

NEWSLETTER 524

27./28. KW 2016

++ 10. Communications Monitor: größte Kommunikationsstudie weltweit ++
++ Führungswechsel bei Ketchum wird zum Kommunikations-GAU ++
++ Etats: Alibaba beauftragt Schwartz Public Relations ++

TOP MELDUNGEN

Akademische Gesellschaft fragt: Ist die Kommunikation bereit für Big-Data? →



Seit gut einem Jahr forscht ein Team an der Universität Münster zu der Frage, wie die digitale Zukunft der

Unternehmenskommunikation aussehen wird. Längst geht es nicht mehr nur um Online-Kommunikation, sondern darum die Macht der Daten zu nutzen. Mittels Big-Data-Analysen können detaillierte Personenprofile gebildet werden, die eine individuelle Ansprache von Stakeholdern erlauben. Teilbereiche der Kommunikation können bereits automatisiert werden. Die Kommunikation gewinnt dadurch weiter an Schnelligkeit und Komplexität – Herausforderung und Chance für Kommunikationsabteilungen zugleich. Während andere Abteilungen, wie beispielsweise das Marketing, sich intensiv mit Big Data auseinandersetzen, hinkt die Unternehmenskommunikation hinterher. Die aktuelle Ausgabe von „Communication Insights“ bietet unter dem Titel „Wohin geht die Reise?“ einen umfassenden Blick auf die zunehmende digitale Vernetzung und deren Auswirkungen auf die Unternehmenskommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Trennung: Mediendirektor Hörwick verlässt FC Bayern München →



Markus Hörwick (59, Foto © Bayern München), Direktor Medien und Kommunikation des FC Bayern München, verlässt den deutschen Rekordmeister. Nach 35

intensiven Jahren, in denen er das öffentliche Bild des Klubs mitgeprägt hat, bat er nun darum, ihn von seiner Tätigkeit zu entbinden. Sein Nachfolger wird Stefan Mennerich, der als Prokurist in einem neu zugeschnittenen Medienbereich noch mehr Verantwortung erhält als sein Vorgänger. Hörwick sagte: „Ich werde demnächst 60 Jahre; ein Zeitpunkt, um den herum man sich viele grundsätzliche Gedanken macht“, sagt Markus Hörwick und schmunzelt: „Ich bin neugierig, was das Leben abseits von täglichen Pressekonferenzen, Champions League und Mannschaftsaufstellungen noch zu bieten hat - auch an Wochenenden...“ Und weiter: „Ich danke dem FC Bayern für eine unglaubliche Zeit, die ich miterleben durfte: am Ende war ich bei 19 Deutschen Meisterschaften und insgesamt 46 Titelgewinnen hautnah mit dabei.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 524. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 77 Einzelmeldungen.

TOP MELDUNGEN	1
Akademische Gesellschaft fragt: Ist die Kommunikation bereit für Big-Data? →	1
Mediendirektor Hörwick verlässt Bayern München →	1
Vatikan: Greg Burke neuer Sprecher des Papstes →	3
10. European Communication Monitor: Größte Studie zur strategischen Kommunikation weltweit →	3
Victoria Wagner ersetzt Dirk Popp als CEO von Ketchum Pleon – ein Kommunikationsdesaster →	3
Personalien	4
Zum Tod von Professor Vilim Vasata →	4
Sieben auf einen Streich: komm.passion verstärkt Teams in Hamburg und Düsseldorf →	4
Burson-Marsteller baut Expertise im Bereich Corporate Purpose und Change aus →	5
Lufthansa holt Leiter Media Relations vom ZDF →	5
Mommson wechselt von Merck zu Goldman Sachs →	5
Personalien compact - Sonstige (7) (27./28. KW-2016) →	6
Agenturen (12) (27./28. KW-2016) →	7
Unternehmern (16) (27./28. KW-2016) →	10
Etats	13
Harvard gewinnt PR-Etat von Ricoh →	13
Alibaba beauftragt Schwartz Public Relations →	13
„Mach's einfach!“ - Palmer Hargreaves startet interne Kampagne für Deutsche Telekom →	13
Etats compact (22) (27./28. KW-2016) →	14
Agenturen	16
MHP und Dukas Linden gehen Partnerschaft ein →	16
Deekeling Arndt Advisors tritt internationalem AMO-Beratungsnetzwerk bei →	16
PR-Agentur-Ranking Österreich 2015: Grayling vor Ecker & Partner und Rosam Change →	16
Victoria Wagner führt Ketchum Deutschland →	17
Agenturen compact (10) (27./28. KW-2016) →	17
Unternehmen	19
NEW entwickelt Mitarbeiter-App samt Infotainment →	19
CEO-Reden: Höttges am verständlichsten →	19
Organisationen	20
Interview mit Prof. Röttger zu Big-Data →	20
Mathias Döpfner zum BDZV-Präsidenten gewählt →	20
Behörden	20
Neue Kommunikationsstrategie für die Schweiz: „Die Stärken stärken“ →	20
Branche	21
Drei-Wochen-Urlaubsregelung bei ORCA Affairs: eine Zwischenbilanz →	21
Energiewende: Wissenschaftler für mehr Bürgerbeteiligung →	21

Medien	21
Verlag erfindet sich neu: Quadriga Knowledge-Hub →	21
Axel Springer führt inside.app für Mitarbeiter ein →	22
Rommerskirchen wehrt sich gegen DJV-Kündigung →	22
Umfrage: Wie sehen Journalisten die Zukunft der Kommentarbereiche? →	23
Medien compact (5) (27./28. KW-2016) →	23
Social Media	24
SoMe zur EM: Coca Cola stürmt Facebook und YouTube →	24
Social Media compact (1) (27./28. KW-2016) →	24
Autoren-Beiträge	24
Neugeschäft: „Manche Agenturen neigen zur Überheblichkeit“ →	24
Kritik im eigenen Wikipedia-Artikel – was tun? →	25
Termine	25
#allesdigital - Jahrestagung des Bundesverbands Hochschulkommunikation →	25
Seminare	25
Seminare compact (2) (27./28. KW-2016) →	25
Bildung	26
Bildung compact (1) (27./28. KW-2016) →	26
Studien	26
Umfrage: Unternehmenskommunikation fit für digitale Transformation? →	26
Quartalsberichte sind kürzer und lesefreundlicher →	26
Umfrage zur Wirtschaftskompetenz: Schäuble Spitze bei Bevölkerung und Journalisten →	27
„Unternehmenskommunikation 4.0“: Data Analysts werden Rockstars der PR-Branche →	27
Vertrauen in die Wirtschaft: Lebensmittelbranche rückt auf den zweiten Platz →	28
Studien compact (1) (27./28. KW-2016) →	28
Lesehinweise	28
Fachmagazin „Beyond“: Interne Kommunikation im mobilen Zeitalter →	28
#Kommunikationspolizei geht in den Ruhestand →	28
Netzwerk Recherche streitet darüber, ob Journalisten auch PR betreiben dürfen →	29
STAMM Medien-News Juli 2016 →	29
GPRA im Dialog	29
Burson Marsteller CEO Alexander Fink: Große internationale Unterschiede in der PR-Arbeit →	29
Jobangebote	30
Gesuche (3)	30
Angebote (50)	30
Volontariat/Trainee	30
Praktikum	30
Impressum	31
Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PR-Journal	

Vatikan:

Greg Burke wird Nachfolger von Federico Lombardi als Sprecher des Papstes →



Greg Burke (56), US-amerikanischer Journalist, der seit 2012 Medienberater im Vatikan ist, wird ab dem 1. August neuer Vatikansprecher. Burke wird Nachfolger von Federico Lombardi als

persönlicher Sprecher des Papstes und Leiter des vatikanischen Presseamtes. Der italienische Jesuit Federico Lombardi geht im Alter von 73 Jahren in den Ruhestand. Nachfolger Burke ist Laie und Mitglied der katholischen Gemeinschaft Opus Dei und der erste Amerikaner auf diesem Posten. Burke war zuletzt bereits Stellvertreter von Lombardi. Seit den 1980-er Jahren arbeitete er für verschiedene Medien als Rom-Korrespondent. So war er für das „Time Magazine“ und seit dem Jahr 2001 für den US-Nachrichtensender Fox News tätig. Stellvertretende Sprecherin wird erstmalig in der Geschichte des Vatikans eine Frau: die Spanierin Paloma Garcia Ovejero (40). Sie ist Hörfunkjournalistin und hat während der vergangenen 18 Jahre für den spanischen katholischen Radiosender „Cadena Cope“ gearbeitet. *Foto: Petersplatz in Rom (© Holger Rempt / pixelio.de)*

10. European Communication Monitor: Größte Studie zur strategischen Kommunikation weltweit →



Der European Communication Monitor (ECM) 2016 ist erschienen. Am 7. Juli wurde er beim „European Communication Summit“ in Brüssel der

Öffentlichkeit vorgestellt. 2.710 Kommunikationsfachleute aus 43 Ländern Europas haben sich an der zehnten Auflage des ECM beteiligt und mit dafür gesorgt, dass erstmals vergleichbare Daten über einen



Zeitraum von zehn Jahren erhoben wurden. Der ECM, durchgeführt von einer internationalen Forschergruppe unter Führung von Professor Ansgar Zerfass gilt als die größte Studie auf dem Gebiet der strategischen Kommunikation weltweit. Die Antworten der mehr als 21.000 Praktiker aus ganz Europa, die sich in der vergangenen Dekade beteiligt haben, zeigen, dass die strategische Ausrichtung der Kommunikation auf die Ziele von Unternehmen und Organisationen das immer wiederkehrende Dauerthema ist. Als kontinuierliche Herausforderung wurde es Jahr für Jahr von mehr 42 Prozent der Teilnehmer genannt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Victoria Wagner ersetzt Dirk Popp als CEO von Ketchum Pleon – ein Kommunikationsdesaster →



Nach einem unwürdigen Schauspiel, das als Negativbeispiel in jedes PR-Lehrbuch aufgenommen werden kann, gibt es nun Gewissheit: Die Wege von

den kann, gibt es nun Gewissheit: Die Wege von

Ketchum Pleon und dem langjährigen CEO Dirk Popp (Foto r.) werden sich trennen. Wann steht noch nicht genau fest. Zur Gesichtswahrung einigten sich die Nr. 2 des deutschen PR-Agenturmarktes und der erfahrene PR-Manager darauf, dass er noch für einige Zeit als Senior Advisor in Diensten von Ketchum steht. Dann endet für Popp eine mehr als 20 Jahre dauernde Zeit in der Agenturfamilie von Kohtes & Klewes, ECC Kohtes Klewes, Pleon Kohtes Klewes und Ketchum Pleon. Nachfolgerin als CEO von Ketchum in Deutschland wird Victoria Wagner (l.), die mit ihrer Agentur Brandzeichen erst seit 2013 zum Ketchum Netzwerk gehört. Ein regelrechtes Kommunikationsdesaster hat damit ein Ende gefunden. Hätten die Kommunikationsberater von Ketchum so im Kundenauftrag gearbeitet, sie wären vom Hof gejagt worden – zurecht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



PERSONALIEN

Zum Tod von Professor Vilim Vasata →

Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA, Frankfurt am Main, trauert um seinen ehemaligen Präsidenten Professor Vilim Vasata, der am 8. Juli im Alter von 86 Jahren verstarb. Vasata war von 1980 bis 1984 Präsident des GWA. In dieser Funktion holte er 1981 den Effie nach Deutschland, eine der bis heute wichtigsten und anerkanntesten Preise für Marketing-Kommunikation in Deutschland. Vasata gründete Team, den Vorläufer von BBDO Deutschland, und war einer der Gründungsväter des ADC für Deutschland. „Professor Vilim Vasata hat unsere Branche stets vorangebracht und mit seinen kreativen Innovationen legendäre Evergreens geschaffen. Auch für den GWA hat er während seiner Amtszeit Großes geleistet. Es wirkt weiterhin nach. Wir bedauern seinen Tod und drücken seiner Familie unsere aufrichtige Anteilnahme aus“, so GWA Präsident Wolf Ingomar Faecks.

Sieben auf einen Streich: komm.passion verstärkt Teams in Hamburg und Düsseldorf →



Gleich sieben neue Trainees sind bei komm.passion in Hamburg und Düsseldorf tätig. Dies sind Anna-Lena Lubitz für die Bereiche Food und Lifestyle, Kristina Hartl, Uta Schütte, Sabine Höger, Alina Dressler und Laura Fee Hahnefeldt für die Health-Care-Kunden sowie Daniel Lang in den Feldern Corporate und Change.

