

NEWSLETTER 532

40. KW 2016

- ++ Professor Bentele für sein Lebenswerk ausgezeichnet ++
- ++ Studie: Kommunikatoren sind digital nicht fit genug ++
- ++ Hill+Knowlton baut neue Beratungsbereiche auf ++

TOP MELDUNGEN

Gruner + Jahr führt Marketing und PR unter Leitung von Frank Thomsen zusammen →



Das Hamburger Verlagshaus Gruner + Jahr bündelt die Kommunikationsaktivitäten des Unternehmens. Frank Thomsen (Foto r.) übernimmt vom 1. November

an zusätzlich zur Unternehmenskommunikation auch die Verantwortung für das Marketing des Hamburger Verlags. Gruner + Jahr will damit die Kommunikation über das Unternehmen und seine starken Marken weiter modernisieren und digitalisieren. Die bisherige Marketingleiterin Anke Worrigen wechselt zur G+J-Tochter Territory. Bei der Content Communication-Agentur übernimmt sie ab dem 1. November die Aufgaben als Chief People & Communication Officer. Die Verantwortung für die Marketingaktivitäten im B-to-C- und B-to-B-Bereich rund um die G+J Print- und Digital-Marken soll nun der bisher nur für die Unternehmenskommunikation zuständige Thomsen mitübernehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

WMP EuroCom AG expandiert und übernimmt die Cortent Kommunikation AG →



Mit einer strategischen Erweiterung vergrößert die Unternehmens- und Kommunikationsberatung WMP EuroCom AG in Berlin ihr Beratungsangebot und ihre Präsenz in

Deutschland. Zusätzlich zu den bisherigen Standbeinen bietet WMP mit einem neuen Standort in Frankfurt am Main künftig auch den Schwerpunkt Finanzkommunikation in allen Facetten an. Das haben Vorstand und Aufsichtsrat des Unternehmens beschlossen. Für den Aufbau des neuen Büros hat die WMP erfahrene Kräfte an Bord geholt. Das Frankfurter Büro wird künftig von klassischer Investor Relations Arbeit (IR) über Begleitung bei finanziellen Transaktionen, Börsengängen (IPO) sowie Unternehmenszusammenschlüssen und -Zukäufen (M&A), Geschäftsberichten und Corporate Publishing ein weites Feld abdecken. Die Leitung des Frankfurter Büros übernehmen Sebastian McCoskrie und Jörg Müller als Managing Directors. Vorsitzender des Vorstands der WMP EuroCom AG ist Michael Inacker (Foto).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 532. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 28 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1
Gruner + Jahr führt Marketing und PR unter Leitung von Frank Thomsen zusammen →	1
WMP EuroCom AG expandiert und übernimmt die Cortent Kommunikation AG →	1
Frankfurt Airport Servicekommunikation vergibt Etat an Wilde & Partner →	3
Professor Bentele für sein Lebenswerk ausgezeichnet →	3
Personalien	3
Unister: Dirk Rogl verabschiedet sich als Chief Communications Officer →	3
Buschhausen verlässt Edelman und geht neue Wege →	4
Desch-Gerber spricht für Deutsche Employer Branding Akademie →	4
Wagner wird Kommunikationschef bei moneymeets →	5
Faßbender-Menzel neuer Leiter der AXA Unternehmenskommunikation →	5
Johanssen + Kretschmer erweitert Partnerboard →	5
Coca-Cola mit neuen regionalen Kommunikatoren →	6
Personalien compact - Unternehmen (5) (40. KW-2016) →	6
Personalien compact - Sonstige (3) (40. KW-2016) →	7
Personalien compact - Agenturen (3) (40. KW-2016) →	8
Etats	8
ressourcenmangel startet Kampagne für Reformationsjubiläum der evangelischen Kirche →	8
SWISS und achtung machen weiter: Gutes kann man oft noch SWISSEN →	9
Etats compact (13) (40. KW-2016) →	9
Agenturen	11
Neues Angebot: Hill+Knowlton Strategies baut „People & Purpose“ Beratungsbereich auf →	11
Ex-Havas-Geschäftsführer Buchtien bietet Stressprävention und -abbau für Agenturen →	11
Wilde & Partner PR führt Modell zur flexiblen Arbeitszeitgestaltung ein →	11
Auch Hill+Knowlton bietet gezielte Beratung zum Brexit →	12
Aviareps übernimmt Maro und Partner →	12
Agenturen compact (1) (40. KW-2016) →	12

Organisationen.....	13
DPRG-NRW zu Gast bei der SMS group: Kommunikationswandel durch Digitalisierung →	13
Branche.....	13
Frank Behrendt auf Vortragsreise: Alles nur Show oder wahrer Menschenfreund? →	13
Verfahren gegen Böhmermann eingestellt - Erdogan legt Beschwerde ein →	13
Medien	14
Futuristisches Verlagsgebäude soll Axel Springers digitale Ausrichtung unterstreichen →	14
Social Media	14
Studie: Social Media wird integraler Bestandteil der B-to-B-Kommunikation →	14
Termine.....	15
Barcamp „Zukunft der PR“ an der Hochschule Hannover →	15
5. AIKA-Agenturgipfel Ruhr: Die Macht der Emotionen →	15
Termine compact (1) (40. KW-2016) →	15
Studien.....	16
Studie: Digitale und interne Kommunikation sind Top Prioritäten für Kommunikationsmanager →	16
Lesehinweise	16
Neues Magazin „1 – Content Marketing für Alle“ erscheint im Oktober →	16
Abrechnung von Jung von Matt mit der Werbebranche im „Handelsblatt-Magazin“ →	16
Neues Buch: Leitfaden Digitale Transformation →	17
Lesehinweise compact (1) (40. KW-2016) →	17
Preise und Awards.....	17
Preise und Awards compact (1) (40. KW-2016) →	17
STAMM Medien-News.....	17
Stamm Medien-Newsletter Oktober 2016 →	17
Jobangebote	18
Gesuche (2)	18
Angebote (38)	18
Volontariat/Trainee.....	18
Praktikum	18
Impressum	19

