

## NEWSLETTER 533

41. KW 2016

++ Healthcare-PR: Kommunizieren mit einer kritischen Öffentlichkeit ++  
 ++ Tautz neuer Executive Director Digital bei Ketchum ++  
 ++ Griepentrog über glaubwürdige Kommunikationsstrategien ++

### TOP MELDUNGEN

#### 30 Jahre fischerAppelt: Feste mit Inhalt →



Die Erinnerung an die berühmte Garage, in der einst Steve Jobs und seine

Mitstreiter das Unternehmen Apple gründeten, weckte er selbst. Und auch die ersten Wochen und Monate seien vielleicht ähnlich ungeordnet abgelaufen wie damals bei Apple, deutete er an. Doch zu weiteren Vergleichen verstieg sich Andreas Fischer-Appelt nicht. Anfang 20 waren er und sein Bruder Bernhard, als sie 1986 in einem 45 Quadratmeter-Apartment in Hamburg ihre PR-Agentur Media Concept aus der Taufe hoben. Die ersten Meetings mit Kunden fanden in der benachbarten Eckkneipe statt. – Was daraus geworden ist, wurde jetzt gefeiert: Die „Creative Content Group“ fischerAppelt beging ihr 30-jähriges Bestehen auf vielfältige Art und Weise.  
*Foto: Gemeinsam begrüßte der Vorstand von fischerAppelt bei der Jubiläumsfeier die Gäste. V. l. n. r.: Matthias Wesselmann, Andreas Fischer-Appelt, Franziska von Lewinski und Bernhard Fischer-Appelt.*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

#### CEO-Ranking von Unicepta: Stephan Sturm von Fresenius auf Platz 1 →



Wer als neuer CEO gleich zu Beginn seiner Amtszeit „Nägel mit Köpfen“ macht, kommt an. Das zeigt das neue Unicepta-CEO-Ranking zum medialen Image der DAX-30-CEOs. Ste-

phan Sturm, neuer CEO von Fresenius, sicherte sich positive mediale Aufmerksamkeit durch starke Impulse, die er gleich zu Beginn seiner Amtszeit setzte. Dazu zählten der Zukauf des spanischen Klinikbetreibers Quironsalud und die rasche Erhöhung der Gewinnprognose 2016. Der „furiose Start“ („Süddeutsche Zeitung“) katapultiert den Manager auf Platz 1 im Imageranking. Auch dem neuen Henkel-Chef Hans Van Bylen (von Platz 4 auf Platz 2) bescheinigten die Medien einen gelungenen Einstieg, insbesondere mit Blick auf die Übernahme des US-Konzerns Sun Products kurz nach Amtsantritt. Gelobt wurde, wie reibungslos Henkel den CEO-Wechsel gestemmt hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 533. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 17 Einzelmeldungen:

|  |   |
|--|---|
| TOP MELDUNGEN .....  | 1 |
| 30 Jahre fischerAppelt: Feste mit Inhalt → .....   | 1 |
| CEO-Ranking von Unicepta:<br>Stephan Sturm von Fresenius auf Platz 1 → .....                             | 1 |
| Branchenreport Healthcare-PR:<br>Kommunizieren mit einer kritischen Öffentlichkeit → .....               | 3 |
| Personalien .....  | 3 |
| Ketchum macht Tautz zum Executive Director Digital<br>und gewinnt Digitaletat von EnBW → .....           | 3 |
| Entlassung statt Versetzung: Berliner Ex-<br>Senatssprecherin Augenstein fällt nicht weich → .....       | 4 |
| Knipper wechselt zur R+V Versicherung –<br>Goldbeck wird sein Nachfolger bei der Allianz → .....         | 4 |
| Personalien compact - Sonstige (4)<br>(41. KW-2016) → .....  | 4 |
| Personalien compact - Agenturen (2)<br>(41. KW-2016) → .....   | 5 |
| Etats .....  | 6 |
| Grayling startet Kampagne für<br>ÖBB-Nachtreisezug in Deutschland → .....                                | 6 |
| Etats compact (4) (41. KW-2016) → .....  | 6 |
| Agenturen .....  | 7 |
| PR-Journal-Interview mit Birgit Krüger: Agenturen<br>bieten Trainees mehr als die GPRA-Standards → ..... | 7 |
| Serviceplan holt Romeyko ins Creative Board → .....  | 7 |
| Ansel & Möllers macht sich im Jubiläumsjahr<br>fit für die Zukunft → .....                               | 7 |
| Agenturen compact (2) (41. KW-2016) → .....  | 8 |
| Unternehmen.....   | 8 |
| „Owned Media“ im Fokus: Mercedes-Benz<br>stärkt Redaktionskompetenz → .....                              | 8 |
| Medien.....  | 9 |
| „journalist“: Zwei Ausgaben aus<br>zwei Verlagen im November? → .....                                    | 9 |
| Heise Gruppe / Verlag Heinz Heise:<br>Verleger Christian Heise wird 80 → .....                           | 9 |

