinweis: „Einstieg bei Kuka – Chinas PR-Desaster“ →

Die einen gewinnen einen PR-Preis, da sie sich besonders erfolgreich positioniert haben. Die anderen scheitern an ihrer mangelhaften Öffentlichkeitsarbeit. Die Augsburger Kuka AG gewann Ende des vergangenen Jahres den „Thought Leadership Award 2015“ von Unicepta, Köln, und der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) e.V., Berlin. Als weniger



gelingen wird die Öffentlichkeitsarbeit des chinesischen Unternehmens Midea angesehen, das die Kuka AG aufgrund ihrer international gefragten Leichtbauroboter (siehe Foto © Kuka AG) übernehmen will. Nachdem es in Deutschland Widerstand gegen die Übernahme aus Politik und Medien gab, meldete sich die Chinesische Handelskammer in Deutschland (CHKD) zu Wort. Grund: Die negativen Reaktionen hierzulande über den Einstieg des chinesischen Konzerns Midea beim Roboterhersteller Kuka. Das hat Wolfgang Hirn, Reporter beim „manager magazin“ zum Anlass genommen, einmal aufzuzeigen, dass es Unternehmen aus China nach seiner Auffassung noch nicht verstanden haben, nach westlichen Regeln zu spielen. Lesen Sie seine Analyse unter der Überschrift „Einstieg bei Kuka - Chinas PR-Desaster“ direkt auf der [Website des „manager magazin“](#).

gegen die Übernahme aus Politik und Medien gab, meldete sich die Chinesische Handelskammer in Deutschland (CHKD) zu Wort. Grund: Die negativen Reaktionen hierzulande über den Einstieg des chinesischen Konzerns Midea beim Roboterhersteller Kuka. Das hat Wolfgang Hirn, Reporter beim „manager magazin“ zum Anlass genommen, einmal aufzuzeigen, dass es Unternehmen aus China nach seiner Auffassung noch nicht verstanden haben, nach westlichen Regeln zu spielen. Lesen Sie seine Analyse unter der Überschrift „Einstieg bei Kuka - Chinas PR-Desaster“ direkt auf der [Website des „manager magazin“](#).

PREISE UND AWARDS

Deutscher Preis für Onlinekommunikation: Preisträger in 34 Kategorien ausgezeichnet →



Der Deutsche Preis für Onlinekommunikation ist begehrt, das drückt sich in der Zahl von mehr als 700 Einreichungen aus – ein neuer Rekord. In 34 Kategorien hofften die teilnehmenden Agenturen, Unternehmen und Verbände auf einen Preis. Am Abend des 8. Juni war es endlich soweit, die Gewinner des vom Magazin „pressesprecher“ ausgeschriebenen Preises wurden bekannt gegeben. Bei einer

Am Abend des 8. Juni war es endlich soweit, die Gewinner des vom Magazin „pressesprecher“ ausgeschriebenen Preises wurden bekannt gegeben. Bei einer

Gala im Berliner Admiralspalast wurden die Sieger verkündet. Social Media-Team des Jahres wurde ProSiebenSat.1 Digital (Foto; © Laurin Schmid), die Innovation des Jahres brachte die Stadtverwaltung Heidelberg hervor mit ihrem Projekt „#HolDenOberbürgermeister“ und in der neuen Kategorie „Storytelling“ gewann der Deutsche Anwaltsverein den Preis mit der Geschichte „Der Typ, der alles trennte“. Inszeniert wurde diese Geschichte mit Unterstützung der Agentur Serviceplan Berlin.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GWA HealthCare Award 2016: Sechs Gewinner wurden ausgezeichnet →



Die GWA HealthCare Awards 2016 wurden am 6. Juni verliehen. Im Rahmen der inspirato