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site Ihr

Thomas Dillmann und das Team vom PR-Journal

Frankfurt Airport Servicekommunikation vergibt Etat an Wilde & Partner →



Erfolgreiche Landung auf einem der größten Drehkreuze Europas: Nach einer mehrstufigen Wett-

bewerbspräsentation hat sich die Münchner w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH den PR-Etat der Fraport AG für den Bereich Servicekommunikation des Frankfurter Flughafens gesichert. Neben klassischen PR-Aktivitäten wird das Team von Wilde & Partner den Flughafen Frankfurt unterstützen, die zahlreichen Vorzüge des größten deutschen Airports für seine Passagiere über verschiedene PR-Maßnahmen zu transportieren. Darüber hinaus gehören die kommunikative Begleitung neuer Service-Angebote, Agenda-Setting und kreative PR-Aktionen zu den Aufgaben der Agentur. Jürgen Harrer, Leiter der Unternehmenskommunikation bei der Fraport AG: „Die Vernetzung in der Reise- und Luftfahrtindustrie, die Kreativität und das Renommee von Wilde & Partner sowie eine außergewöhnliche Präsentation haben uns überzeugt. Wir haben ambitionierte Ziele und sind sehr zuversichtlich, mit der Agentur den passenden Partner gewählt zu haben.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Bentele als verdienter Wissenschaftler geehrt. Dem emeritierten Leipziger Kommunikationsprofessor wurde die Ehrung als herausragender Gelehrter zu teil. Der Preis gilt als persönliche Auszeichnung für sein Lebenswerk und ruft seine außergewöhnlichen Verdienste für Forschung und Lehre in der internationalen Public Relations als Sozialwissenschaft in Erinnerung. Den Preis überreichte Professor Øyvind Ihlen, Präsident der EUPRERA, im Rijksmuseum in Amsterdam.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Professor Bentele für sein Lebenswerk ausgezeichnet →



Vom 29. September bis zum 1. Oktober tagte die EUPRERA (European PR Education and Research Association), das europäische PR-Netzwerk für Bildung und Forschung, in Groningen und Amsterdam. Mitglieder sind rund 500 europäische Forscher im Bereich Kommunikationsmanagement und strategischer Kommunikation aus mehr als 40 Ländern. Im Rahmen des Kongresses wurde Günter

PERSONALIEN

Unister: Dirk Rogl verabschiedet sich als Chief Communications Officer →



Dirk Rogl (45, Foto) ist nicht mehr Chief Communications Officer der Unister Holding in Leipzig. Die Öffentlichkeitsarbeit der insolventen Unister Holding GmbH und ihrer Tochtergesellschaften obliegt, wie bereits in der Phase der vorläufigen Insolvenz, dem Insolvenzverwalter Lucas F.

Flöther, der dazu mit der Agentur möller pr GmbH zusammenarbeitet. Rogl, langjähriger Journalist und Touristikexperte, steht dem Unternehmen und dem Insolvenzverwalter vorerst weiter beratend zur Verfügung. „Wir danken Dirk Rogl für sein großes Engagement und die geleistete Arbeit und freuen uns, dass er uns als Berater erhalten bleibt“, sagte Flöther. Rogl war seit Dezember 2014 als Direktor Kommunikation zunächst für die Touristik-Tochter Unister Travel tätig und erhielt erst im Juni dieses Jahres erweiterte strategische Aufgaben als Chief Communications Officer der nunmehr insolventen Unister Holding GmbH. Zuvor war Rogl 15 Jahre für die touristische Fachzeitschrift „fww“ tätig, zuletzt als stellvertretender Chefredakteur.

Buschhausen verlässt Edelman und geht neue Wege →



Bernd Buschhausen (Foto), Gründer und langjähriger Leiter des Hauptstadtbüros von Edelman, hat die Agentur Ende September verlassen. Jetzt spielt er

mit dem Gedanken, sich selbständig zu machen. Die letztverbindliche Entscheidung ist aber noch nicht gefallen. Buschhausen sagte: „Wenn man Neues will, sollte man nicht beim Alten bleiben. Nach acht erfolgreichen Jahren bei Edelman ist es Zeit, Neues anzugehen“, sagt Buschhausen. Der Zeitpunkt sei gut, auch die Politik richte sich neu aus, erklärte Buschhausen weiter. Zu seinen Plänen machte er nur vage Angaben: „Diese Neuausrichtung bedarf neuer Gestaltungsansätze. Denn nachhaltig erfolgreiche Public Affairs überzeugt nicht nur Entscheidungsträger mit starken Argumenten, sie muss heute digitaler und kreativer werden, um Mehrheiten für das eigene Anliegen zu begeistern. Dafür werde ich in Zukunft meine nationale und europäische Erfahrung einbringen.“ Dazu bringt er reichhaltige Erfahrung aus seiner Zeit bei Edelman und Fleishman-Hillard mit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Desch-Gerber spricht für Deutsche Employer Branding Akademie →



Alexa Desch-Gerber (Foto) ist seit September neue Pressesprecherin der Deutschen Employer Branding Akademie (DEBA) in Berlin. Zudem verantwortet sie das Business Development der Employer Branding-Beratung. Beide Positionen wurden neu geschaffen. In ihrer Tätigkeit soll sich Desch-Gerber darauf konzentrieren, den Außenauftritt auszubauen und das Neugeschäft voranzutreiben. Sie berichtet an Geschäftsführer Wolf Reiner Kriegler. Desch-Gerber war bereits seit März 2015 bei der DEBA als Projektleiterin tätig. Von 2013 bis 2016 war sie zudem Geschäftsführerin der Hamburger B-to-B-Kommunikationsberatung Leads Up! und hatte eng mit der DEBA zusammengearbeitet. Bis 2013 hatte Desch-Gerber für neun Jahre das Marketing der DAT GmbH & Co.KG geleitet.

Wagner wird Kommunikationschef bei moneymeets →



Riccardo Wagner (42, Foto) hat zum 1. Oktober die neu geschaffene Stelle des Leiters Marketing und PR bei dem Kölner Fintech-Unternehmen moneymeets

GmbH übernommen. Er ist damit zukünftig für die Markenführung, das strategische und operative Marketing und die Unternehmens-PR verantwortlich. Er berichtet direkt an die Gründer Dieter Fromm und Johannes Cremer. Zu seinen Kernaufgaben wird zunächst der Auf- und Ausbau des Marketing- und Redaktionsteams zählen sowie die Weiterentwicklung der Marketing- und Contentstrategie des Unternehmens. Wagner war zuvor Inhaber der Kommunikations- und Unternehmensberatung BetterRelations. Außerdem hat er über viele Jahre als freier Journalist die „PR-Journal“-Redaktion als Korrespondent aus der Region Rheinland unterstützt.

Faßbender-Menzel neuer Leiter der AXA Unternehmenskommunikation →



Gregor Faßbender-Menzel (48, Foto) leitet seit dem 1. Oktober die interne und externe Kommunikation der AXA Konzern AG in Köln. Er berichtet in dieser Funktion an Alexander Vollert,

der am 16. September als Vorstandsvorsitzender in das Unternehmen eingetreten ist. Nach abgeschlossenen Studiengängen der Volkswirtschaft und des Sport-Managements führte Faßbender-Menzels Berufsweg unter anderem in die Unternehmenskommunikation namhafter Finanzdienstleister und zu Kommunikationsberatungen. Nach insgesamt 13 Jahren wechselte er in ein auf Finanzmärkte fokussiertes Internetunternehmen. Zuletzt war Faßbender-Menzel seit 2013 im Volkswagen Konzern für die interne und externe Kommunikation der Finanzdienstleistungs-



tochter Volkswagen Financial Services AG verantwortlich. Bei der deutschen AXA wird er die digitalen Transformationen federführend kommunikativ begleiten.