„Teilweise haben wir die neuen Trainees schon durch ihr Studium begleitet und frühzeitig gefördert. Gleichzeitig freuen wir uns immer wieder auf neue Ideen, die die jungen Kollegen in unsere Agentur einbringen“, sagt Jelena Mirkovic, Geschäftsführerin komm.passion.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Burson-Marsteller baut Expertise im Bereich Corporate Purpose und Change aus →



Geoff McDonald (Foto), zuletzt Global Vice President HR für die Bereiche Marketing, Kommunikation, Nachhaltigkeit und globale Talentfindung bei Unilever, wird neuer Senior Advisor bei Burson-

Marsteller. Die internationale Agentur für Public Relations und Public Affairs will mit Hilfe von McDonalds ihre Expertise in den Bereichen Corporate Purpose und Change ausbauen. Der neue Senior Advisor soll eng mit den unterschiedlichen Beraterteams bei Burson-Marsteller zusammenarbeiten, einschließlich den Practice-Leitern Corporate Purpose und Change. Zu seinen Kernaufgaben gehört, Unternehmen und Organisationen dabei zu beraten, wie sie den Gesellschaftszweck (Corporate Purpose) als treibende Kraft für eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit mit einbinden können. Vor seiner Tätigkeit bei Burson-Marsteller, war McDonald 25 Jahre lang bei Unilever.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lufthansa holt neuen Leiter Media Relations vom ZDF →



Martin Leutke (41, Foto) wird ab 1. Oktober neuer Leiter Media Relations Lufthansa Group. In dieser Funktion zeichnet er für die Steuerung und Koordination der welt-

weiten Presseaktivitäten der Lufthansa Group verantwortlich. Leutke tritt die Nachfolge von Andreas Bartels an, der seit dem 1. April 2016 Leiter der Unternehmenskommunikation der Lufthansa Group ist. Martin Leutke berichtet an seinen Vorgänger. Leutke ist seit 1996 für das ZDF tätig. Seit 2014 ist Leutke stellvertretender Leiter der Hauptredaktion Wirtschaft, Recht, Service, Soziales und Umwelt im ZDF.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Nicole Mommsen wechselt von Merck zu Goldman Sachs →



Nicole Mommsen (41), seit drei Jahren beim Darmstädter Pharmakonzern Merck beschäftigt, zuletzt als Leiterin Externe Kommunikation, wechselt zu Goldman

Sachs, zuständig als Unternehmenssprecherin für die Kommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Dies berichtet das Hamburger Wirtschaftsmagazin „Bilanz“ auf seiner Online-Seite. Wann Mommsen ihren neuen Posten antritt, steht noch nicht fest, vermutlich aber Anfang Oktober. Sie folgt auf Monika Schaller (45), die jüngst zur Deutschen Bank gewechselt ist. Mommsen war zuvor unter anderem Pressesprecherin der Deutschen Post DHL und Beraterin bei der PR-Firma Brunswick.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Sonstige (7)
(27./28. KW-2016) →

1. **Neuer Leiter Kommunikation der Stiftung Mercator: Josef Krieg** (51) ist seit dem 15. Juli neuer Leiter der Kommunikation der Stiftung Mercator in Essen. Krieg verantwortet die externe und interne Kommunikation der Stiftung und ihrer Büros in Berlin, Istanbul und Peking sowie die Publikationen der Stiftung Mercator. Krieg berichtet direkt an die Geschäftsführung. Zuletzt war er als selbstständiger Kommunikations- und Bildungsberater tätig. Zu den wichtigsten beruflichen Stationen gehörten zuvor Leitungsfunktionen im Bundesministerium der Verteidigung, der Robert Bosch-Stiftung und der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“. Krieg wurde Nachfolger von **Christiane Duwendag**, die die Stiftung Mercator Anfang des Jahres verlassen hat.
2. **Neue Sprecherin für schweizerische Bischöfe: Encarnación Berger-Lobato** (50) wird Leiterin der neu gegründeten Abteilung Marketing und Kommunikation bei der schweizerischen Bischofskonferenz (SBK) in Freiburg i.Ü. Mit der Besetzung der Stelle durch eine PR-Fachfrau wollen die schweizerischen Bischöfe ihre Sachthemen in der Öffentlichkeit besser zur Geltung bringen. Berger-Lobato wurde Nachfolgerin von **Simon Spengler**, der als Informationsbeauftragter bereits Anfang 2015 ausgeschieden war. Die neue Kommunikationschefin leitete während der vergangenen 15 Jahren die Bereiche Marketing und Kommunikation der Pensionskasse des Bundes Publica und des Berner Bildungszentrums Pflege.
3. **Lendvai leitet politische Kommunikation der BDA: Julika Lendvai** (33) leitet seit dem 1. Juli die Stabsstelle Politische und Strategische Kommunikation der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) in Berlin. Zudem wurde sie stellvertretende Leiterin der Abteilung Planung, Koordination und Grundsatzfragen.



Ihre Position wurde mit dem Wechsel des Hauptgeschäftsführers neu eingerichtet. Anfang Juli löste **Steffen Kampeter Reinhard Göhner** als BDA-Hauptgeschäftsführer ab. Lendvai berichtet direkt an Kampeter. Zuvor leitete sie während der vergangenen zwei Jahre bereits dessen Büro im Deutschen Bundestag.

4. **Neuer Vize-Sprecher von Bündnis 90/Die Grünen in Berlin: Simon Zunk** (31) arbeitet seit dem 1. Juli als neuer stellvertretender Pressesprecher beim Bundesvorstand von Bündnis 90 / Die Grünen in Berlin. Er wurde Nachfolger von **Julia Jorch**, die im April zur Leiterin der Pressestelle aufgestiegen ist. Zunk berichtet an den Bundesvorstand der Partei. Zuvor war Zunk von 2012 bis 2016 als Referent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Strategieentwicklung für die Landespartei von Bündnis 90/Die Grünen in Brandenburg tätig.
5. **Friemel neuer Kommunikationsprofessor in Zürich: Thomas N. Friemel**, seit 2013 Professor für Kommunikations- und Medienwissenschaft mit dem Schwerpunkt Medieninnovation an der Universität Bremen, wird neuer Professor für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Zürich (UZH). Seine neue Professur bei den Eidgenossen wird er am 1. Februar 2017 antreten. Friemel studierte an der UZH Publizistikwissenschaft, Wirtschaftswissenschaften und Sozialpsychologie. Seine Promotion erlangte er 2008. In den folgenden Jahren arbeitete er am

Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung, wobei er zwischenzeitlich auch an den Universitäten in Kalifornien, Pennsylvania und Peking forschte.

6. **Acheampong neuer Pressesprecher der UOKG: Joshua Acheampong** (22) arbeitet seit dem 1. Juli als Pressesprecher der Union der Opferverbände der kommunistischen Gewaltherrschaft (UOKG). Er wird den Verband in den Bereichen der Politischen Kommunikation, PR und Pressearbeit unterstützen. Er berichtet an den Vorstand um den Bundesvorsitzenden Dieter Dombrowski (CDU). Die UOKG ist der Dachverband von mehr als 30 Opferverbänden, Menschenrechtsorganisationen und Aufarbeitungsinitiativen aus dem Osten und Westen Deutschlands. Zuvor war Acheampong studentischer Mitarbeiter im Bundestagsbüro von **Hans-Joachim Fuchtel** (CDU).
7. **Berliner GRÜNE verstärken Wahlkampfkommunikation: Julian Mieth** (34) übernimmt ab sofort die neu geschaffene Stelle des Wahlkampfesprechers. In der Position leitet er zudem die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des GRÜNEN-Landesverbandes Berlin. Der frühere dpa-Journalist war bislang Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN im Berliner Abgeordnetenhaus. Davor arbeitete er unter anderem als Berliner Landeskorrespondent im Hauptstadtbüro der Deutschen Presse-Agentur.

Personalien compact - Agenturen (12) (27./28. KW-2016) →

1. **Drei neue Mitarbeiter bei Karkalis: Sven Ehrling** (25), **Nadine Amandowitsch** (25) und **Maik Dederich** (23) sind neue Mitarbeiter der auf Lifestyle-Kommunikation und Fashion-PR spezialisierten Düsseldorfer Agentur Karkalis

Krisen-PR: Deutsche Kinder sterben nicht unter Ikea-Möbeln

In den USA ruft Ikea mehrere Millionen Kommoden zurück, die für Kinder nicht standsicher sind. In Europa sollen bei den gleichen Kommoden alle Sicherheitserfordernisse erfüllt sein.

Lesen Sie hier, wie sich die Schweden unnötig in eine transatlantische PR-Krise stürzen.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Communications. Die drei neuen Volontäre bringen bereits erste praktische Erfahrungen in der Fashion-PR aus vorherigen Agenturpraktika mit. Ab sofort unterstützen die jungen Kommunikationstalente die Beratungsteams für verschiedene Fashion-, Interior- und Food-Kunden. Seit 2005 bietet die Agentur mit 20 Mitarbeitern in Düsseldorf und München strategische Beratung in den Bereichen Public Relations, Content Marketing und Social Media.

2. **Konsens PR verstärkt Redaktionsteam: Georg Sposny** (40) ist seit Mai neues Mitglied des fünfköpfigen Redaktionsteams von Konsens Public Relations im südhessischen Groß-Umstadt. Die inhabergeführte Agentur vermittelt seit über zwanzig Jahren Informationen zwischen Industrieunternehmen und der internationalen Fachpresse. Als ehemaliger Redakteur und Chefredakteur bei Fachzeitschriften aus der Kunststoff-, Chemie- sowie Laborbranche kennt Sposny den Bedarf der Redaktionen für sauber aufbereitete Informationen. Vor seinem Wechsel auf die Redaktionsseite leitete er einige Jahre die Unternehmenskommunikation einer Vertriebsgesellschaft für Spezialchemikalien eines internationalen Chemiekonzerns.

3. **Glandt neuer Partner von Ex-Regierungssprecher Ost: Lutz Glandt** (60), früherer Medien- und Post-Manager, ist seit dem 1. Juli als neuer Partner in die Berliner Kommunikations- und Strategieberatung PKS des früheren Regierungssprechers von **Helmut Kohl, Friedhelm Ost** (74), eingestiegen. Sein Schwerpunkt wird in den Bereichen Kommunikation und Strategie liegen. Glandt war von 2005 bis 2016 Bereichsvorstand bei der Deutschen Post. Zuvor war er fünf Jahre lang Geschäftsführer der WAZ Mediengruppe.
4. **pioneer communications mit zwei neuen Consultants: Virginia Hüntemann** (27) sowie **Mandy Putzmann** (28) sind neue Mitarbeiterinnen im Team von pioneer communications an Standorten in Leipzig und Berlin. Putzmann betreut seit April von Leipzig aus Kunden der eBay-Gruppe. Zuletzt war sie in Stuttgart bei einem IT-Dienstleister im Marketing als PR-Koordinatorin tätig. Zu ihren Hauptaufgaben zählten die Bereiche Online-Marketing und der Auf- und Ausbau der Pressearbeit. Am Standort Berlin berät Hüntemann seit April Kunden aus dem Telekommunikations- und Lifestyle-Sektor. Vor ihrem Wechsel zu pioneer communications sammelte sie umfassende PR-Erfahrung bei S&L medianetwork, wo sie zuletzt als Account Managerin tätig war.
5. **Hill+Knowlton erweitert MarComms-Team: Juliane Tübing** (30) ist seit Anfang Juli als Senior Account Managerin neu im Marketing Communications & Brand PR-Team von Hill+Knowlton Strategies tätig. Sie betreut vom Standort Frankfurt am Main aus vornehmlich Kunden aus den Bereichen Travel&Tourism und Consumer Packaged Goods. Tübing war bereits in den Jahren 2010 bis 2013 bei H+K Strategies beschäftigt und kehrt nun nach einem Zwischenstopp in einer Londoner Tech-Agentur und Elternzeit in die Agentur zurück. Sie sammelte zahlreiche Erfahrungen in der Beratung von sowohl jungen als auch etablierten Marken und Unternehmen sowie

Wie läuft's?

Leistungsdiagnose mit Lautenbach Sass.

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

von Start-Ups aus den Bereichen Tech, FMCG und Travel&Tourism.

6. **Junge wechselt von Brandpunkt zu Wollmilchsau: Ralf Junge**, zuletzt drei Monate Teamleiter bei der Berliner Agentur Brandpunkt und davor zwei Jahre Senior Berater bei fischerAppelt, hat einen neuen Arbeitgeber. Seit Mai ist er Redaktionsleiter für die Hamburger Agentur Wollmilchsau GmbH. Im Oktober 2015 hatte Junge seine Kritik am damaligen fischerAppelt-Vorstand **Frank Behrendt** öffentlich gemacht (**wir berichteten**). In „Spiegel online“ hatte er die zehn Ratschlägen Behrendts, wie man leichter durchs Berufsleben kommt, gekontert: „Ich habe erst laut gelacht, dann war ich entsetzt. Soll das ernst gemeint sein?“, fragte er damals. Bei Brandpunkt lobte er, dass es auch ohne persönliche Befindlichkeiten oder Ego-Tripsps gehe. Nun muss er sehen, wie es bei Wollmilchsau läuft.
7. **Territory erweitert seine Führungsmannschaft: Heiko Icks** (35) wird neuer Chief Operating Officer, **Katrin Plumpe** (38) wird Chief Financial Officer bei der Content Communication Agentur Territory in Hamburg. Icks wird für Post-

Merger-Integration, Internationalisierung und übergreifende Themen zuständig sein, Plumpe übernimmt Finanzen und Controlling. Icks war seit 2012 bei Gruner + Jahr als Assistent von CEO **Julia Jäkel** tätig. Zuletzt verantwortete er in der Geschäftsleitung von G+J Corporate Editors die Themen Business Development und Operations. Plumpe kommt auch von G+J. Seit 2012 war sie verantwortlich für Strategieprojekte und M&A-Aktivitäten der Tochtergesellschaften in Spanien, den Niederlanden, Italien und China.