|   |    |
|---|----|
| Autoren-Beiträge.....   | 10 |
| Dreifache Herausforderung: Der steinige Weg zur<br>glaubwürdigen Kommunikationsstrategie → .....  | 10 |
| Termine.....  | 10 |
| LPRS stellt attraktives Veranstaltungsprogramm<br>auf die Beine → .....                           | 10 |
| Seminare.....   | 10 |
| Seminare compact (3) (41. KW-2016) → .....  | 10 |
| Lesehinweise .....  | 11 |
| Lesehinweise compact (2) (41. KW-2016) → .....  | 11 |
| Preise und Awards.....  | 12 |
| Flüchtlingszelte und Bundestagsrebell:<br>Die Gewinner des dpa-infografik award 2016 → .....      | 12 |
| Vier goldene Trophäen beim GWA Profi Award → .....  | 12 |
| GPRA im Dialog.....   | 13 |
| fischerAppelt-Vorstand Wesselmann attestiert<br>der PR größere Potenziale als der Werbung → ..... | 13 |
| Jobangebote .....   | 13 |
| Gesuche (2) .....   | 13 |
| Angebote (42) .....   | 13 |
| Volontariat/Trainee.....  | 14 |
| Praktikum .....   | 14 |
| Impressum .....   | 15 |

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

Thomas Dillmann und das Team vom PR-Journal

**Branchenreport Healthcare-PR:  
Kommunizieren mit einer kritischen  
Öffentlichkeit →**



Healthcare-PR ist so etwas wie die ungekrönte Königsdisziplin der Kommunikation. Agenturen haben es häufig mit Pharmakonzernen als Kunden zu tun, die sich durch langwierige Abstimmungsschleifen und eine komplexe Organisation auszeichnen. Rechtliche Vorgaben schränken die Kommunikationsmöglichkeiten ein und nicht zuletzt kämpft die Industrie mit einer ihr gegenüber kritisch eingestellten Öffentlichkeit. Die medizinische Materie ist Medien schwer vermittelbar. Den Agenturmarkt im Bereich der klassischen PR dominieren Netzwerke wie Edelman, Weber Shandwick, MSL und FleishmanHillard sowie Spezialanbieter wie die Medical Consulting Group, Haas & Health und Dorothea Küsters Life Science Communications. Bei Agenturen ist Fachwissen zu Themen wie Vitamin-K-Antagonisten, Präexpositionsprophylaxe, Lama/Laba-Kombinationen oder Morbus Crohn gefragt. Eine Pressemitteilung der Pharmaindustrie gleicht einer Doktorarbeit – Fußnoten inklusive.

„Die Unternehmen erwarten, dass wir medizinische Spezialisten an Bord haben, die den Markt aber eben auch die Produkte verstehen“, erläutert Martin Flörke (Foto), Managing Director bei Edelman.ergo in Frankfurt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**PERSONALIEN**

**Ketchum macht Tautz zum Executive Director Digital und gewinnt Digitaletat von EnBW →**

Ketchum in Deutschland ernennt Frederik Tautz zum Executive Director Digital. Damit ist Tautz ab sofort für die digitale Transformation von Ketchum in



Deutschland sowie den Ausbau des digitalen Geschäftsbereiches der Agentur verantwortlich. Er berichtet direkt an CEO Victoria Wagner: „Nach intensiver Analyse von Kundenbeziehungen, Prozessen und internen Strukturen sind wir sehr froh, diese wichtige Funktion mit Frederik Tautz (Foto), einem ausgewiesenen Digitalexperten, besetzen zu können. Er kennt nicht nur unsere Kunden und deren Märkte, sondern auch die Ketchum Agenturen und ihre Mitarbeiter sehr gut. Diese Kombination macht ihn zur Idealbesetzung für uns“, sagt Victoria Wagner, CEO Ketchum. Frederik Tautz ist Digital Native der ersten Stunde und war zuletzt Director Strategic Planning Digital im European Headquarter von Ketchum in London. Nun kehrt er nach Düsseldorf zurück, um gemeinsam mit den Mitarbeitern der acht Standorte von Ketchum Pleon, Emanate und Brandzeichen die digitale Transformation durch einen kundenzentrierten Ansatz voranzutreiben.



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Entlassung statt Versetzung: Berliner Ex-Senatssprecherin Augenstein fällt nicht weich →



Ende September hatten sich die Berliner und zahlreiche deutschlandweit berichtende Medien darin selbst übertroffen, anlässlich der vermeintlichen Versetzung

von Daniela Augenstein, der 37-jährigen Senatssprecherin und Leiterin des Berliner Presse- und Informationsamts, in den einstweiligen Ruhestand eine peinliche Sozialneiddebatte loszutreten (eine schöne Einordnung des Magazins „Zapp“ des „NDR“ finden sich hier). Jetzt stellt sich heraus: Der ganze Sozialneid war umsonst. Die verbeamtete Staatssekretärin Augenstein muss entlassen werden. Hintergrund sei eine Prüfung der Personalie durch das Landesverwaltungsamt, die ergeben habe, dass Augenstein keine fünfjährige Tätigkeit im öffentlichen Dienst vorweisen könne. Damit würden ihr erhebliche finanzielle Einbußen entstehen und dauerhafte Versorgungsbezüge wegfallen, berichtet unter anderem die „Berliner Morgenpost“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Knipper wechselt zur R+V Versicherung – Goldbeck wird sein Nachfolger bei der Allianz →