Johanssen + Kretschmer erweitert Partnerboard →



Mit der Verpflichtung von Geraldine Schroeder (Foto) als Consulting Partner zum 1. Oktober erweiterte das Beratungsunternehmen für strategische Kommunikation und Stakeholdermanagement sein Partnerboard

von derzeit drei auf vier Partner. Mit Geraldine Schroeder wird Johanssen + Kretschmers Team um eine Kommunikationsexpertin mit langjähriger Erfahrung ergänzt. Nach mehrjähriger journalistischer und beratender Tätigkeit wechselte sie auf Unternehmensseite in die Kommunikationsbereiche internationaler Unternehmen, vor allem im Energiesektor. So war sie

in leitender Funktion unter anderem beim schwedischen Energieversorger Vattenfall Europe, der Wasserkraftsparte des deutschen Maschinenbauers Voith (Voith Hydro) sowie zuletzt bei Storengy Deutschland tätig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Coca-Cola mit neuen regionalen Kommunikatoren →



Marlen Knapp (35, Foto l.), Julian Stürcken (33, M.) und Christina Witt (34, r.) arbeiten seit Anfang Oktober als neue Referenten für die regionale Kommunikation von Coca-Cola. Zu den Aufgaben der drei Neuzugänge zählt die interne und lokale externe Kommunikation in den sieben Verkaufsgebieten sowie die Unterstützung der regionalen Public Affairs Aktivitäten von Coca-Cola. Die drei Referenten berichten an Steffen Türk, Manager Interne Kommunikation. Die Gesamtverantwortung für den Bereich Public Affairs und Unternehmenskommunikation für Coca-Cola in Deutschland liegt bei Patrick Kammerer. Das Coca-Cola in Deutschland besteht aus Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH und der Coca-Cola GmbH, die ihren Sitz in Berlin hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Unternehmen (5) (40. KW-2016) →

1. **Von der ZMG zurück zu Aleris: Ulrike Sand**, die seit 2012 als Pressesprecherin für die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft tätig ist, kehrt als Communications Managerin Europe zurück



zum Aluminiumhersteller Aleris in Frankfurt am Main. Dort war sie bereits vor ihrem Wechsel in die Medien- und Marketingbranche neun Jahre lang beschäftigt. Von 2002 bis 2011 arbeitete sie als Referentin Unternehmenskommunikation für den Baustoffkonzern Thomas Gruppe mit Sitz in Simmern. (*Quelle: „new-business.de“*)

2. **Stollberg wechselt bei BMW nach Mexiko: Almut Stollberg** (43) hat eine neue Aufgabe innerhalb der BMW Group übernommen. Seit dem 1. Oktober ist sie Senior Manager Communications für das BMW Werk in San Luis Potosí, Mexiko. Zuvor arbeitete sie als Pressesprecherin in der Abteilung Wirtschafts- und Finanzkommunikation in München. Die Position in Mexiko wurde neu eingerichtet. Stollberg berichtet an **Nikolai Glies**, Vice President Corporate Communications bei BMW of North America. Vor ihrer Zeit bei BMW war sie von 2005 bis 2011 Teamleiterin Public Affairs bei EnBW Energie Baden-Württemberg.
3. **Collmann spricht für Nürnberger Versicherungsgruppe: Björn Collmann** (40) hat zum 1. September die Leitung der Unternehmenskommunikation bei der Nürnberger Versicherungsgruppe mit Sitz in Nürnberg übernommen. Die Position wurde neu geschaffen. Collmann arbeitete zuvor als Pressesprecher bei den Generali Versicherungen in München. Er berichtet an den Vorstandsvorsitzenden **Armin Zitzmann**.
4. **Neuer Kommunikationschef bei Jungheinrich: Martin Wielgus** (34) ist zum 1. September vom

Pressesprecher zum Leiter der Unternehmenskommunikation beim Maschinenhersteller Jungheinrich in Hamburg befördert worden. Vorgänger **Alexander de Grahl** verantwortet nun die Bereiche Vertrieb und Marketing. Wielgus war für Jungheinrich zuvor seit gut einem Jahr als Pressesprecher tätig. In seiner neuen Position berichtet er an den Vorstandsvorsitzenden **Hans-Georg Frey**.

5. **Johler wird neuer Marketing-Chef von Coca-Cola Deutschland: Andreas Johler** wird als Nachfolger von **Christoph Isenbürger** zum 1. November neuer Marketing Director von Coca-Cola Deutschland, Berlin. Johler ist seit 2005 bei Coca-Cola und startete als Marketing Manager für Österreich. Derzeit ist Johler als Director Sparkling und Integrated Marketing Communication für die Region Central Southern Europe zuständig. Bevor er zu Coca-Cola kam, war Johler zehn Jahre lang in verschiedenen Marketing-Positionen tätig. Er berichtet an **Bianca Bourbon**, General Manager Coca-Cola Deutschland, Dänemark und Finnland. Vorgänger Isenbürger übernimmt strategische Projekte in der Marketing-Organisation.

Personalien compact - Sonstige (3) (40. KW-2016) →

1. **Jung spricht für Hertha BSC: Marcus Jung** (47) leitet seit dem 7. September Kommunikation und Medien beim Fußballbundesligisten Hertha BSC in Berlin. Er wurde Nachfolger von **Peter Bohmbach**, der sich nun um die Themen Corporate Social Responsibility und Publikationen für den Verein kümmert. Jung arbeitete zuletzt als selbstständiger Berater für Medien und Öffentlichkeitsarbeit und davor 13 Jahre lang als Medienchef beim VfB Stuttgart. Bei Hertha BSC berichtet er an **Michael Preetz**, Geschäftsführer Sport, Kommunikation & Medien.

Wie Krisen-PR BASF in die Krise stürzt

Bild berichtet von einem Chemieunfall bei BASF, den der Konzern verheimlicht haben soll. Das Brisante: Bild zitiert aus internen Strategiepapieren, die BASF als gewissenlos entlarven. Unterlagen aus der Krisenkommunikation werden damit selber zum Krisenauslöser.

Was Kommunikatoren aus diesem Fall lernen können, [lesen Sie hier](#).