8. Berufung in die Holding der Serviceplan

Gruppe: Fabian Prüschenk, seit 2006 bei Serviceplan, wurde zum 1. Juli zum Holdinggeschäftsführer berufen. Seine Karriere innerhalb der Serviceplan Gruppe, München, führte über die Station des Prokuristen 2011 zum CFO 2012 mit der Erweiterung der Verantwortlichkeit für weitere Shared Service Units innerhalb der Gruppenholding. Mit der Berufung zum Holdinggeschäftsführer verantwortet er nun die gesamte Verwaltung inklusive Personalwesen, Controlling, Finanzen, IT, Einkauf, Legal/M&A, Kundenvertragsmanagement sowie die Prozess- und Organisationsentwicklung. Vor dem Wechsel zur Serviceplan Gruppe war er kaufmännischer Leiter des Terminal 2 am Flughafen München.

9. Kusche wechselt von Springer zur Agentur

Triad: Annette Kusche hat eine neue Aufgabe übernommen. Seit kurzem ist sie als Director of Corporate Communications bei der Agentur Triad Berlin tätig. In dieser Position ist für die interne und externe Kommunikation zuständig. Zuletzt gab sie ein kurzes Gastspiel bei Axel Springer in Berlin. Dort leitete sie seit dem 1. Oktober 2015 die Kommunikation der Bereiche Unternehmensarchitektur, Kulturprojekte und Events. Davor war sie mehr als fünf Jahre lang Leiterin Unternehmenskommunikation bei Aufbau Media. Bei Triad Berlin berichtet sie an den Gründer und geschäftsführenden Gesellschafter **Lutz Engelke**.



10. Drei Beförderungen bei Wake up Communications:

Fabian Fruhmann, bisher Junior Consultant bei der PR- und Social-Media-Agentur Wake up Communications, steigt zum Consultant für PR & Social Media Marketing auf. Zudem schließen **Christiane Hermann** und **Sophia Kloß** ihre Traineeships bei der Düsseldorfer Agentur erfolgreich ab und bleiben der Agentur als Junioren erhalten. Fruhmann wird künftig den Bereich Marketing weiter ausbauen. Hermann und Kloß werden als Junior Creative Consultant & Producer für ihre Kunden tätig sein. Wake up-Chefin **Nadja Amireh**: „Ich bin dankbar so engagierte Mitarbeiter gefunden zu haben, die Wake up Communications und ihre Kunden auch weiterhin kreativ und strategisch unterstützen.“

11. Bannert wird Digital-Chef von Publiplikator:

Matthias Bannert (28) wird neuer Director Digital Strategy bei der Berliner PR-Agentur Publiikator. Zu seinen Aufgaben gehören unter anderem das Entwickeln von digitalen Storytelling-Formaten und Content-Marketing-Strategien sowie das Erschließen weiterer Geschäftsbereiche. Zuvor hatte Bannert mehrere Jahre im Axel-Springer-Konzern in verschiedenen digitalen Redaktionen gearbeitet. Er absolvierte seine journalistische Ausbildung an der Axel Springer Akademie, arbeitete für die digitalen Ausgaben von „Bild“ in Berlin und Los Angeles und war zuletzt Gründungs-Chefredakteur der Samsung-Springer-App

„upday“ sowie Redaktionsleiter des Jugendmagazins „Celepedia“.

12. **Girshovich wechselt zu Dr. Zitelmann PB:**

Josef Girshovich (34) arbeitet seit dem 6. Juni als Redaktionsleiter und Senior Political Advisor für die auf Immobilien-PR spezialisierte Agentur Dr. Zitelmann PB in Berlin. In der neu geschaffenen Position soll er die Redaktion sowie die politische Kommunikation des Unternehmens ausbauen. Er berichtet an den Geschäftsführer **Holger Friedrichs**. Zuvor war er als Advocacy Coordinator für das American Jewish Committee tätig.



Dienstleister Readbox in Dortmund. In dieser Position plant und entwickelt sie die Kommunikationsstrategie des Unternehmens. Sie ist Teil der Geschäftsführung, die damit auf sechs Personen erweitert wird. Die Position wurde neu geschaffen. Zuvor war Ahues bei der TV-Produktionsfirma Brainpool tätig.

Personalien compact - Unternehmern (16) (27./28. KW-2016) →

1. **Finger kommuniziert für Vermilion Energy Germany:** Sandra Finger (34) ist seit dem 1. Juli Leiterin der Unternehmenskommunikation des Erdgas- und Erdölproduzenten Vermilion Energy Germany in Schönefeld. In dieser Position verantwortet sie den Bereich Public und Governmental Relations. Sie berichtet an den **Albrecht Möhring**, Geschäftsführer des Unternehmens. Die Stelle wurde neu geschaffen.
2. **Zeisberger verantwortet Marktkommunikation von Voith Digital Solutions:** Julia Zeisberger (35) ist neuer Global Communications Business Partner für Voith Digital Solutions in Heidenheim. Sie berichtet an **Ute Böhringer-Mai**, Vice President Global Market Communication. Zeisberger verantwortet die weltweite Marktkommunikation sowie interne Kommunikationsprojekte der Digital Solutions Sparte. Die Position wurde neu geschaffen. Zeisberger war zuvor Senior PR Manager Europe and Middle East bei Acronis in München.
3. **Ahues neue Leiterin Marketing und PR bei Readbox:** **Katrin Ahues** (43) leitet seit dem 1. Juli das Marketing und die PR beim E-Book-

4. **Plättner spricht für Vibracoustic:** **David Plättner** (35) ist ab sofort Pressesprecher bei Vibracoustic in Darmstadt. In seiner neuen Funktion übernimmt er die Public und Media Relations im Corporate Communications-Team des Unternehmens. Plättner berichtet an **Maria Lahaye-Geusen**, Head of Corporate Communications. Er folgt auf **Holger Kirsch**, der das Unternehmen verlassen hat.
5. **Kommunikationschefin Spörk verlässt Telekom Austria Group:** **Ingrid Spörk**, bisher verantwortlich für Corporate Communications & Sustainability bei der Telekom Austria Group und bei A1 als Senior Director External Communication & Sustainability Teil des Leadership-Teams, verlässt das Unternehmen. Als interimistische Nachfolgerin konnte **Barbara Grohs** (52) gewonnen werden, die auf mehr als 20 Jahre Erfahrung im Bereich Public Relations & Public Affairs zurückblickt. Zuletzt war sie für die Pharmig, den Verband der Pharmazeutischen Industrie Österreichs, als Director Communications & PR tätig. Das Unternehmen hat einen Executive Search

Prozess zur langfristigen Besetzung der Position gestartet. Grohs nimmt daran teil.

6. **Mühlemann wechselt von UBS zur SNB:**
Susanne Mühlemann, derzeit Head Strategic Communications UBS Switzerland, wird neue Leiterin Kommunikation der Schweizerischen Nationalbank (SNB) in Zürich. Sie löst zum 1. März 2017 Werner Abegg ab, der nach langjähriger Tätigkeit für die SNB dann in Ruhestand geht. Pressesprecher bleiben weiterhin **Walter Meier** und seine Stellvertreterin **Silvia Oppliger**. Mühlemann bringt für ihre neue Aufgabe einen breiten Erfahrungshintergrund mit. Vor ihrer Zeit bei UBS war sie als Teamleiterin bei der Swiss Air verantwortlich für die externe und interne Kommunikation. Davor war sie als Wirtschaftsjournalistin tätig, unter anderem beim Magazin „Bilanz“ und beim „SonntagsBlick“.
7. **Zuwachs für die Presseabteilung der Ford-Werke GmbH:** **Detlef Jenter** (50) wechselt innerhalb des Ford-Konzerns von der Europa-Presseabteilung in die Produkt-Kommunikation der deutschen Ford-Organisation in Köln. Dort ist er ab sofort für die Themen Nutzfahrzeuge und Flotten zuständig. Jenter hatte sich zuvor seit 1998 um verschiedene Aufgabenfelder in den Produkt-Kommunikationsteams von Ford Deutschland und Ford of Europe gekümmert, wobei die Nutzfahrzeug-Sparte des Unternehmens stets einer seiner Themenschwerpunkte gewesen ist. Jenter berichtet in seiner neuen Funktion an **Isfried Hennen**, Leiter Produkt-Kommunikation der Ford-Werke GmbH.
8. **EY Schweiz hat neue Kommunikationsleiterin:** **Karin Kirchner** (45) hat zum 1. Juli die Leitung der Kommunikationsabteilung von EY Schweiz in Zürich übernommen und ist für Media Relations und Interne Kommunikation der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsfirma bei den Eidgenossen verantwortlich. Sie berichtet an **Jacqueline Leichsering**, Leiterin Brand, Marketing and Communications, die bei EY Schweiz Marketing und



Integrierte Kommunikation verantwortet. Zuletzt war Kirchner seit 2015 bei Burson-Marsteller Zürich als Senior Consultant für Corporate Communications tätig. **Lukas Meermann**, der bisherige Leiter Media Relations, wird internationale Kommunikationsaufgaben bei EY für die Region DACH übernehmen.

9. **Generationswechsel in der Presseabteilung von Ford:** **Dolores Hemmer** (34) ist ab dem 1. August für die Presse-Testfahrzeugflotte der Ford-Werke GmbH zuständig und damit neue Testwagen-Koordinatorin. Sie folgt auf **Raimund Grosser** (60), der Ende August nach fast 45 Jahren im Dienste von Ford in den passiven Teil der Altersteilzeit wechselt. Hemmer trat 2002 in das Unternehmen ein. Nach ihrer Ausbildung zur Kauffrau für Bürokommunikation durchlief sie verschiedene Positionen im Unternehmen. Im Jahre 2013 wechselte sie in den Bereich Öffentlichkeitsarbeit der Ford-Werke GmbH. Hemmer berichtet an **Isfried Hennen**, Leiter Produktkommunikation der Ford-Werke GmbH.
10. **Q1 baut Unternehmenskommunikation aus:** **Daniel Hopkins** (38) steuert ab sofort die Öffentlichkeitsarbeit für die Q1 Energie AG in Osnabrück. In Personalunion ist er gleichzeitig als Assistent des Vorstands im Bereich Unternehmensentwicklung. Hopkins blickt auf langjährige Erfahrungen in den Bereichen Journalismus und Public Relations zurück. Er arbeitete unter anderem als Journalist für die „Neue Osnabrücker Zeitung“, „Die Welt“ und „stern.de“. Darüber hinaus war er als Pressesprecher und PR-Leiter für die internationale, interne und externe Kommunikation verschiedener Unternehmen verantwortlich.

Zuletzt war er mit seiner eigenen Agentur für Marketing und Kommunikation in Osnabrück und Berlin aktiv.