Pharma Marketing Konferenz in Frankfurt-Gravenbruch wurden vor 150 Gästen sechs Einreichungen ausgezeichnet, zwei davon mit goldenen Preisen. Zu diesen Gewinnern zählen dotHIV mit der Agentur thjnk in der Kategorie „Doing Good“ sowie das Unternehmen GlaxoSmithKline Consumer Healthcare und die Agentur Saatchi & Saatchi in der Kategorie „Comeback“. Weiterhin wurden ein silberner und drei bronzene GWA HealthCare Awards vergeben. Die Auszeichnung in Silber ging an die Kassenärztliche Bundesvereinigung und die Agentur ressourcenmangel in der Kategorie „Doing Good“. Bronze erhielten jeweils der Berufsverband der Deutschen Dermatologen mit der Agentur Edelman.ergo in der Kategorie „Doing Good“, das Unternehmen Hipp und die Agentur Leonhardt & Kern in der Kategorie „David vs. Goliath“ sowie Wefra Publishing und die Wefra Werbeagentur in der Kategorie „Content Hero“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TIPPS

Die All-in-one-Toolbox zur Kommunikation →



Texte verfassen, Vorträge halten, Präsentationen erstellen und Ereignisse moderieren – das sind vier Herausforderungen, die in beinahe allen Berufen und

im gesellschaftlichen Leben immer wieder auf einen zukommen. Mit „Perfekt schreiben, reden, moderieren, präsentieren“ will der Jurist und Journalist Werner Lauff dazu jetzt das erste All-in-one-Buch bieten. In 100 aufeinander aufbauenden Anleitungen zeigt es, wie sich all diese Aufgaben mit den gleichen Werkzeugen bewältigen lassen. In einer Zeit, die von Zapping, Social Media und Apps geprägt ist, kommt es darauf an, Lesern und Zuhörern einen echten Mehrwert zu bieten und so die Aufmerksamkeit zu binden. Mit einfachen Sätzen und Bildern müssen deshalb Informationen geboten und Emotionen geschaffen werden. In „Perfekt schreiben, reden, moderieren, präsentieren“ vermittelt der Medienprofi Werner Lauff den modernen Umgang mit geschriebener und gesprochener Sprache. Insgesamt richtet es sich eher an Berufseinsteiger, doch auch Fach- und Führungskräfte sowie Freiberufler und ehrenamtlich Tätige werden nützliche Hinweise finden.

[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 (44)

Stellenangebote der Agenturen

- PR Berater/Account Manager (m/w) für den Standort Nürnberg
- Jeschenko MedienAgentur Berlin sucht PR-Trainee (m/w) und Junior PR-Berater (m/w)
- vom Hoff Kommunikation sucht PR-Berater (m/w), Düsseldorf
- PR-Berater (m/w), Hamburg
- Account Manager Healthcare (m/w) national/international für Köln oder Frankfurt a.M.
- (Senior) Account Manager (m/w) mit Schwerpunkt Tourismus, Frankfurt
- Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Bauen & Wohnen, Hamburg
- PR Berater (m/w), Köln
- MASALI sucht (Senior) PR-Manager, Berlin
- Büroleiter / Stellvertretender Geschäftsführer (m/w), Frankfurt a.M.
- Hamburger Kommunikationsagentur sucht (angehenden) PR-Profi (m/w)
- Platz frei auf dem Roten Sofa: JP KOM Frankfurt sucht Trainee oder Juniorberater (m/w)
- Junior-Berater(innen) für Sport-Sponsoring oder Food & Beverage, Düsseldorf & Frankfurt
- PR-Assistent/in, Berlin
- Zum goldenen Hirschen Berlin sucht integrierten PR Berater/in
- PR-Textprofi für technisch anspruchsvolle Themen, Stuttgart
- PR-Assistenten (m/w) / PR-Junior-Berater (m/w) für Digital-Lifestyle-Team, Hamburg
- 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

Stellenangebote der Unternehmen

- Communications Manager (m/w) Media Relations and Digital, Frankfurt a.M.
- Mitarbeiter (m/w) im Vertriebsinnendienst in Hamburg
- Marketing-Referent (m/w) in der Unternehmenskommunikation, Köln
- PR-Manager (m/w), Lingen
- Manager Employee Communications & Employer Branding (m/f), Basel
- Content Manager & Redakteur Cloud Computing (w/m), Köln

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- PR Redakteur (m/w) Print und online, Köln
- Referent Unternehmenskommunikation (m/w), Neuburg a.d.D.

Volontariat/Trainee

Die 11 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 13 Juni 2016 um 17:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.541 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 31,3 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.491 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.