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

2. **Neuer Sprecher für Zeitungs- und Zeitschriftenverband in Wien: Markus Kiesenhofer** (28) leitet seit dem 1. September die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der VÖZ All Media Service mit Sitz in Wien. Er betreut in dieser Funktion die Pressearbeit für den Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), den Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverband (ÖZV) sowie den Verein Zeitung in der Schule (ZiS). Vorgänger **Andreas Csar** wechselte als Pressesprecher zu Ecoplus. Kiesenhofer berichtet an den VÖZ-Geschäftsführer **Gerald Grünberger**.
3. **Verband Druck und Medien Bayern hat neuen Sprecher: Marian Rappl** (46) leitet seit dem 1. Oktober die Kommunikation des Verbands Druck und Medien e. V. (VDMB) in München. In dieser Position verantwortet Rappl die Bereiche Öffentlichkeitsarbeit, Interessensvertretung, Marketing und Mitgliedermanagement. Er war bisher in leitenden Positionen für die Unternehmenskommunikation der RWE Vertrieb AG, des Übertragungsnetzbetreibers Amprion sowie des Bundesverbandes der Gas- und Wasserwirtschaft verantwortlich.

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

1. **Löscher wird General Manager der Exit-Network Holding: Mark Löscher** (42) ist ab sofort neues Mitglied in der nun dreiköpfigen Geschäftsführung der Exit-Network Holding GmbH. Vom Hauptstandort Berlin aus wird er das operative Tagesgeschäft der Agenturen steuern und gemeinsam mit **Verena Vehling** und **Stefan Kiwit** das weitere Wachstum der Gruppe verantworten. Darüber hinaus ist er ab sofort ebenfalls Partner der Exit-Sports GmbH an der Seite von Geschäftsführer **Dirk Klingenberg**. Zuletzt war Löscher seit 2011 als General Manager der Hörstmann Gruppe tätig. Exit-Network ist eine Agenturgruppe, in der die Exit-Sports GmbH (Sportmarketing), Exit-Media GmbH (B-to-C) und Campus99 GmbH zusammenarbeiten.

2. **G+J-Marketingleiterin wechselt zu Territory: Anke Worrigen**, während der vergangenen drei Jahre Marketingleiterin beim Verlag Gruner + Jahr, wechselt zur G+J-Tochter Territory. Bei der Content Communication-Agentur übernimmt sie ab dem 1. November die Aufgaben als Chief People & Communication Officer. Damit ist sie für die Bereiche Personal sowie interne und externe Kommunikation zuständig. Zuletzt verantwortete Worrigen im G+J-Verlag die Marketingaktivitäten im B-to-C- und B-to-B-Bereich rund um die G+J Print- und Digital-Marken. (Quelle: „cp-monitor.de“)

3. **Andrea Blecker verstärkt Antenor-Team : Andrea Blecker** (52) arbeitet ab sofort als Director bei der Agentur Antenor Communication GmbH in Frankfurt am Main. Blecker war in den vergangenen zehn Jahren als Vice President Communication & Marketing für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei der Royal Bank of Scotland tätig. Zu ihrem Aufgabenbereich dort gehörten



die externe und interne Kommunikation, Pressearbeit und CSR. Bei Antenor wird sie diese Expertise in die Kundenberatung einbringen. Antenor Communication GmbH wurde vor zwei Jahren in Frankfurt von **Ilka Schwarz**, **Anja Meyer-Reinecke** und **Günther Plitt** gegründet.

ETATS

ressourcenmangel startet Kampagne für Reformationsjubiläum der evangelischen Kirche →



Der von der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) und dem Deutschen Evangelischen Kirchentag (DEKT) eigens gegründete

Verein Reformationsjubiläum 2017 e.V. nimmt den 500-jährigen Jahrestag der Reformation zum Anlass eine Kommunikationskampagne zu starten. Die Agentur ressourcenmangel verantwortet im Auftrag

des Vereins die Kommunikation der bundesweiten Dachkampagne #Reformationssommer. Den Etat für die Entwicklung und Umsetzung des Reformationssommerjubiläums gewann der Berliner Standort Mitte des letzten Jahres. Das Ziel der groß angelegten Kampagne ist es zu zeigen, was Reformation heute und in Zukunft bedeutet sowie das 500-jährige Jubiläum der Reformation zu einem gesellschaftlichen Thema zu machen. Zum Start wurden am 6. Oktober die ersten Motive (siehe Abbildung) im Rahmen des Berliner Lichtkunstevents „Festival of Lights“ vor geladenen Gästen präsentiert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



SWISS und achtung machen weiter: Gutes kann man oft noch SWISSEN →



Die erfolgreiche Zusammenarbeit von Swiss International Air Lines (SWISS), Zürich, und der Kommunikationsagentur achtung!, Hamburg, geht in die nächste Runde. Gemeinsam starten sie

jetzt europaweit das Projekt „SWISSED“. Damit wird die Marke mal fernab von Airport und Flugzeug inszeniert: SWISS nimmt sich Kulturgüter und nationale Eigenarten seiner europäischen Nachbarn vor, die die Schweizer zwar nicht erfunden haben, aber als gastfreundliche und aufmerksame Airline durchaus noch ein bisschen besser machen könnten. Mit einem Augenzwinkern soll die Kampagne zeigen, was „Made of Switzerland“ bedeutet – und warum es sich immer lohnt, mit SWISS zu fliegen. Es ist eine Kombination aus Storydoing, Branded Content und Branded Entertainment.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (13) (40. KW-2016) →

1. **Wilde & Partner kommuniziert für Little London Bar & Grill**
 wer: Steakhouse Little London Bar & Grill, München
 was: Öffentlichkeits- und Medienarbeit
 an: **Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
2. **Sparenberg übernimmt PR für Sedus Stoll**
 wer: Büromöbelhersteller Sedus Stoll Aktiengesellschaft, Waldshut
 was: PR- und Pressearbeit
 an: **Joachim Sparenberg Marketing und PR-Consulting**, Waldshut-Tiengen
3. **Oberüber Karger verantwortet Launch-Kampagne von „FR7“**
 wer: Frankfurter Rundschau GmbH, Frankfurt am Main
 was: Launch-Kampagne zum Start des Wochenend-Magazins „FR7“ der Frankfurter Rundschau
 an: **Oberüber Karger Kommunikationsagentur GmbH**, Dresden
4. **Neukunde für Rothenburg & Partner**
 wer: Naturheilkunde-Unternehmen Orthim KG, Herzebrock-Clarholz
 was: Öffentlichkeitsarbeit und Pressearbeit für

das Herpes-Medikament Lysi®-Herp

an: **Rothenburg & Partner Medienservice GmbH**, Hamburg

5. **Ballou PR begleitet Markteinführung von Lingumi**

wer: Start up-Unternehmen Lingumi (Anbieter von Sprachenlernsets für Vorschulkinder), London

was: Öffentlichkeitsarbeit, Pressearbeit und Influencer Relations zum Markteintritt

an: **Ballou PR**, Berlin

6. **Gekko Group beauftragt häberlein & mauerer**

wer: Hotel- und Gastronomieunternehmen Gekko Group, Frankfurt am Main

was: B-to-C- und B-to-B-PR samt Medienarbeit, Marken- und Produktkommunikation in Deutschland sowie Entwicklung einer Marken- und Produktstrategie

an: **häberlein & mauerer**, München

7. **Imagekampagne des Landes Brandenburg geht an zwei Agenturen**

wer: Ministerium der Justiz und für Europa und Verbraucherschutz des Landes Brandenburg, Potsdam

was: Imagekampagne für Brandenburg, um das Thema EU-Förderung emotional und breitenwirksam zu vermitteln

an: **RaikeSchwertner GmbH**, Hamburg, und **Heymann Brandt de Gelmini (HBDG)**, Berlin