11. **Neue Aufgaben für Hatzopoulos bei P&G: Ioannis Hatzopoulos** (48) leitet seit kurzem die Nachhaltigkeitskommunikation für Global Baby Care bei P&G in Schwalbach bei Frankfurt am Main. In der neu geschaffenen Position ist er für die externe und interne Kommunikation verantwortlich und berichtet an die globale Geschäftsführung. Hatzopoulos arbeitete zuletzt als Senior Manager Wissenschaftliche Kommunikation für Baby & Feminine Care Europe, Middle East, India and Africa bei P&G. Für das Unternehmen P&G ist er bereits seit dem Jahr 2000 tätig.
12. **Meinl Bank und PR-Chef Huemer trennen sich: Thomas Huemer** (45) steht seit dem 30. Juni nicht mehr in Diensten der Wiener Bank Mainl. Seit 2009 war er dort als Head of Corporate Communications und Pressesprecher tätig. Nun möchte er als PR- und Strategieberater eine eigene Agentur aufbauen. Bevor Huemer zur Meinl Bank kam, war er Head of Media Relations beim Öl- und Erdgaskonzern OMV. Wer bei der Meinl Bank auf Huemer folgt, ist noch nicht bekannt.
13. **Giffeler wird Leiter des Hauptstadtbüros von Philip Morris: Stefan Giffeler** wird ab dem 1. September Leiter der Hauptstadtrepräsentanz von Philip Morris. In der neu geschaffenen Funktion berichtet er an Jörg Waldeck, Geschäftsführer Corporate Affairs der Philip Morris GmbH mit Firmensitz in Gräfelfing bei München. Zuletzt hat Giffeler seit 2010 die UNO-Sonderorganisation „Internal Labour Organization“ (ILO) in Genf, Brüssel und Berlin als Sprecher vertreten. Davor war er Sprecher des SPD-Vorstands in Berlin. Bei Philip Morris dürfte nun vor allem seine langjährige Erfahrung in Spitzenverwendungen bei Bundesministern für den Bereich Arbeit und Soziales oder Finanzen sowie Spitzenkandidaten für die Bundestags- und Europawahl gefragt sein.
14. **Rogl neuer Chief Communications Officer bei Unister: Dirk Rogl** (45) ist neuer Chief Communications Officer (CCO) der Unister Holding in Leipzig. In der neu geschaffenen Position ist er wie auch zuvor für die Kommunikation verantwortlich. Hinzu kommen für ihn nun die Themengebiete Politik, Sponsoring und Investor Relations des E-Commerce-Unternehmens. Rogl ist seit Dezember 2014 als Direktor Kommunikation für das Tochterunternehmen Unister Travel tätig. Im Juli 2015 übernahm er zusätzlich auch die Öffentlichkeitsarbeit der Holding. Beide Ämter übt Rogl auch künftig in Personalunion aus. Vor seinem Engagement in Leipzig war Rogl stellvertretender Chefredakteur des Touristik-Fachmagazins „fvw“.
15. **Schmid Nachfolger von Kersting bei Stage Entertainment: Christof Schmid** (38) übernimmt mit sofortiger Wirkung die Position des „Head of Public Relations Area North“ der Stage Entertainment GmbH in Hamburg. Er verantwortet damit die strategische Ausrichtung und Umsetzung sämtlicher PR-Maßnahmen rund um die Hamburger Produktionen des Live-Entertainment-Unternehmens. Er folgt damit auf **Holger Kersting** (48), der das Unternehmen Ende Juni Richtung Twitter verlassen hat. Schmid gehört bereits seit 2005 zum PR-Team der Stage Entertainment. In seiner neuen Position berichtet er direkt an den Area Director Sales & Marketing North **Clas Eckholt**.
16. **Doppelte Verstärkung für HSE24 Unternehmenskommunikation: Anja Feuerstacke** (42) und **Maria Verena Schmitt** (34) sind beim Home-shopping-Anbieter HSE24 in München neu im Team der Unternehmenskommunikation. Feuerstacke ist als Senior Referentin für Corporate Communications und die interne Kommunikation zuständig. Zudem übernimmt sie die Chefredaktion der internen Medien und die Organisation interner Veranstaltungen. Zuletzt war Feuerstacke

Senior Beraterin bei der Agentur BSKOM. Schmitt ist als Referentin Corporate Communications für die Produktkommunikation verantwortlich. Als Spezialistin für Produkt- und Lifestyle-PR war sie zuvor für die Agentur Loews GmbH tätig. Beide Neuzugänge berichten direkt an Unternehmenssprecherin **Fiona Lorenz**.

ETATS

Harvard gewinnt PR-Etat von Ricoh: Kommunikationsarbeit zur digitalen Transformation →



Harvard Engage! Communications ist neue PR-Agentur

der Ricoh Deutschland GmbH. Die Münchner Agentur berät ab sofort die Kommunikations- und Marketing-Abteilung des Spezialisten für digitalisiertes Dokumentenmanagement, IT- und Communication-Services, Produktionsdruck und Industrielösungen. Ricoh ist weltweit einer der führenden Hersteller für digitale Bürokommunikation und gilt zugleich als technologischer Wegbereiter für die Digitalisierung am Arbeitsplatz. Die deutsche Tochtergesellschaft beschäftigt an 14 Standorten hierzulande rund 3.000 Mitarbeiter und engagiert sich u.a. auch im Bildungsbereich durch die Entwicklung eines „Interactive Classrooms“ sowie innovativer Arbeitsformen wie das papierlose Büro. Mit dem Neukunden gewinnt die seit Jahresbeginn inhabergeführte Kommunikationsagentur Harvard einen weiteren Technologiekunden im B-to-B-Umfeld hinzu, dessen Services zu den Treibern des digitalen Wandels im Arbeitsleben zählen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Alibaba beauftragt Schwartz Public Relations →



Die Münchner Agentur Schwartz Public Relations hat einen weiteren, global tätigen Auftraggeber von ihrer Leistungskraft überzeugen können. Nach einem mehrstufigen Pitch gewann die Agentur den

Etat der chinesischen Alibaba Group, Hangzhou, und ist ab sofort für die Kommunikation der Alibaba Group in Deutschland zuständig. Alibaba ist das größte Handelsunternehmen weltweit gemessen am Bruttowarenavolumen und versteht sich als „Tor zu China“. Gleichzeitig ist Alibaba nach eigenen Angaben die größte IT-Firmengruppe Chinas. Im September des vergangenen Jahres meldete Schwartz PR, dass die Sharp Electronics Europe die Dienste der Agentur in Deutschland, Österreich und der Schweiz in Anspruch nimmt. Auch das taiwanesisches Unternehmen High Tech Computer Corporation (HTC) steht auf der Kundenliste der Münchner. Jetzt ein weiteres namhaftes internationales Unternehmen, das Schwartz PR beauftragt. Nach verschiedenen Etatgewinnen in der ersten Jahreshälfte scheint das Jahr 2016 nun besonders erfolgreich zu sein. Erst im Mai wurde die Agentur von Christoph Schwartz (Foto) als bester Arbeitgeber in Europa mit dem Sabre Award ausgezeichnet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„Mach’s einfach!“ - Palmer Hargreaves startet interne Kampagne für Deutsche Telekom →



Die internationale Agentur für Marketing und Kommunikation Palmer Hargreaves, Köln, hat die Kommunikationskampagne entwickelt, mit der die Deutsche Telekom den Launch ihres neuen interaktiven Intranets „you and me“ begleitet. „Mach’s einfach!“:

Mit diesem Claim schuf Palmer Hargreaves die Grundlage für eine 360-Grad-Kampagne zum Launch des interaktiven Intranets „you and me“. Ziel der Kampagne ist es, die unterschiedlichen Zielgruppen innerhalb des Konzerns zum Ausprobieren und aktiven Nutzen der neuen Plattform zu mobilisieren. Über verschiedene Kanäle werden alle Mitarbeiter sowohl on- als auch offline erreicht.

Für das neue „you and me“ verschmilzt die Deutsche Telekom unter Führung der Unternehmenskommunikation das bisherige statische Intranet mit dem internen sozialen Netzwerk zu einer Social Collaboration Plattform.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (22) (27./28. KW-2016) →

1. **Content Marketing für Verkehrssicherheit**
 wer: Bundesverkehrsministerium und Deutscher Verkehrssicherheitsrat, Berlin
 was: Neue Themenportal „runtervomgas.de“ im Rahmen der Kampagne „Runter vom Gas“
 an: **Scholz & Friends Group** und **deepblue networks AG**, beide Hamburg
2. **Pfisterer setzt auf Sympra**
 wer: Pfisterer Holding AG, Winterbach
 was: Produkt- und Unternehmenskommunikation, Beratung PR-Strategie, Medienarbeit
 an: **Sympra GmbH**, Stuttgart
3. **R/GA positioniert Siemens als "Employer of Choice"**
 wer: Siemens Aktiengesellschaft, München
 was: Leadagentur Employer Branding
 an: **R/GA London**
4. **Lotto und Toto mit Blumberry**
 wer: Lotto Hamburg GmbH, Hamburg
 was: Kreativagentur
 an: **Blumberry GmbH**, Berlin
5. **circlecomm unterstützt vitaphone in seiner Kommunikation**
 wer: Telemedizinanbieter vitaphone, Mannheim
 was: PR-Beratung und Netzwerkkommunikation
 an: **Circle Comm GmbH - Agentur für Gesundheitskommunikation**, Darmstadt
6. **Mit Raikeschwertner per Reisebaustein um die Welt**
 wer: erlebe-fernreisen GmbH, Weeze
 was: Medienarbeit in Deutschland / Schweiz
 an: **Raikeschwertner GmbH**, Hamburg
7. **„Impress Yourself“ mit Peugeot**
 wer: Peugeot Deutschland GmbH, Köln
 was: Betreuen des Peugeot Markenmagazins „Impress Yourself“
 an: **C3 Creative Code and Content GmbH**, Berlin
8. **Auto & Leben – mit Toyota**
 wer: Toyota Deutschland GmbH, Köln
 was: Konzept / Relaunch „Auto & Leben – das Toyota Magazin“
 an: **JDB MEDIA GmbH**, Hamburg
 (*Quelle: „cp-monitor.de“*)
9. **Salt Works macht Urlaub in Österreich**
 wer: Tourismusunternehmen Schultz-Gruppe, Kaltenbach / Hochzillertal
 was: PR, Content Marketing und Online- und Offline-Kommunikation sowie Medienarbeit
 an: **Salt Works**, München
10. **Neues Luxusresort auf den Malediven beauftragt GCE**
 wer: The St. Regis Maldives Vommuli Resort, (Malediven)
 was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 an: **Global Communication Experts GmbH**, Frankfurt am Main
11. **CLY hat zwei neue Baby- und Kindermarken als Neukunden**
 a) Cybex GmbH, Hednesford (England)
 b) gb GmbH, Bayreuth

was: PR- und Pressearbeit sowie Influencer- und Testimonial-Marketing in der Region DACH
an: **CLY Communication**, Berlin und New York

12. public link begleitet Neupositionierung von NETTO

wer: Lebensmitteldiscounter NETTO, Tochter des Konzerns Dansk Supermarked, Stavenhagen
was: PR-Aktivitäten auf dem deutschen Markt und Begleitung der Kampagne „Mehr Netto“
an: **public link**, Berlin

13. Neue Leadagentur für Deutschen Marketing Verband

wer: Deutschen Marketing Verband e. V. (DMV), Düsseldorf
was: Leadagentur für die Verbandskommunikation
an: **moskito GmbH & Co. KG**, Bremen

14. P3PR produziert ersten Berliner Sternekoch-Kanal

wer: Starkoch Kolja Kleeberg, Berlin
was: Strategische Positionierung mit Hilfe des YouTube-Sternkoch-Kanal
an: **Perfect Public Positioning (P3PR)**, Berlin

15. ff.k PR startet Kampagne für spanischen Wein

wer: ICEX Spanien Export (Wirtschafts- und Handelsbüro der Spanischen Botschaft), Madrid / Berlin
was: Ausrichtung Fachmesse "Ein Tag für Wein aus Spanien", Gestaltung Fachmagazin "VinosVinos", Pressearbeit, Informationsveranstaltungen für den Handel
an: **ff.k Public Relations**, Hamburg

16. Kern Gottbrath Kommunikation kocht mit GSI Outdoors

wer: Hersteller von Outdoor-Kochzubehör GSI Outdoors, Spokane (Washington, USA)
was: PR-Arbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz
an: **KGK - Kern Gottbrath Kommunikation GbR**, München

17. A&B One kommuniziert für Frankfurts neues Skylinequartier

wer: Bauprojektentwickler Groß & Partner, Frankfurt am Main
was: PR-Betreuung zur Neubebauung des ehemaligen Deutsche-Bank-Areals in Frankfurt City
an: **A&B One Kommunikationsagentur GmbH**, Frankfurt am Main

18. FRL Communication unterstützt Miss Goodlife und Warsteiner

wer: Modelabel Miss Goodlife, Hamburg, und Brauerei Warsteiner, Warstein
was: PR, Social Influencer Marketing und Celebrity-Kooperationen für Präsentation einer Kooperationskollektion auf der Fashion Week in Berlin
an: **Fashion Royal Lifestyle (FRL) Communication**, Hamburg

19. Straub & Straub unterstützt DAK-Gesundheit

wer: Krankenkasse DAK-Gesundheit, Hamburg
was: Konzeption, grafische und redaktionelle Aufbereitung für das Kundenmagazin „fit!“ und Broschüren sowie Content-Produktion und Social Media
an: **Straub & Straub**, Hamburg

20. KPRN network gewinnt PR-Etat für Tisenti

wer: Sardinien-Ferienhausagentur Tisenti, München
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **KPRN network**, Frankfurt am Main

21. eins energie bleibt bei den Berliner Hirschen

wer: Energieversorger eins energie in sachsen GmbH & Co. KG, Chemnitz
was: Kundenkommunikation, Markenstrategie und Vertriebskampagne „eins verbindet Fans“
an: **Zum goldenen Hirschen Berlin GmbH**