8. **Exaring AG setzt auf Schwartz PR für Marktstart in Deutschland**

wer: Startup-Unternehmen Exaring AG, München

was: Beratung und Pressearbeit zur Einführung der TV-Plattform waipu.tv

an: **Schwartz Public Relations**, München

9. **public:news freut sich über zwei neue Kunden**

a) Privatbank Goyer & Göppel, Hamburg

was: Unternehmenskommunikation sowie neuer Markenauftritt

b) Aramea Asset Management AG, Hamburg



was: Überarbeitung von Publikationen und Entwicklung eines neuen Corporate Imagemotives
an: **public:news - Agentur für Kommunikationsberatung GmbH**, Hamburg

10. **familie redlich gewinnt Etats von BMWi und BMUB**

a) Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BmWi), Berlin

was: Konzeption und Umsetzung nationaler Messeauftritte des BmWi

b) Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), Berlin

was: Online-Leadagentur für Webauftritt des BMUB und einzelne Themenkampagnen

an: **familie redlich AG - Agentur für Marken und Kommunikation**, Berlin

11. **Neues digitales Magazin der TÜV Nord Group**

wer: TÜV Nord AG, Hannover

was: Digitales Webmagazin „Explore“ als journalistisches Format

an: **Tempus Corporate**, Hamburg

AGENTUREN

Neues Angebot: Hill+Knowlton Strategies baut „People & Purpose“ Beratungsbereich auf →



Weltweit rechenen Top-Manager und Kommunikationsverantwortliche mit einer stark wachsenden Nachfrage nach Interner und Change-Kommunikation. Die internationale Kommunikationsberatung Hill+Knowlton Strategies etabliert darum – nach eigenen Angaben – als erstes Agenturnetzwerk in Deutschland ein Team „People & Purpose“ mit entsprechender Spezialexpertise. Am 1. November starten Christian Bodden (Foto l.) als Director und Sara Ketzer (r.) als Account Director im People & Purpose-Team der Agentur. Bodden und Ketzer werden vom Standort Düsseldorf aus arbeiten und an André Wigger, Managing Director und Head of People & Purpose, berichten.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Ex-Havas-Geschäftsführer Buchtien bietet Stressprävention und -abbau für Agenturen →



Patrik Buchtien (Foto), langjähriger Geschäftsführer von Havas PR Hamburg beziehungsweise Euro RSCG ABC Hamburg, meldet sich zurück. Mit seinem neuen Unternehmen Stress Balancing Advisors (SBA) bietet der 59-Jährige ab sofort am Standort Hamburg und bundesweit Gesundheits- und insbesondere Stressmanagement speziell für Beschäftigte von Agenturen an. Der Fokus liegt auf der indivi-

duellen Vermittlung von Kompetenzen zur Stressvermeidung sowie zum Stressmanagement mit dem Ziel einer effektiven Selbstfürsorge und einer gesunden Balance. „In einer sich ständig verändernden Arbeitswelt steht jedes Agentur-Management vor der Herausforderung, die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern und langfristig zu erhalten. Dabei zählt Stress zu den bedeutendsten gesundheitlichen Risikofaktoren“, erläutert Buchtien.



Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Wilde & Partner PR führt Modell zur flexiblen Arbeitszeitgestaltung ein →



Es startete als Pilotprojekt „Super-Flex“ und ist

nach wenigen Wochen fest im Betriebsalltag verankert: Die Münchner Kommunikationsagentur w&p Wilde & Partner Public Relations hat für seine PR-Beraterinnen und -Berater die flexible Arbeitszeitgestaltung eingeführt. Dabei können die Mitarbeiter außerhalb einer Kernarbeitszeit von sechs Stunden Arbeitsbeginn und Arbeitsende sowie die Mittagspause flexibel gestalten. Die Geschäftsführende Gesellschafterin von Wilde & Partner, Yvonne Molek (auf dem Foto (© Credit: Wilde & Partner) ganz links neben den übrigen Mitgliedern der Geschäftsführung

Thomas Wilde, Marion Krimmer und Ute Hopfengärtner (v.l.n.r.) sagte: „Als Dienstleister im Segment Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, der für zahlreiche Kunden mit fortwährender Krisenbereitschaft konfrontiert ist, sind wir sehr stolz auf unser neues flexibles Arbeitszeitmodell. Es nimmt in unserer Branche eine Vorreiterrolle ein.“ Das Modell ist das Resultat einer umfangreichen Studie, die unter dem Pilotnamen FlexA* auf Initiative des Bayerischen Landesamts für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit (LGL) durchgeführt wurde und an der sich Wilde & Partner als eines von zehn kleinen und mittleren Unternehmen beteiligt hatte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Auch Hill+Knowlton bietet gezielte Beratung zum Brexit →



Hill+Knowlton Strategies bündelt seine Kompetenzen und sein Beratungsangebot rund um das Thema Brexit in einem internationalen Brexit Advice Team an den Standorten

Berlin, London und Brüssel. Auch die Kommunikationsberatung Instinctif Partners hält ein Brexit-Beratungsangebot vor. Die Federführung bei Hill + Knowlton liegt bei Thomas Wimmer (Foto), Berlin, Simon Whitehead, London, und Thomas Tindemans, Brüssel. Je nach Aufgabenstellung werden Fachleute mit relevanten Spezialisierungen aus weiteren Märkten integriert. Wimmer, Geschäftsführer und Leiter des Corporate & Public Affairs Bereichs von Hill+Knowlton in Berlin, sagte: „Trotz oder vielleicht gerade wegen der unübersichtlichen Lage und der zahlreichen Fragezeichen rund um das Thema Brexit sehen wir bereits jetzt eine starke Nachfrage nach Beratung.“ Momentan konzentrierte sich diese Nachfrage vor allem auf die Analyse und Einordnung der Entwicklungen, erklärte Wimmer weiter. Er erwartet, dass sich die Nachfrage ausweiten werde, sobald die britische

Regierung den Austrittsantrag nach Artikel 50 des Lissabon-Vertrages stelle.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Aviareps übernimmt Maro und Partner →



Die Münchener Agentur Aviareps, die in den Bereichen Touristik-Marketing und -Kommunikation auch international tätig ist, hat mit Wirkung vom 15. Sep-

tember 2016 den Geschäftsbetrieb der auf Tourismus spezialisierten PR-Agentur Maro und Partner GmbH, München, übernommen. Dazu hat der Firmengründer und Alleingesellschafter Herbert Maro (Foto) sämtliche Geschäftsanteile an Aviareps übertragen. Die Agentur Maro und Partner bleibt aber erhalten. Neuer Geschäftsführer wird Thomas Drechsler, der bei Aviareps für das gesamte Tourismusgeschäft zuständig ist. Der neue Eigner will mit dem Erwerb von Maro und Partner seine Kompetenz und Präsenz im Bereich Touristik-PR stärken. Neben zahlreichen Destinationskunden im Fernreisebereich vertritt die Repräsentanzagentur ab sofort eine Reihe von Luxus-, Boutique- und privat geführten Hotels sowie touristische Regionen in den Räumen Deutschland, Österreich, Schweiz und Italien.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (1) (40. KW-2016) →

1. **Scholz & Friends baut Unit für Employer Branding auf:** Dem Kommunikationsfeld Employer Branding widmet die Hamburger **Agentur Scholz & Friends** künftig eine eigene Unit. Geleitet wird die standortübergreifende Einheit von **Malte Fischer**. Unter seiner Leitung berät Scholz

& Friends Employer künftig Unternehmen beim Aufbau von starken Arbeitgebermarken. Dabei soll es von der Positionierung über die interne Implementierung bis hin zur orchestrierten Kommunikation der Employer Brand gehen.

ORGANISATIONEN

DPRG-NRW zu Gast bei der SMS group: Kommunikationswandel durch Digitalisierung →



„Die Digitalisierung ist ein zentraler Wachstumstreiber der deutschen Industrie. Und wir leisten dazu einen führenden und wichtigen Beitrag in unse-

rer Branche, dem Anlagen- und Maschinenbau“, so Thomas Isajiw, Leiter Unternehmenskommunikation der SMS group. Er begrüßte jetzt rund 40 Gäste der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) am Unternehmenssitz in Düsseldorf. In Zeiten, in denen immer komplexere Technologien kommuniziert werden müssen, entwickeln sich vollkommen neue Präsentations- und Interaktionsformen. Sie ermöglichen, Produkte und Dienstleistungen für den Betrachter erlebbar zu machen, berichtete Thilo Sagermann, Pressesprecher für die Technikkommunikation der SMS group. Das stelle auch die gesamte Unternehmenskommunikation zu allen Stakeholdern – den traditionellen Disziplinen sowie den neuen, die in Richtung Industrie 4.0 ausgerichtet sind – vor neue Herausforderungen.

Das Foto zeigt v.l.n.r.: Udo Seidel, Vorsitzender DPRG NRW, und Stellvertreterin Regine Hellwig-Raub sowie Thilo Sagermann und Christian Plocienik, beide SMS group GmbH.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BRANCHE

Frank Behrendt auf Vortragsreise: Alles nur Show oder wahrer Menschenfreund? →



Wie kaum ein anderer PR-Manager versteht es derzeit Frank Behrendt (Foto), ehemaliger Vorstand und derzeit Senior Advisor bei der Agentur fischerAppelt, von sich reden zu machen. Mit seinem Buch „Liebe dein Leben, aber nicht deinen Job“, macht er derzeit über die PR-Branche hinaus Furore. Offensichtlich hat er mit seinem Buch einen Nerv getroffen, viele Menschen fühlen sich angesprochen und sehen in Behrendt einen Verbündeten auf der Suche nach mehr Distanz zum eigenen Job und mehr Sinnstiftung im eigenen Leben. So inszeniert sich Behrendt auf seiner [Website „Frankzdeluxe“](#), in seiner neuen [Kolumne auf „stern.de“](#) und bei diversen Auftritten zur Buchpromotion als „Guru der Gelassenheit“ oder auch als „Lord des Loslassens“, wie es das Gütersloher Verlagshaus ausdrückt, wo sein Buch erschienen ist. „Alles nur Show und professionelle Vermarktung“, sagen die einen und schütteln den Kopf. Die anderen konstatieren, dass Behrendt – unabhängig von seinen beruflichen Qualitäten als PR-Manager – eigentlich immer so gewesen sei: ein bisschen überdreht, ein talentierter Entertainer und ein Menschenfreund.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Verfahren gegen Böhmermann eingestellt - Erdogan legt Beschwerde ein →



Die Staatsanwaltschaft Mainz hat entschieden: Das Ermittlungsverfahren gegen den Satiriker und Moderator Jan Böhmermann (Foto (c) ZDF / Ben Knabe) ist

eingestellt worden. Der türkische Präsident Recep

Tayyip Erdogan hatte wegen des „Schmähgedichts“, das Böhmermann Ende März in seiner Sendung „Neo Magazin Royale“ vorgetragen hatte, Strafanzeige wegen Beleidigung eines ausländischen Staatsoberhauptes erstattet. Die Staatsanwaltschaft Mainz teilte am 4. Oktober mit, strafbare Handlungen seien nicht mit der erforderlichen Sicherheit nachzuweisen. Der Deutsche Journalisten-Verband begrüßt die Entscheidung der Staatsanwaltschaft Mainz. Der DJV-Bundesvorsitzende Frank Überall sagte: „Das ist die einzig richtige Entscheidung. Damit ist klar, dass in Deutschland die Satirefreiheit einen höheren Stellenwert besitzt als die Ehrpusseligkeit eines Autokraten.“ Erdogan solle sich weniger um seine persönliche Reputation und mehr um die Wiederherstellung der Grundrechte in der Türkei kümmern, ließ Überall weiter verlauten.

Aktualisierung am 10. Oktober: Am Nachmittag des 10. Oktober wurde bekannt, dass der türkische Präsidenten Recep Tayyip Erdogan gegen die Einstellung des Ermittlungsverfahrens gegen den ZDF-Satiriker Jan Böhmermann Beschwerde eingeleitet hat.