AGENTUREN

MHP und Dukas Linden gehen Partnerschaft ein – Büro in Frankfurt am Main →



MHP und Dukas Linden gehen Partnerschaft ein –

Büro in Frankfurt am Main MHP Communications (MHP), eine strategische Kommunikationsberatung mit Sitz in Großbritannien und Niederlassungen in Deutschland und Asien, und Dukas Linden Public Relations (DLPR), eine New Yorker Kommunikationsagentur, sind eine strategische Partnerschaft eingegangen. Ziel der Zusammenarbeit ist es, den Kunden in den Bereichen Financial- und Professional Services ein globales Dienstleistungsangebot bieten zu können. Daher kündigt MHP die Eröffnung einer deutschen Niederlassung in Frankfurt am Main an, um sowohl von dort bestehende Kunden zu unterstützen, als auch das Deutschlandgeschäft weiter auszubauen. Die Niederlassung in Frankfurt wird von Christian Pickel geleitet. Pickel ist Direktor in MHP's Finanzkommunikationssparte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deekeling Arndt Advisors tritt internationalem AMO-Beratungsnetzwerk bei →



Deekeling Arndt Advisors in Communications (DAA), Düsseldorf, ist am 11. Juli

dem internationalen Beratungsnetzwerk AMO beigetreten. AMO vereint seit mehr als 15 Jahren führende Beratungsunternehmen im Bereich der Strategie- und

Kapitalmarktkommunikation. Allein im vergangenen Jahr wurden von den Unternehmen der AMO-Gruppe mehr als 220 M&A-Transaktionen weltweit beraten und begleitet. DAA hat bereits vor einigen Jahren damit begonnen, den Ausbau des Bereichs Kapitalmarktkommunikation voranzutreiben. Die Mitgliedschaft bei AMO ist ein wesentlicher weiterer Schritt im Rahmen dieser Wachstumsstrategie. „Wir freuen uns, mit DAA einen Partner gefunden zu haben, der bei seinen Kunden eine hohe Reputation und Wertschätzung genießt und seit mehr als 20 Jahren auf dem deutschen Markt in vielen Sektoren tätig ist“, sagte Angus Maitland, Co-Vorsitzender des AMO-Partnernetzwerkes. Und er ergänzte: „Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit DAA, mit der wir die Arbeit des Netzwerkes vorantreiben und unseren Erfolg bei unseren Kunden ausbauen wollen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Agentur-Ranking Österreich 2015: Grayling vor Ecker & Partner und Rosam Change →



Die PR-Agenturen Österreichs schauen auf ein weniger erfolgreiches Jahr 2015 zurück. Marktführer bleibt die Agentur Grayling Austria, doch der Umsatz der Wie-

ner Agentur ging im Vorjahr um knapp sechs Prozent zurück. Zwar änderte sich in der Rangfolge der ersten sechs Agenturen nichts, aber lediglich Rosam (+ 6,4 %), ikp (+ 2,4 %) und The Skills Group (+ 1,0 %) verzeichneten einen Zuwachs. „ExtraDienst“, die Internettageszeitung der österreichischen Kommunikationsbranche, fasst die Lage so zusammen: „Der Gesamtkuchen wird nicht größer, die Grenzen zwischen den Disziplinen verschwimmen, die Anforderungen steigen rasanter als Budgets und Umsätze. Das ExtraDienst-Ranking der PR-Agenturen zeichnet das Bild einer Branche im Umbruch.“ So musste sich der Branchenführer unter den PR-Agenturen, Grayling

Austria, mit knapp sechs Millionen Euro Honorarumsatz in 2015 begnügen. Ecker & Partner landete mit fünf Millionen auf Platz 2. Dritter wurde Rosam Change, die sich auf knapp vier Millionen steigern konnten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Victoria Wagner führt Ketchum Deutschland →



Die globale PR-Agentur Ketchum **PLEON** führt die Agenturen Ketchum Pleon, Brandzeichen und Emanate unter dem Dach Ketchum Deutschland in

Düsseldorf zusammen. Vertreten an acht Standorten handelt es sich um die zweitgrößte Kommunikationsberatung Deutschland. In Pfeffers PR-Ranking wurden die Ergebnisse der drei Agenturen Ketchum Pleon, Brandzeichen und Emanate bereits in den vergangenen Jahren zusammengefasst, das Ergebnis für 2015: mit 49,55 Millionen Euro Honorarumsatz belegte die Gruppe Platz zwei hinter Media Consulta (54,93 Millionen Euro). Nun ist es die Aufgabe von Victoria Wagner als CEO die Agenturgruppe erfolgreich weiter zu führen. Bisher war sie Geschäftsführerin der Agentur Brandzeichen, die als Mitglied der Ketchum Gruppe auf einen Honorarumsatz von 6,6 Millionen Euro in 2015 kam. Wagner wird in ihrer neuen Aufgabe von Simone Hoch und Horst Wettlaufer unterstützt. Hoch ist aktuell Managing Partner von Ketchum Pleon München. Sie übernimmt die Position des Chief Operating Officers. Wettlaufer bleibt CFO. Gemeinsam bilden sie das Executive Board von Ketchum Deutschland. Bitte beachten Sie zum Führungswechsel bei Ketchum Germany auch den "PR-Journal"-[Beitrag über die Ablösung von Dirk Popp](#) als CEO von Ketchum Pleon.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (10) (27./28. KW-2016) →

1. **webguerillas werden Teil von Territory:** Territory, die europäische Agentur für Content Communication, übernimmt die Digitalagentur webguerillas und baut ihr Angebot weiter aus. webguerillas gehören mit rund 160 Mitarbeitern und zu den großen inhabergeführten Agenturen Deutschlands und sind Spezialist für Mobile-, Social-Media-, Influencer- und Alternative Marketing. An den Standorten München, Berlin, Hamburg und Köln betreut die Spezialagentur Unternehmen wie die Deutsche Telekom, Hornbach, Google und Saturn. Geführt wird die Agentur, die künftig unter dem Namen „**Territory webguerillas**“ firmiert, auch weiterhin von dem Managementteam um David Eicher, Martin Wittmann und Ares Georgoulas.
2. **Ehrenberg Kommunikation wächst weiter:** Nach der Eröffnung eines Büros in Oslo Anfang 2016, wird die Hamburger Kommunikationsagentur nun Teil des Agenturnetzwerks International Tourism Communication Network ([ITCN World](#)), einem Zusammenschluss führender Marketing – und Kommunikationsagenturen mit Tourismusfokus. Damit stärkt die Agentur weiter ihre internationale Ausrichtung. Ehrenberg Kommunikation arbeitet für eine Vielzahl von Tourismuskunden, die von nationalen Fremdenverkehrsämtern bis hin zu regionalen Destinationen, Städten oder Attraktionen reichen. Unter anderem zählen Tourism Ireland, SalzburgerLand sowie die Costa Brava und die Pyrenäen von Girona zu den Kunden.
3. **Piabo gründet Unit für E-Commerce und Brand PR:** Die Berliner Agentur Piabo hat ein Spezialteam für E-Commerce und Brand PR gegründet. Die neue Unit ergänzt die Kompetenzen der B2B- und B2C-Teams. Die Führung übernimmt **Sunny Wunsch**, die von der Berliner Agentur Cly Communication kommt. Dort war sie unter anderem für Sarenza, einem der führenden

französischen Online-Händler, Escada und Samsung verantwortlich.

4. **hauspresse.de steigt bei verkaufspartys.net ein:** **Andreas Schneck**, Gründer und Geschäftsführer des Portals verkaufspartys.net, Karlsruhe, und der PR-Experte **Michael d'Aguiar** haben in diesen Tagen eine Zusammenarbeit vereinbart. D'Aguiar wird mit der Agentur hauspresse.de, Herxheim, ab sofort die Öffentlichkeitsarbeit der schnell wachsenden Online-Plattform verantworten und ist im Gegenzug hierfür prozentual an deren Geschäftserfolg beteiligt. Als erstes Ziel geht es den neuen Partnern darum, die Bekanntheit der Marke zu erhöhen und weitere Nutzer für die Plattform zu generieren. Derzeit sind mehr als 2.500 aktive Nutzer registriert, die in vielen Fällen auch die Premiumdienste von verkaufspartys.net nutzen.
5. **Bauer Xcel Media baut Geschäftsfeld in Hamburg aus:** **Bauer Xcel Media** steigt nun auch ins Content Marketing-Geschäft ein. Unter Leitung von Geschäftsleiter **Markus Hüßmann** und **Carina Laudage**, Director Commercial Content, soll die neue Agentur „Proof.“ Content Marketing-Lösungen und Trafficmanagement anbieten. Im Zentrum steht neben der Gestaltung und Umsetzung kreativer Konzepte für journalistische Kundenportale deren systematischer Reichweitenaufbau. Das Leistungsspektrum des neuen Angebots reicht von Beratung und Projektmanagement, Konzeption und Strategie, Contenterstellung in Text und Video über Audience Development, Setup und Betreuung der relevanten Kanäle bis zu Analyse und Optimierung. (*Quelle: „cp-monitor.de“*)
6. **Münchener Agenturchefin neu im PRBI-Vorstand:** **Judith Huss**, Gründerin und Inhaberin der seit 15 Jahren im deutschsprachigen Raum tätigen PR-Agentur Huss-PR-Consult in München, wurde zur Vizepräsidentin des internationalen Netzwerks PR Boutiques International™ (PRBI) gewählt. Damit gehört sie für die Periode

2016 / 2017 dem Vorstand unter der Führung von **Lee Weinstein**, Weinstein PR in Portland, Oregon, an. Das PRBI-Netzwerk hielt sein Jahrestreffen Anfang Juli in San Francisco ab, es zählt nun 38 inhabergeführte PR-Agenturen in zwölf Ländern als Mitglieder. Das nächste, zehnte Mitgliedertreffen findet im Juni 2017 in Berlin statt.

7. **Territory gründet neuen Kompetenzbereich Event:** Die Agentur für Content Communication Territory, Hamburg, erweitert ihr Angebot. Territory baut den Kompetenzbereich Event auf und bietet seinen Kunden damit zusätzlich Leistungen im Bereich inhaltsgetriebener Markenerlebnisse. Leiten wird den Bereich die Live-Kommunikationsspezialistin **Celine Moison** (38). Das Leistungsspektrum des neuen Bereiches umfasst Konzeption, Beratung und Planung auch die Umsetzung. Moison hat bereits für Unternehmen und Agenturen wie Sabre Travel Network London, Publicis Deutschland und CE+Co gearbeitet. Zuletzt war die gebürtige Französin selbstständig und hat unter anderem die Organisation des Nannen Preises verantwortet.
8. **Eurocom Worldwide wächst in den USA und Südosteuropa:** Das PR-Netzwerk Eurocom Worldwide begrüßt zwei neue Mitglieder: Mit der **Gabriel Marketing Group, Washington**, kommt eine zweite Agentur für den US-Markt an Bord und in Südosteuropa expandiert das Netzwerk mit **Visicom PR, Zagreb** (Kroatien) nach Kroatien, Serbien und Slowenien. Eurocom Worldwide ist seit seiner Gründung 2002 kontinuierlich gewachsen und heute eines der größten Netzwerke unabhängiger PR-Agenturen. Netzwerk-Partner für die Region DACH ist **Schwartz Public Relations, München**. Robin Baker, Chairman von Eurocom Worldwide, sagte: „Wir freuen uns, mit GMG und Visicom zwei passende neue Partneragenturen an Bord zu haben.“
9. **Telekom-Tochter The Digitale mit neuer Führungsstruktur:** **Dominique Korschinek, Peter**

Bilz-Wohlgemuth und **Karsten Lohmeyer** leiten seit Anfang 2016 das Kundengeschäft der Content Marketing-Agentur The Digitale. Jetzt hat die Deutsche Telekom diese Führungsstruktur ihrer Tochtergesellschaft festgeschrieben: Korschinek wurde als Nachfolger von **Jens Schultze** zum CEO berufen. Bilz-Wohlgemuth und Lohmeyer übernehmen die Posten des Chief Technology Officer (CTO) und Chief Content Officer (CCO). The Digitale wurde 2014 als 100-prozentige Tochter der Telekom AG in München gegründet. Mit Berufung der neuen Geschäftsleitung wurde der Wechsel des Business Owners von T-Online zur T-Systems MMS in Dresden abgeschlossen.

10. **oha communication wird Partner des Agentur-Netzwerks Comvort:** oha communication erweitert das Service-Angebot für weltweit agierende Kunden. Die Stuttgarter Unternehmensberatung für internationale Public Relations hat sich dem Netzwerk Comvort angeschlossen. oha berät seit der Gründung durch Oliver Frederik Hahr im Jahr 2007 Unternehmen im Prozess der Internationalisierung. Die 1989 ins Leben gerufene **Comvort Group** ist ein Netzwerk spezialisierter, unabhängiger und eigentümergeführter Unternehmen in allen Bereichen integrierter Marketing-Kommunikation. Der Zusammenschluss zählt mehr als 950 Agenturen in über 40 Ländern zu seinen Mitgliedern.