MEDIEN

Futuristisches Verlagsgebäude soll Axel Springers digitale Ausrichtung unterstreichen →



Das Hochhaus des Axel-Springer-Verlags in Berlin ist ein Wahrzeichen der Hauptstadt. Es erlangte unter anderem deshalb prominente Bedeutung, weil es die

DDR-Führung dazu animiert haben soll, mehrere Hochhäuser in unmittelbarer Mauernähe zu errichten,

um für die DDR-Bürger den Blick auf die rund um die Uhr auf dem Haus kreisenden Reklametafeln der Springer-Medien wie „Bild“ und „BZ“ zu verhindern. Vor 50 Jahren wurde das Gebäude (Foto: © Unternehmensarchiv) eingeweiht. Heute startete der Verlag den Bau eines neuen Komplexes, mit dem die Axel-Springer-Gruppe versucht, ihr Image als führendes mediales Digital-Unternehmen in Deutschland auch architektonisch zu untermauern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SOCIAL MEDIA

Studie: Social Media wird integraler Bestandteil der B-to-B-Kommunikation →



Bewegte Bilder sind auch für B-to-B-Unternehmen auf dem Vormarsch. Das ist ein zentrales Ergebnis der aktuellen Social Media-Studie, die der 1. Arbeitskreis für Social Media in der B-to-B-Kommunikation vorstellt. Jacqueline Althaller (Foto), Gründerin des Arbeitskreises, erläutert die Besonderheit des Studiendesigns: „Wie ein Barometer spiegelt die Studie die Interessen und Fragestellungen der Verantwortlichen in B-to-B-Unternehmen.“ Erkennbar sei, dass selbst produzierte Bewegtbilder vor Fachartikeln, Pressemitteilungen und eigenen Blogbeiträgen rangierten. Dank moderner Handykameras mit passender Software wird jeder Smartphone-Nutzer zum Regisseur, Reporter und Blogger. Mit Facebook, Instagram, Snapchat und Twitter (via Periscope) hat sich Bewegtbild in diesem Jahr einen Spitzenplatz in der B-to-B-Kommunikation erobert und Youtube seine Monopolstellung streitig gemacht. Zwar nutzen viele Unternehmen die Plattform auch weiterhin als Sammelstelle für ihren Content, verbreiten diesen aber zugleich über andere Kanäle.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

Barcamp „Zukunft der PR“ an der Hochschule Hannover →



Welche Fragestellungen warten auf die PR in der Zukunft? Was beschäftigt Wissenschaft und Praxis,

welche kreativen und zukunftsweisenden Lösungsansätze gibt es? Diesen und weiteren Fragen widmet sich das Barcamp „Zukunft der PR“ am 5. November ab 14:00 Uhr an der Hochschule Hannover, Expo Plaza 4, - im Anschluss an die Fachgruppentagung PR / Organisationskommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. (DGPK). Eingeladen sind Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Wissenschaft und Praxis sowie Studierende, die in offener Arbeitsatmosphäre aktuelle Entwicklungen und Trends der PR diskutieren möchten. Im Sinne des Barcamp-Gedankens gibt es bewusst keine Agenda, diese wird gemeinsam entwickelt. Zielsetzungen sind der Austausch von Theorie und Praxis sowie die offene Diskussion aktueller PR-Fragen bis hin zur Entwicklung von Kooperationen oder gemeinsamen Projekten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

5. AIKA-Agenturgipfel Ruhr: Die Macht der Emotionen →

Nichts beeinflusst unser (Kauf-) Verhalten so sehr wie Emotionen. Wer bewegen will, muss die Klaviatur der Emotionen verstehen und spielen können. Daher lädt die Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA e.V.) zahlreiche Vertreter von NRW-

Kommunikationsagenturen am 26. Oktober zum mittlerweile fünften Agenturgipfel Ruhr in Bochum mit dem diesjährigen Motto „Macht der Emotionen“ ein. „Kaufen mit Gefühl“ heißt die Thematik, mit der Referentin Jennifer Schmidt, wissenschaftliche Mitarbeiterin der Bergischen Universität in Wuppertal, den Tag beginnen wird. Im Fokus steht dabei, dass Agenturen den Einfluss von Emotionen auf Markenerlebnisse und das Kundenverhalten erkennen müssen. Im Anschluss wird Holger Geißler, Head of Research und Sprecher von YouGov, die Liebe zu Marken darstellen.



Am Beispiel einer der großen Lovebrands Deutschlands wird der letzte Referent des Tages, BVB-Marketingleiter Dennis Thom (Foto), am Nachmittag darüber berichten, was das Führen einer emotionalen Marke bedeutet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (1) (40. KW-2016) →

1. **Cyrano lädt ein zum PR-Frühstück in München und Münster:** Die Agentur Cyrano lädt ein zum „PR-Frühstück“. Zum Auftakt der Veranstaltungsreihe findet am **27. Oktober** das PR-Frühstück „Veränderungen kommunizieren“ im Haus der Bayerischen Wirtschaft in München statt. „Gut vorbereitet in der Krise kommunizieren“ heißt es am **9. November** am Münsteraner Standort. Das Format richtet sich an Kommunikationsprofis mittelständischer Unternehmen und von Konzernen und findet künftig regelmäßig an beiden Standorten statt. Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeit finden sich auf der [Cyrano-Website](#).

STUDIEN

Studie: Digitale und interne Kommunikation sind Top Prioritäten für Kommunikationsmanager →



Mehr als sieben von zehn global agierenden Chief Communications Officers (CCOs) sehen für die

nächsten 18 Monaten digitale Kommunikation als ihre Top Priorität, dicht gefolgt von Mitarbeiter-Engagement und Reputationsmanagement. Dies ergab The Rising CCO VI der Agentur Weber Shandwick, New York und Berlin, und der Unternehmens- und Personalberatung Spencer Stuart, die international in 30 Ländern vertreten ist. Die Studie untersucht in ihrer inzwischen sechsten Ausgabe aktuelle Veränderungen in den Verantwortlichkeiten globaler CCOs. Sie zeigt zudem, welche Erwartungen Kommunikationsverantwortliche an ihren sich stets wandelnden Job haben und welche Entwicklungen sie für die Zukunft sehen. 153 Kommunikationsverantwortliche aus Nordamerika (77), Europa (61), Asia Pacific (9) und Lateinamerika (5) nahmen an der Studie teil (siehe Abbildung). Die Befragung erfolgte zwischen April und Juli 2016.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LESEHINWEISE

Neues Magazin „1 – Content Marketing für Alle“ erscheint im Oktober →

Ende Oktober erscheint die erste Ausgabe des Fachmagazins „1 – Content Marketing für Alle“. Herausgeber sind die SCM – School for Communication and Management in Berlin und die Agentur Kammann

Rossi in Köln. Das Magazin beinhaltet Beiträge, Diskussionen, Experten-Interviews und Unterhaltsames rund um das Thema Content Marketing. Die erste Ausgabe dreht sich um das Schwerpunktthema „Strategie“. Zu Wort kommen unter anderem Joe Pulizzi,



Gründer des Content Marketing Institute, Mirko Lange, Agentur Scompler, Clemens Koob, Agentur zehnvier. Das Format richtet sich an Manager aus dem Marketing und der Unternehmenskommunikation genauso wie an Agenturen und

Selbstständige aus dem Content-Marketing-Umfeld. Das Magazin wird zweimal pro Jahr erscheinen und kann über die [Website Eins-Content-Marketing](#) vorbestellt werden.