UNTERNEHMEN

Energieversorger NEW entwickelt Mitarbeiter-App samt Infotainment →



Die interne Kommunikation modernisieren, Mitarbeiter verschiedener Standorte näher zusammenbringen und ein Tool für Mitarbeiter ohne PC-Arbeitsplatz

schaffen - diese drei Ziele setzte sich der Energieversorger NEW AG mit Hauptsitz im niederrheinischen Mönchengladbach für die Entwicklung seiner Mitarbeiter-App „M'app“. Seit wenigen Wochen wird der neue Kommunikationskanal nun von vielen der rund 2.000 Mitarbeiter des Unternehmens genutzt. „Im Gegensatz zu vielen anderen Unternehmen haben wir uns entschieden, die App komplett inhouse zu entwickeln, anstatt ein Whitelabel- oder Baukastenprodukt zu kaufen“, sagt Christina Achtnich (Foto M.; © NEW AG), Pressesprecherin und Leiterin der Abteilung Kommunikation des Energieversorgers mit rund 390.000 Kunden im Strom- und rund 160.000 Kunden im Gasgeschäft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CEO-Reden unter der Lupe: Höttges am verständlichsten, Appel, Schneider und Krüger dicht auf →



Spitzenmanager im Verständlichkeits-Check: Die Reden deutscher CEOs sind immer besser zu verstehen. Dies ist das Endergebnis einer Studie der Universität Hohenheim in Zusammenarbeit mit dem „Handelsblatt“. Professor Frank Brettschneider und sein Team untersuchen, wie verständlich die Vorstandsvorsitzenden der DAX-30-Unternehmen auf den Hauptversammlungen ihrer Unternehmen sprechen. Im Schnitt erreichen die Werte in diesem Jahr 14,3 Punkte auf einer Skala von 0 bis 20. Damit hat sich die formale Verständlichkeit nun zum vierten Mal in Folge verbessert. Nach dem Hohenheimer Verständlichkeitsindex erreicht Timotheus Höttges (Telekom) mit 19,5 Punkten den höchsten bisher gemessenen Wert. In den letzten fünf Jahren war kein Redner verständlicher als der Vorstandsvorsitzende der Telekom. Gleich drei Redner teilen sich den zweiten Platz. Mit je 18,4 Punkten bieten Frank Appel (Deutsche Post), Harald Krüger (BMW) und Ulf Schneider

(Fresenius SE) Top-Leistungen. In einem Zwischenbericht im „PR-Journal“ vom 19. Mai führte noch RWE-Chef Peter Terium mit 18,2 Punkten das Ranking an.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ORGANISATIONEN

Interview mit Prof. Röttger zu Big-Data: „Daten sind die neue Währung – auch in der Kommunikation“ →



„Das größte Potenzial liegt sicherlich darin, Stakeholder entsprechend ihrer individuellen Bedürfnisse adressieren zu können.“ Ulrike Röttger (Foto), Professorin für Public Relations-Forschung an der Universität Münster, äußert sich im nachfolgenden Interview zu den Chancen und Risiken von Big Data in der Unternehmenskommunikation. Außerdem verweist sie auf ein aktuelles Dilemma. Zwar seien sich 72 Prozent der Kommunikationsexperten sicher, dass Big Data ihr Berufsfeld verändern werde, doch nur etwa 20 Prozent habe Big-Data-Anwendungen bisher implementiert. Was die in Deutschland verbreitete Skepsis gegenüber Big-Data angehe, so ruft sie Unternehmen zu mehr Transparenz im Umgang mit der Nutzung ihrer Daten auf.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Mathias Döpfner zum BDZV-Präsidenten gewählt →



Der Vorstandsvorsitzende der Axel Springer SE, Mathias Döpfner (Foto), ist heute in Berlin von der Delegiertenversammlung des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) zum Präsidenten des

BDZV gewählt worden. Er tritt die Nachfolge von Helmut Heinen an. Der Herausgeber der „Kölnischen / Bonner Rundschau“ stand 16 Jahre an der Spitze des Verlegerverbands. Mathias Döpfner erklärte nach seiner Wahl: „Die Digitalisierung stellt die Zeitungsbranche vor existenzielle Herausforderungen. Neue Wettbewerber, neue Vertriebsformen, ein neuer Regulierungsrahmen - ein starker und moderner Verlegerverband, der das Printgeschäft mit Leidenschaft pflegt und gleichzeitig das digitale Zukunftsgeschäft innovationsfreudig gestaltet, ist dabei wichtiger denn je. Ich freue mich, diese Aufgabe mit dem Präsidium und allen Mitgliedern des BDZV in Angriff nehmen zu dürfen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BEHÖRDEN

Neue Kommunikationsstrategie für die Schweiz: „Die Stärken stärken“ →



Der Schweizer Bundesrat stellt die Kommunikation für die

Eidgenossen in den Jahren 2016 bis 2019 unter das Motto: „Die Stärken stärken“. So soll die Landeskommunikation für die Schweiz in den nächsten Jahren geprägt werden. Ziel ist es, die positive und differenzierte Wahrnehmung der Schweiz im Ausland zu fördern und so dazu beizutragen, dass die Schweiz ihre Interessen auf internationaler Ebene wahren kann. Ein positives Image im Ausland sei kein Selbstzweck, sondern ein wichtiges Instrument im internationalen Standortwettbewerb, das den außenpolitischen Handlungsspielraum, Investitionen, den wirtschaftlichen, wissenschaftlichen und kulturellen Austausch und den Tourismus beeinflusse, heißt es in einer

Pressemitteilung. Der Bundesrat verabschiedete die neue Strategie am 6. Juli. Für die Umsetzung der Strategie Landeskommunikation 2016 bis 2019 ist die Abteilung Präsenz Schweiz im Generalsekretariat des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten (EDA) in Bern zuständig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BRANCHE

Drei-Wochen-Urlaubsregelung bei ORCA Affairs: eine Zwischenbilanz →



Mitte 2014, also vor exakt zwei Jahren, überraschte ORCA Affairs die Agenturbranche mit der Meldung „Neue Urlaubsregelung – drei Wochen am

Stück“. Die Reaktionen der Agenturkollegen waren gespalten: hier Begeisterung, dort Zweifel an der Realisierbarkeit und wieder woanders klare Ablehnung bis zu harschen Angriffen wie „Schröder entmündigt Mitarbeiter“. Heute, zwei Jahre danach, ziehen Michael T. Schröder, geschäftsführender Hauptgesellschafter, und die Mitarbeiter von ORCA Affairs eine durchweg positive Bilanz. „Ich selbst hatte nie Zweifel an der Umsetzbarkeit solch einer vertraglichen Zusatzregelung. Wenn die gesamten Organisationsstrukturen und eine Unternehmenskultur der totalen Kollegialität vorhanden sind und gelebt werden, dann können derartige Regelungen auch umgesetzt werden. Wir können nicht nur über Work-Life-Balance reden, sondern wir müssen auch die richtigen Antworten und Lösungsmodelle dafür entwickeln“, so Michael T. Schröder.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Energiewende: Wissenschaftler für mehr Bürgerbeteiligung →



Die Energiewende ist ein Großprojekt mit vielen Baustellen. Sie wird nur gelingen, wenn sie von

vielen Menschen mitgetragen und unterstützt wird. Aber wie können Bürgerinnen und Bürger dafür interessiert werden? Zwei Forschungsprojekte stellten letzte Woche in Berlin vor, wie Beteiligung und Kommunikation für diese Zukunftsaufgabe so gestaltet werden kann, dass sie die Menschen mitnimmt und Spaß macht. Akteure der Energiewende erhalten aus den Projekten neue Ideen, wie sie sensibilisieren und Partizipation organisieren können: von unterschiedlichen Serious-Game-Formaten, über ein Ausstellungskonzept für jüngere Zielgruppen bis hin zu einem Methodenbaukasten für die nachhaltige Gestaltung von Innovationsprozessen.

Das Foto (© Gordon Welters / IÖW) zeigt, dass eine Beteiligung an der Energiewende auch spielerisch möglich ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

MEDIEN

Ein Verlag erfindet sich neu: Quadriga Knowledge-Hub →



Wer jetzt in einer Suchmaschine Heli Media GmbH eingibt, der findet die Quadriga Media Ber-

lin GmbH. Damit ist klar, Rudolf Hetzel und Torben Werner haben ihr Unternehmensportfolio neu geord-

net, ein neues Markendach errichtet und die Positionierung überarbeitet. Beim Quadriga Annual Day am 14. Juli stellten die beiden Unternehmensgründer ihren Gästen das neue Unternehmenskonzept vor: Aus



der Gründung der Berliner politikAgentur im Jahr 2000 ist Im Jahr 2016 der „Quadriga Knowledge-Hub“ geworden. Das Angebot der Ma-

cher: die lebenslange Begleitung von Mitgliedern der acht Berufsfelder Politik und Public Affairs, PR und Communication, Human Resources, Vertrieb, Marketing, General Management, Compliance sowie IT Governance & Security in Fragen der Bildung, Information, Vernetzung und IT-Lösungen. Das erklärte Ziel lautet, Menschen in ihrem Berufsleben besser zu machen. Zusammengefasst wurde alle Anstrengungen in dem Claim: „keep questioning“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Axel Springer führt inside.app für internationale Mitarbeiterkommunikation ein →



Die Axel Springer SE führt ein neues konzernübergreifendes Kommunikationsangebot für die Mitarbeiter des immer internationaler werdenden Unternehmens ein. Die durch die Unternehmenskommunikation verantwortete inside.app versteht sich als „Magazin für das Smartphone“ und ergänzt die bestehenden Angebote der Mitarbeiterkommunikation (Intranet, Mitarbeitermagazin und

wöchentlicher Newsletter). Die App wird wöchentlich mit neuen Inhalten aktualisiert und steht in Deutsch und Englisch zur Verfügung. Die primäre Zielgruppe der Geschichten aus den Themenbereichen „People“,

„Technology“, „Business“ und „Job Culture“ sind die rund 15.000 Mitarbeiter aller zu Axel Springer gehörenden Unternehmen, ganz egal ob sie in Hamburg, Paris, New York, Warschau, Berlin, Tel Aviv, Madrid oder London arbeiten. Die App steht jedoch auch allen Interessierten außerhalb des Unternehmens offen, seien es Alumni oder Bewerber, Journalisten oder ganz allgemein Menschen, die sich für die Menschen bei Axel Springer und die Entwicklung des Unternehmens interessieren.

Rommerskirchen wehrt sich gegen DJV-Kündigung →



Ab welchem Zeitpunkt die Verbandszeitschrift des Deutschen Journalisten Verbandes (DJV), der „journalist“, nicht mehr im Verlag Rommerskirchen produziert wird, darüber ist das letzte Wort

wohl noch nicht gesprochen. **Wie berichtet**, hatte der Bundesvorstand des DJV den laufenden Vertrag mit dem Verlag Rommerskirchen nach eigenen Angaben „fristgerecht“ zum 30. September 2016 gekündigt. Vom 1. Oktober 2016 an sollte der Hamburger **New Business Verlag GmbH & Co. KG** der neue Partner der Journalistengewerkschaft sein. Dem hat der Verlag Rommerskirchen jetzt widersprochen. In einer kurzen Verlautbarung des Verlags aus Remagen-Rolandseck hieß es, dass „die Kündigung der Herausgeberschaft durch den DJV unwirksam sei“ und der DJV noch bis zum 31. Dezember 2020 an den Verlag Rommerskirchen gebunden sei. Der Vorgang wurde von Rommerskirchen als „nicht nachvollziehbar“ eingestuft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Umfrage: Wie sehen Journalisten die Zukunft der Kommentarbereiche? →



Der Umgang mit Leserkomentaren wird immer schwieriger. Manche Medien haben inzwischen sogar die Kommentarfunktion teilweise eingeschränkt. Zu sehr scheinen Populisten und Extremisten

diese Foren zu bestimmen. Stimmt diese Bild oder ist auch das wieder nur ein extremer Ausschnitt. Mit der dritten Studie nach 2011 und 2014 versucht das Düsseldorfer PR-Agenturnetz ECCO gemeinsam mit dem Journalistenportal „newsroom.de“ ein klareres Bild zu gewinnen. Per Online-Fragebogen werden Journalisten in Deutschland, Österreich und der Schweiz um ihre Einschätzung gebeten. „Wir wollen vor allem herausfinden, wie sich das Bild seit 2014 verändert hat, deshalb haben wir den Fragebogen nahezu unverändert gelassen,“ erläutert Lutz Cleffmann (Foto), Geschäftsführer von ECCO Düsseldorf, den Ansatz der aktuellen Studie. Journalisten, die sich an der Studie beteiligen möchten, können den Fragebogen unter dem folgendem [Link bei ECCO](#) anfordern.