Abrechnung von Jung von Matt mit der Werbebranche im „Handelsblatt-Magazin“ →



Unbedingt lesen: Jean-Remy von Matt, Co-Gründer der Werbeagentur Jung von Matt, hält seiner Branche in der aktuellen Ausgabe des „Handelsblatt Magazin“ den Spiegel vor und attestiert ihr einen „gigantischen Selbstbetrug“. Als Leseanreiz

nur ein paar der Zitate des 63-Jährigen: „Der Wettbewerbsdruck hat uns willfährig gemacht, so dass wir oft nicht mehr beraten, sondern nur noch liefern. Mein Idealbild war immer, dass wir Werber wie der Beifahrer eines Rallye-Piloten unseren Kunden ständig zurufen, wo es langgeht. Inzwischen sitzen wir oft nur noch quengelnd hinten im Kindersitz.“ Werbung sei „intransparenter denn je. Zum Beispiel mit Content-Marketing, Native Advertising oder Branded Entertainment, was im Ergebnis alles Schleichwerbung ist.“ Weiter sagte er: „Eigentlich sind wir genau dort

gelandet, wo man uns schon vor 50 Jahren vermutet hat – als geheime Verführer.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neues Buch: Leitfaden Digitale Transformation →



Titel: Leitfaden Digitale Transformation; Herausgeber: Torsten Schwarz; Umfang: 336 Seiten, Preis: 34,90 Euro; Verlag: marketing-BÖRSE, September 2016; Print-ISBN: 978-3-943666-08-3

Das Portal für E-Mail- und Online-Marketer, die „marketing-Börse“, stellt auf der Neocom 2016, der Fachmesse für den Versandhandel in Düsseldorf, den neuen Leitfaden Digitale Transformation vor. In diesem Buch beschreiben 42 Autoren auf 336 Seiten, wie die digitale Transformation in der Praxis heute schon umgesetzt wird. Die Themen reichen vom digitalen Showroom über Lifecycle-Marketing bis zu Multi-brand-Shops und Big Data. Immer wieder geht es um die Digitalisierung der Kundeninteraktion und den Weg zu einer vernetzten IT.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise compact (1) (40. KW-2016) →

1. **Lesehinweis: Vertrauen in Agenturen nimmt ab** – Kunden bringen ihren Agenturen deutlicher weniger Vertrauen entgegen als das noch vor fünf Jahren der Fall war. Wie „horizont.net“ berichtet, hat die Beratungsfirma Aprais im Rahmen einer weltweiten Befragung 16.000 Kunden-Agentur-Beziehungen untersucht. Das Ergebnis: Die Zustimmungsrate ist von 97,5 Prozent im Jahr 2011 auf aktuell nur noch 74,3 Prozent gesunken. Zwischen Agenturtypen wurde bei der Untersuchung nicht unterschieden. Lesen Sie

mehr über die Ergebnisse direkt bei „[horizont.net](#)“.

PREISE UND AWARDS

Preise und Awards compact (1) (40. KW-2016) →

1. **Anmeldung zum Deutschen CSR-Preis noch bis 15. November:** Unternehmen, Institutionen und Einzelpersonen, die nachhaltig wirtschaften oder gesellschaftlich engagiert sind, können sich bis zum 15. November um den Deutschen CSR-Preis bewerben. Er wird 2017 in neun Kategorien verliehen. Bei der Auswahl wird die Größe des Unternehmens berücksichtigt, mittelständische und große Unternehmen haben gleiche Chancen. Die Verleihung des CSR-Preises findet am 4. April 2017 in Ludwigsburg bei Stuttgart im Rahmen der Gala des Deutschen CSR-Fforums statt. Weitere Informationen und Bewerbungen finden sich auf der [Website des CSR-Fforums](#).

STAMM MEDIEN-NEWS

Stamm Medien-Newsletter Oktober 2016 →

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (derzeit ca. 24.000) in Deutschland (Print / Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk / Radio + Fernsehen, Online (seit 2003)). Im September 2016 wurden 7.981 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 18.020 Medien. Der monatliche „Stamm Medien-Newsletter“ informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

JOBANGEBOTE

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

Gesuche (2)

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

Angebote (38)

Stellenangebote der Agenturen

- PR Berater (m/w) mit Fokus Projektmanagement, Köln
- PR-Berater (m/w) in Teilzeit in Köln
- PR-Berater (m/w) - Junior & Senior, Berlin
- Volontär/-in für Hamburg
- (Senior) Account Manager Public Relations (w/m) für den Bereich (Consumer) Technology, Düsseldorf
- Berater/in Public Relations, Berlin
- Senior Berater/in Public Relations, Berlin
- Junior-Berater/in Public Relations, Berlin
- PR Junior-Berater/in, Hamburg
- Berater/Seniorberater (m/w), JP KOM Düsseldorf
- Mitarbeiter Office Management (m/w), JP KOM Düsseldorf
- Projekt- und PR-Assistenz Schwerpunkt Food & Beverage, Bonn
- (Junior) Berater Markenkommunikation PR/Social Media (m/w), Hamburg/Düsseldorf
- Senior Account Manager (w/m) Bereich Healthcare International, Frankfurt a.M. oder Köln
- (Junior-)Berater(in) Healthcare, Wiesbaden
- Kölner PR-Agentur sucht so bald als möglich PR-Redakteur/in in Vollzeit
- Jung-Redakteur oder Junior Account Manager für Agentur im IT-Bereich, München
- Redakteur (m/w) Schwerpunkt Automotive, Hamburg
- PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Wirtschaft/Finanzen in Hamburg
- Senior Account Manager PR (m/w) / stellv. Teamleitung, Hamburg
- Junior Account Manager PR (m/w) Automotive, Hamburg

Stellenangebote der Medien

- Redakteurin/Redakteur, Köln

Stellenangebote der Unternehmen

- Senior Manager PR und Öffentlichkeitsarbeit (m/w), Düsseldorf
- Spezialist PR – Content Marketing (m/w), Dortmund
- Referent/in Unternehmenskommunikation, Stuttgart
- Leiter/Leiterin Unternehmenskommunikation & PR, Essen
- Redakteur (m/w) Print / Online Medien, Berlin
- Studentin/en im Bereich Communication - Market Access and Public Affairs, Mainz
- PR Manager (m/w), Esslingen

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- PR-Berater (m/w, Teilzeit, Elternzeitvertretung), Köln

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 10. Oktober 2016 um 19:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.379 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 26,0 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.783 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.