Medien compact (5) (27./28. KW-2016) →

1. **Schwitzer wird neuer Chef der AP-Weltnachrichten: Andreas Schwitzer** (37) wird neuer Chef der AP-Weltnachrichten bei dpa. Schwitzer übernimmt die Funktion zum 1. August von **Vereena Schmitt-Roschmann** (50), die zur gleichen Zeit Büroleiterin in Brüssel wird. Schmitt-Roschmann hatte den Dienst mehr als drei Jahre geführt. Schwitzer, in Österreich geboren, studierte Hispanistik und sammelte seine ersten journalistischen Erfahrungen bei der „Tiroler Tageszeitung“ in Innsbruck. 2013 stieß er zum Team der AP-Weltnachrichten.
2. **Correctiv gründet „Virtuelle Akademie für gemeinnützigen Journalismus“**: Das journalistische Portal „Correctiv“ hat ein Bildungsprogramm initiiert. Eine „virtuelle Akademie“ soll den „gemeinnützigen, aufklärerischen Journalismus“ in Deutschland fördern. Die Ausbildung wird in den folgenden Bereichen erfolgen: Informationen sammeln, aufbereiten und verbreiten. Bürger vor Ort sollen damit befähigt werden, sich selbst Informationen zu beschaffen und „für Transparenz zu sorgen“. Die Deutsche Bank fördert das Projekt mit 25.000 Euro. Neben Internetseiten und Lehrvideos will Correctiv Lehrbücher veröffentlichen. Auch Workshops sind geplant. Weitere Infos sind [hier zu finden](#).
3. **„Bild“ führt Zitate-Ranking von pressrelations an**: Die „Bild“ steht im ersten Halbjahres 2016 unangefochten an der Spitze des Zitate-Rankings von **pressrelations in Düsseldorf** und ist das am meisten zitierte Medium Deutschlands. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2015 konnte sie mit knapp 800 zusätzlichen Zitaten klar zulegen. Auf den weiteren Plätzen: die „Süddeutsche Zeitung“, die Gemeinschaftsredaktion von „Welt“ und „Welt am Sonntag“, die „Welt Gruppe“ und der „Spiegel“. Auf Platz 5 folgt die ARD, die größte Gewinnerin des bisherigen Jahres. Sie setzt den Trend fort und erreicht 799 Zitate mehr. Ziel des Rankings ist es, den Nachrichtenwert (Exklusivität) von Redaktionen deutscher Medien zu bestimmen und nachzuweisen.
4. **dfv Mediengruppe und der Fachverlag der F.A.Z. vertiefen Zusammenarbeit**: Frankfurt Business Media (FBM), der Fachverlag der Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH (F.A.Z.), und die Maleki Communications Group GmbH (MCG), ein Tochterunternehmen der dfv Mediengruppe, haben eine strategische Allianz vereinbart. Frankfurt Business Media und die Maleki Communications Group werden zukünftig das jährlich im November in Frankfurt stattfindende europäische Branchentreffen der Finanz- und Versicherungswirtschaft, die „**Euro Finance Week**“, gemeinsam durchführen und vermarkten. Zudem wollen

MCG und FBM zusammen weitere Veranstaltungs- und Konferenzformate im Bereich Banken und Finanzen entwickeln.

5. **Wechsel in der Chefredaktion der „Nürnberger Nachrichten“: Michael Husarek (49) und Alexander Jungkunz (53)** sind neue Chefredakteure der „Nürnberger Nachrichten“. Als Doppelspitze lösen sie den bisherigen Chefredakteur **Joachim Hauck** ab, der in den Ruhestand geht. Husarek und Jungkunz waren beide zuletzt Stellvertreter Haucks. Während Jungkunz trotz neuer Aufgabe Chef der Politikredaktion bleibt, gibt Husarek die Leitung der Lokalredaktion Nürnberg ab. Sein Nachfolger dort wird **Andreas Franke (54)**.

SOCIAL MEDIA

Social Media-Auftritt zur Fußball-EM: Coca Cola stürmt Facebook und YouTube

→



Coca Cola ist der erfolgreichste Sponsor der diesjährigen Fußball-Europameisterschaft auf Facebook und YouTube. Auf Twitter liegt McDonald's ganz vorn. Dies belegt eine neue Analyse der

webguerillas. Hierzu hat die Agentur für alternative Werbung und Influencer Marketing die deutschen Social Media-Aktivitäten rund um die zehn EM-Sponsoren Carlsberg, Coca Cola, Continental, Hisense, Hyundai Motor Company, Kia Motors, McDonald's, Orange, Turkish Airlines und Adidas Fußball analysiert. Voraussetzung für die Teilnahme am Ranking ist eine offizielle Social Media-Präsenz in Deutschland. Das von der Macromedia Hochschule wissenschaftlich entwickelte Analyse-Verfahren stützt sich dabei auf vier Kerngrößen: „Brand Punch“,

„Brand Awareness“, „Brand Applause“ und „Amplification“. Analysiert wurden die Social Media-Präsenzen unter der Federführung von Stefan Widenhorn, webguerillas-Senior Research Manager, im Zeitraum von Juli 2015 bis Juni 2016.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (1) (27./28. KW-2016) →

1. **Lesehinweis: Social Media für Messen – so geht's** – Online-Kommunikation und Social Media sind aus dem Umfeld von Veranstaltungen und Messen nicht mehr weg zu denken. Doch wie gestaltet ein Messeveranstalter sein Online-Marketing und Social Media-Engagement? Wohin geht die Entwicklung? „Connected“, ein Blog der Messe Frankfurt, hat dazu mit **Thimo Schwenzfeier** gesprochen, Leiter Marketing-Kommunikation für Veranstaltungen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH zu Textiles & Textile Technologies. Er beschreibt Social Media als Erfolgsgeschichte mit hohem Nutzen für Branding, Service-Infrastruktur, Kontaktabbau und neuen Möglichkeiten zur Mobilisierung von Ausstellern und Besuchern. Lesen Sie selbst in „Connected“.

AUTOREN-BEITRÄGE

Neugeschäft: „Manche Agenturen neigen zur Überheblichkeit“ →



Wie Agenturen es auch angehen, neue Kunden zu akquirieren, Selbstdarstellungen zu versenden scheint kein probates Mittel zu sein. Bei meinen Recherchen was PR-Agenturen beim New Business

besser machen können, habe ich mit Jörg Schillinger gesprochen, der bei Dr. Oetker in Bielefeld die Unternehmenskommunikation leitet. Ihm fällt auf, dass die meisten Dienstleister dazu neigen zum allergrößten Teil Selbstdarstellungen zu schicken. Schillinger: „Der Anteil dieser Post liegt bei 80 bis 90 Prozent. Mit solchen Mailings wird man aber bei uns kaum Erfolg haben.“ Eine solche Aussage wird verständlich, wenn man weiß, dass bei Dr. Oetker vieles inhouse gelöst wird. Man wechselt Agenturen auch nicht schnell, sondern strebt eine langfristige Zusammenarbeit an. Schon deswegen ist die Anzahl der potenziell möglichen Aufträge, die an neue Agenturen vergeben werden können, gering.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autorenbeitrag: Kritik im eigenen Wikipedia-Artikel – was tun? →



Wikipedia genießt als Informationsquelle großes Ansehen. Die freie Enzyklopädie gilt als neutrales „Sprungbrett zum Wissen“. Auf Einträge über Unternehmen,

bekannte Marken oder Produkte greifen Journalisten, Kunden und Geschäftspartner sowie potenzielle Angestellte und Auszubildende zu – allesamt wichtige Zielgruppen der Unternehmenskommunikation. Das Interesse an der Gestaltung von Wikipedia-Artikeln durch Unternehmen und PR-Agenturen wächst stetig. Das „Mitmach-Lexikon“ stellt Neu-Autoren allerdings Hürden in den Weg. Die Beiträge von Unternehmen und PR-Agenturen werden außerdem sehr genau beobachtet. Besonders heikel ist in Wikipedia-Unternehmensartikeln der Umgang mit kritischen Passagen. Der vorliegende Beitrag von Peter Wuttke (Foto) ist der zweite Teil einer Serie von Beiträgen über Öffentlichkeitsarbeit in Wikipedia.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

#alldigital - Jahrestagung des Bundesverbands Hochschulkommunikation →



Vom 14. bis zum 16. September findet in Göttingen die Jahrestagung des Bundesverbands Hochschulkommunikation statt. Rund 400 Hochschulkommunikatoren werden zu einem intensiven Erfahrungsaustausch erwartet. Unter der Überschrift #alldigital wartet ein prall gefülltes Programm auf die Teilnehmer: In der Vortagung, die bereits am 13. September beginnt, geht es um die Frage, wie und wo die Hochschulen Interessenten erreichen. Ab dem 14. September werden dann zahlreiche Workshops angeboten. Der Eröffnungsvortrag von Stefanie Schneider, Landessenderdirektorin Baden-Württemberg beim SWR Südwestrundfunk, beschäftigt sich mit der digitalen Herausforderung für Medienhäuser und dem Einfluss auf die Hochschulkommunikation. Am 15. September schließt sich die Mitgliederversammlung des Bundesverbands an. Am Abend beginnt dann um 19:30 Uhr die „Lange Nacht der Hochschulkommunikation“. Die Tagung endet am 16. September mit dem Abschlussplenum. Der Bundesverband ist der Zusammenschluss der Kommunikationsverantwortlichen an Hochschulen in Deutschland und hat zurzeit rund 700 Mitglieder. Nähere Informationen zum Programm der Jahrestagung finden sich auf der [Website](#).

SEMINARE

Seminare compact (2) (27./28. KW-2016) →

1. **Journalistisches Schreiben intensiv trainieren:** Die **AFK Akademie Führung und Kommunikation** hat den nächsten Trainingstermin vom **22. bis 26. August 2016** frei. Das Journalistische

Schreibtraining (S1) bietet an fünf Seminartagen die Grundlagen zum journalistischen Schreiben für PR-Fachleute. Darüber hinaus dienen 24 praktische Trainingseinheiten mit individuellem Feedback der persönlichen Leistungssteigerung der Teilnehmer. Auf dem Programm stehen: Nachrichtensprache, Umgang mit Nachrichtenwert und Aufbau unterschiedlicher journalistischer Texte von der Meldung über Bericht und Interview bis hin zur Reportage. Veranstaltungsort ist Oberursel bei Frankfurt am Main. Weitere Informationen auf der [AFK-Website](#).

2. **PR-Intensivtraining für Assistenz und Sekretariat:** Speziell für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in assistierenden Funktionen bietet die **AFK Akademie Führung und Kommunikation** das PR-Intensivtraining BA1 – PR für Assistenz und Sekretariat an. Der 1. Teil findet vom **25. bis 29. Juli 2016 in Oberursel** bei Frankfurt am Main statt. Das Seminar vermittelt Grundlagen der Kommunikation und wichtiges PR-Basis-knowhow. Die Absolventen sollen ihre Aufgaben als Schnittstelle zu internen und externen Ansprechpartnern nach dem Training noch souveräner wahrnehmen können. Ihre Vorgesetzten sollen sie noch professioneller und intelligenter entlasten können. Weitere Informationen auf der [AFK-Website](#).

BILDUNG

Bildung compact (1) (27./28. KW-2016) →

1. **GWA startet Studiengang für den Agenturnachwuchs:** Im Rahmen seines Nachwuchsprogramms hat der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA, Frankfurt am Main, in Zusammenarbeit mit der **Hochschule Fresenius** den Bachelorstudiengang Marketing-Kommunikation entwickelt. Das berufsbegleitende Studium ist auf die beruflichen Anforderungen an den

Nachwuchs in Kommunikationsagenturen zugeschnitten und an den Standorten Hamburg und Frankfurt der Hochschule Fresenius möglich. Studienbeginn ist das **Sommersemester 2017**. Interessenten können sich ab dem **1. Oktober 2016 bewerben**. Studierende aus GWA-Agenturen zahlen eine vergünstigte Studiengebühr. Weitere Informationen gibt es auf der [GWA-Website](#).

STUDIEN

Umfrage: Ist Unternehmenskommunikation fit für die digitale Transformation? →



Die digitale Transformation verändert die Unterneh-

menskommunikation. Welche konkreten Herausforderungen bringt der Wandel mit sich und inwieweit fühlen sich Kommunikatoren dafür gerüstet? Das wollen die Frankfurter Agentur Lautenbach Sass und die PRCC Personalberatung aus Düsseldorf in einer gemeinsamen Umfrage herausfinden. Zur Teilnahme aufgerufen sind Kommunikatoren jeder Erfahrungsstufe. Die Umfrage mit dem Titel „Ist Unternehmenskommunikation fit für die digitale Transformation?“ steht läuft bis einschließlich 31. Juli und [ist hier zu finden](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Quartalsberichte sind kürzer und lesefreundlicher →



Der DIRK - Deutscher Investor Relations Verband hat eine von ihm bei der TU Darmstadt in Auftrag gegebene Studie über

die Quartalsberichtspraxis deutscher Unternehmen im ersten Quartal 2016 vorgestellt. Erstmals seit Neuregelung der Berichtspflichten börsennotierter Unternehmen im November 2015 wurden die tatsächlich veröffentlichten Berichte untersucht. Die Studie belegt, dass ein wichtiges Ziel der Neuregulierung bereits erreicht wurde: Die Inhalte wurden gestrafft und komprimiert. Zu Lasten der Qualität ging dies offenbar nicht, so die Meinung von Analysten und Investoren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Umfrage zur Wirtschaftskompetenz: Schäuble Spitze bei Bevölkerung und Journalisten →

Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble bleibt aus Sicht der Bevölkerung der wirtschaftskompetenteste Politiker. Auch bei Wirtschaftsjournalisten nimmt er unangefochten den Spitzenplatz ein. Bundeskanzlerin Angela Merkel und Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel setzen bei Wirtschaftsjournalisten ihren negativen Trend der letzten zwölf Monate fort. Die FDP-Politiker Christian Lindner und Wolfgang Kubicki hingegen legen bei diesen an Ansehen zu. Dies sind die Ergebnisse zweier Umfragen, die das Wirtschaftsforschungsinstitut Dr. Doebelin im Juni und Juli 2016 durchgeführt hatte.

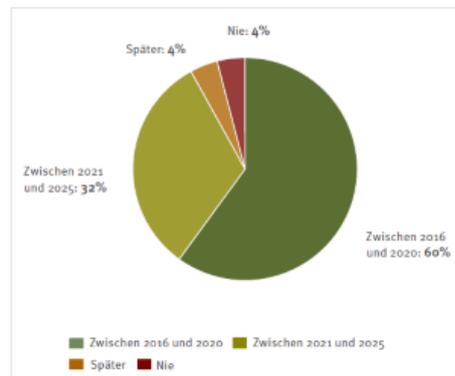
Das Institut stellte jeweils die Frage, welche Politiker als „ziemlich kompetent“ gelten, „wenn es um Wirtschafts- und Finanzthemen geht“. Vorgelegt wurde den Befragten jeweils eine Liste mit drei Politikern jeder Bundestagsfraktion (FDP und AfD: jeweils zwei Politiker jeder Partei).

Im Vergleich zum Dezember 2015 haben sich in der Bevölkerung die Reputationswerte fast aller Politiker kaum verändert – wohl aber im Jahresvergleich zu Juni 2015. Besonders ausgeprägt sind die Verluste bei Bundeskanzlerin Angela Merkel (im Juni 2016 halten sie nur noch 22 Prozent der Bürger für „ziemlich kompetent“ in Wirtschaftsfragen gegenüber 33

Prozent im Juni 2015) und Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel (28 Prozent im Juni 2015 gegenüber 22 Prozent im Juni 2016).

An den Online-Umfragen hatten 1005 Personen im Alter von 16 bis 65 Jahren sowie 200 Wirtschaftsjournalisten teilgenommen.

Studie „Unternehmenskommunikation 4.0“: Data Analysts werden Rockstars der PR-Branche →



In einer aktuellen Delphi-Studie hat eine Projektgruppe des Masterstudiengangs Media & Design Management der Hochschule RheinMain in Wiesbaden unter dem Stichwort „Unternehmenskommunikation 4.0“ künftige Herausforderungen in der Unternehmenskommunikation untersucht. Durchgeführt wurde die Studie von Studierenden unter wissenschaftlicher Leitung der Professoren Wolfgang Jäger und Bodo Kirf sowie wissenschaftlicher Begleitung von Kai-Nils Eicke, Senior Consultant bei DJM Communication GmbH. Für die künftige „Unternehmenskommunikation 4.0“ wurden folgende Veränderungen prognostiziert: Durch die fortschreitende Digitalisierung und datenbasierte Vernetzung wird sich die Kommunikationsarbeit von PR-Professionals künftig deutlich verändern. So erwarten 60 Prozent der Befragten, dass „Digital first“ und „Mobile first“ bis spätestens 2020 als Imperative moderner Stakeholder-Kommunikation gelten (siehe nebenstehende Grafik).

So erwarten 60 Prozent der Befragten, dass „Digital first“ und „Mobile first“ bis spätestens 2020 als Imperative moderner Stakeholder-Kommunikation gelten (siehe nebenstehende Grafik).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Vertrauen in die Wirtschaft:
Lebensmittelbranche rückt auf den
zweiten Platz →**



Die Lebensmittelbranche ist nach der Technologieindustrie der Wirtschaftsbereich mit dem zweithöchsten

Vertrauen in Deutschland. Das geht aus einer Sonderauswertung der globalen Vertrauensstudie Edelman Trust Barometer 2016 mit Fokus auf die Lebensmittelwirtschaft hervor, die Edelman.ergo heute veröffentlicht hat. Demnach ist das Vertrauen der Deutschen in die Lebensmittelbranche im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. 57 Prozent der allgemeinen Bevölkerung sprechen dem Wirtschaftszweig ihr Vertrauen aus. Im Jahr 2015 waren es noch 55 Prozent. Damit ist die Lebensmittelwirtschaft nach der Technologiebranche der Wirtschaftssektor mit dem zweithöchsten Vertrauen überhaupt. Der ehemals Zweitplatzierte, die Automobilindustrie, verliert Vertrauen und rutscht auf Platz sechs.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

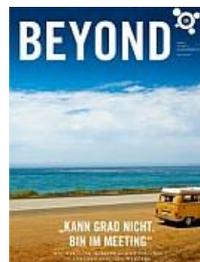
Studien compact (1) (27./28. KW-2016) →

- Umfrage: Trendmonitor Interne Kommunikation 2016:** Wie verändert sich die Interne Kommunikation – und was bedeutet das für das Berufsbild des internen Kommunikationsmanagers? Dieser Frage geht die SCM – School for Communication and Management bereits zum vierten Mal nach, in diesem Jahr gemeinsam mit MPM Corporate Communication Solutions. Der Fokus der Studie liegt auf den organisatorischen Rahmenbedingungen, dem Arbeitsfeld und den Instrumenten sowie dem Profil der internen Kommunikationsmanager. Welchen Stellenwert die Mitarbeiterzeitung aktuell inne hat und welche Rolle die Digitale Transformation in der Internen

Kommunikation bereits spielt, wird ebenfalls erfragt. Unter [diesem Link](#) können PR-Schaffende bis zum 15. August an der Online-Umfrage teilnehmen. Die Auswertung erscheint im November und wird auf der Tagung Interne Kommunikation am 2./3. November in Düsseldorf vorgestellt.

LESEHINWEISE

Fachmagazin „Beyond“: Interne Kommunikation im mobilen Zeitalter →



Die digitale Arbeitswelt verheißt neue Möglichkeiten der Information, Kommunikation und virtuellen Zusammenarbeit und bricht traditionelle Kommunikationsformen der Internen Kommunikation auf. Doch scheinen dabei häufig die Mitarbei-

ter ohne festen PC-Arbeitsplatz vernachlässigt. Wie wir durch mobile Kommunikation in Zukunft arbeiten werden und was das für die Interne Kommunikation bedeutet, ist Thema der sechsten Ausgabe des Fachmagazins „Beyond“.

In Interviews und Fachbeiträgen widmet sich das Fachmagazin unter anderem folgenden Fragen: Welche Lösungen bieten sich für die mobile Mitarbeiterkommunikation? Wie erreicht man Mitarbeiter zum Beispiel in Vertrieb oder Produktion und wie gelingen Kommunikation und Zusammenarbeit in Unternehmen dezentral und standortübergreifend?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die #Kommunikationspolizei geht in den Ruhestand →

Kommunikationsexperten in der Rolle von "Geschichtenerzählern, Ratgebern, Krisenmanagern und Befähigern" statt Kommunikationspolizisten sind heute in der PR gefragt. Dies ist die Kernaussage eines Blog-

Beitrags der Frankfurter Agentur Lautenbach Sass. Die Agentur bezog sich auf eine intensiv per Social Media geführte Diskussion über die Rolle der Unternehmenskommunikation im Unternehmen, in die sich per Twitter zuletzt auch die Polizei Frankfurt eingeschaltet hatte.



Lautenbach Sass hatte zum Thema **Philipp Schindera** (Foto l.), Leiter Corporate Communications der Deutschen Telekom, interviewt und das Gespräch als

YouTube-Video veröffentlicht. Location des Interviews: vor dem Polizeirevier in Frankfurt. „Was hat die Kommunikation mit der Polizei zu tun“, so lautete eine Frage. Oder: „Wird die Unternehmenskommunikation überflüssig?“ Ob die PR-Schaffenden in den Unternehmen um ihre Jobs bangen müssen, das **erfahren Sie hier**.

Netzwerk Recherche streitet darüber, ob Journalisten auch PR betreiben dürfen →



Unter der Überschrift „Streit um Standards: Dürfen Journalisten PR?“

berichtet Daniel Bouhs von der Jahrestagung des Netzwerks Recherche. Strittiger Punkt ist der 5. Punkt im Medienkodex. Dort heißt es „Journalisten machen keine PR“. Junge Teilnehmer an der Jahrestagung wünschten sich einen zeitgemäßen Umgang mit dieser Regel, die so zu pauschal sei. Studentin Daniela Friedrich sagte: „Das Ideal, Journalisten machen keine PR, geht an der Realität der meisten Journalisten vorbei.“ Nun wurde der Kodex aktualisiert, doch der umstrittene Punkt 5 blieb wie er war, unverändert. Lesen die den vollständigen Beitrag von Daniel Bouhs direkt auf den Seiten des **Medienmagazins Zapp auf „ndr.de“**. Dort findet sich auch ein knapp vierminütiges Video mit Statements zum Thema.

STAMM MEDIEN-NEWS

Stamm Medien-Newsletter Juli 2016 →

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (ca. 24.000) in Deutschland (Print / Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk / Radio + Fernsehen, Online (seit 2003)). Im Juni 2016 wurden 4.044 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 18.658 Medien. Der monatliche „Stamm Medien-Newsletter“ informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA IM DIALOG

Burson Marsteller CEO Alexander Fink: Große internationale Unterschiede in der PR-Arbeit →



Für die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) sind Nachwuchsförderung und die gezielte Verbesserung des Images von Kommunikationsagenturen gegenüber

Studierenden wichtige Ziele der Verbandsarbeit. 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 die Gelegenheit, alle Fragen über das Agenturgeschäft zu stellen, die sie für relevant halten. In der siebten Folge stellte sich Alexander Fink (Foto r.), CEO von Burson Marsteller Germany den Fragen von Ruth Karner (l.), Studentin des Masterstudiengangs Unternehmenskommunikation in Mainz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

JOBANGEBOTE

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

Gesuche (3)

Die 3 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

Angebote (50)

Stellenangebote der Agenturen

- Junior PR-Manager(in) im Bereich Tourismus, München
- Junior-PR-Berater (m/w), München
- Berater/Seniorberater Healthcare/Medtec (m/w) bei JP|KOM in Frankfurt a.M.
- PR Junior Account Manager (m/w), München
- Junior-Redakteur / -Berater (w/m), Essen
- PR-Referent/-in / PR Manager, München
- Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Automotive, Hamburg
- Hansmann PR sucht PR-Assistenten (m/w) für Unit Mode in München
- Werkstudent im Bereich PR / Kommunikation (w/m), Berlin
- Social Media-/Digital Publishing-Profi (m/w) Schwerpunkt Konzept und Text, Hannover
- PR-Berater/in für den Bereich Fashion, Beauty & Celebrities, Hamburg
- Hamburger PR-Agentur sucht PR Junior-Berater (m/w)
- (Junior) Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf
- PR-Berater/in gesucht - ab sofort, Düsseldorf
- Kohl PR & Partner sucht PR-Berater (m/w), Berlin
- PR-Jung-Redakteur und PR Junior-Account Manager IT- IT-Security, München
- PR-Berater (Account Manager) (w/m) für den Bereich Consumer Technology & Lifestyle, Frankfurt a.M., Düsseldorf oder München
- Studentische(n) Mitarbeiter(in) für unsere PR-Abteilung, Berlin
- Senior Consultant/Teamleiter(in) bei KOOB in Mülheim a.d.R.
- Consultant (m/w) Consumer Communications bei MSL Germany in Frankfurt
- Senior Consultant (m/w), München
- Junior PR Berater (m/w), Köln
- 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.

Stellenangebote der Unternehmen

- Referent Unternehmenskommunikation/Marketing (w/m), Leverkusen
- Content Management Voba Direkt, Villingen-Schwenningen
- PR Manager (w/m), Hamburg
- Communications Manager (m/w), Berlin
- Stabsstelle Kommunikation, Frankfurt a.M.
- Senior Kommunikationsmanager (w/m), Dessau-Roßlau
- Leitung Kommunikation und Marketing / Unternehmenssprecher/in, Saarland
- Referent (m/w) Public Relations in Bad Homburg v.d.H.
- Wirtschaftsjournalist/Referent Unternehmenskommunikation (m/w), Bad Homburg v.d.H.
- Communications Manager (m/w) Media Relations and Digital, Frankfurt a.M.
- Mitarbeiter (m/w) im Vertriebsinnendienst in Hamburg

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

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

Volontariat/Trainee

Die 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 18. Juli 2016 um 16:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.553 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 27,0 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.542 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.