Hermann-Josef Knipper (58, Foto l.), Leiter der Unternehmens-

kommunikation der Allianz Deutschland AG, übernimmt zum 1. Januar 2017 die Leitung der Konzern-Kommunikation bei der R+V Versicherung in Wiesbaden. Er wird damit Nachfolger von Rita Jakli (63), die zum Jahresende 2016 altersbedingt in den Ruhestand geht. Jakli leitet die Konzern-Kommunikation



seit dem Jahr 1999. Nachfolger Knippers bei der Allianz wird nach Informationen des „PR Reports“ Matthias Goldbeck (52, Foto r.), derzeit noch Leiter der internen Kommunikation bei der Commerzbank in Frankfurt am Main. Er wird wie sein Vorgänger für die externe und interne Kommunikation verantwortlich zeichnen. Goldbeck leitet seit 2006 die Mitarbeiterkommunikation der Commerzbank.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien compact - Sonstige (4) (41. KW-2016) →

1. **Schwede leitet Kommunikation bei EUBP:** **Katrin Schwede** (32) ist seit dem 1. Oktober Head of Communications bei European Bioplastics (EUBP), einem europäischen Interessenverband der Biokunststoffbranche in Berlin. Sie ist seit 2015 bei EUBP und war zuletzt als Communications Manager tätig. In Ihrer neuen Position berichtet Schwede an den Managing Director

**Hasso von Pogrell.** Sie folgt auf **Kristy-Barbara Lange**, die bei EUBP nun den Bereich Regulatory Affairs verantwortet.

2. **Jakob kommuniziert für Bundesingenieurkammer: Alexandra Jakob** (48) ist vom 1. November an Referentin für interne und externe Kommunikation der Bundesingenieurkammer in Berlin. Sie wechselt vom Landesverband Berlin des Deutschen Kinderschutzbunds, wo sie als Pressesprecherin tätig war. Die Position wurde neu geschaffen. Jakob berichtet an den Geschäftsführer **Martin Falenski**.
3. **Kotsch leitet Kommunikation des Brandenburger Bildungsministeriums: Ralph Kotsch** (55) leitet seit dem 4. Oktober die Presse und Öffentlichkeitsarbeit und ist Pressesprecher im Ministerium für Bildung, Jugend und Sport in Brandenburg. Zuletzt war er stellvertretender Chefredakteur und Leiter des Lokalressorts der "Berliner Zeitung". Er folgt auf **Florian Engels**, der Anfang September zum Regierungssprecher von Ministerpräsident **Dietmar Woidke** (SPD) berufen wurde.
4. **Wolter kommuniziert für den Bundesverband Deutsche Startups: Paul Wolter** (27) ist vom 1. November an Referent Kommunikation & PR beim Bundesverband Deutsche Startups in Berlin. Bereits seit Februar 2016 war er beim Verband als Werkstudent Kommunikation & PR angestellt. In seiner neuen Position berichtet er an Vorstandsvorsitzenden **Florian Nöll**.

## Personalien compact - Agenturen (2) (41. KW-2016) →

1. **Neuzugänge bei Hoffmann und Campe X:** Zwei Neuzugänge stärken seit Anfang Oktober den Hamburger Kommunikations-Dienstleister Hoffmann und Campe X. **Dirk Hansen** wird Director Controlling, **Anna Saric** unterstützt das



Team am Standort München als Account Director. Hansen (39) war mehrere Jahre für den IT-Dienstleister Atos im Controlling tätig, zuletzt als Senior Project Controller. Weitere berufliche Stationen waren im Controlling von Coffema, Deutscher Ring und Johnson & Johnson. Saric (32) war zuvor einige Jahre Beraterin in Kommunikationsagenturen wie McCann Erickson, Grey und BBDO. Sie übernimmt die Aufgaben in der Kundenberatung von **Stefan Thiel**, der das Unternehmen zum 30. November verlässt.

2. **Wehner wechselt von Rocket Internet zu Piabo: Laura-Lucia Wehner**, zuletzt beim Startup-Inkubator Rocket Internet tätig, wechselt zur Agentur Piabo und arbeitet dort im E-Commerce und Brand PR-Team. Bei Rocket Internet verantwortete Wehner die nationale und internationale Kommunikationsarbeit für den Online-Möbelshop Home24 und die Beauty Plattform Vaniday. Bei Piabo unterstützt sie Teamleiterin **Sunny Wunsch** in der Rolle als Stellvertreterin. Zu den zu betreuenden Kunden im Team gehören das

Matratzen Start-up buddy, das für Hundeinterieur Kona Cave sowie die Berliner Teemanufaktur 5 cups and some sugar. Die Berliner Agentur Piabo ist spezialisiert auf Kunden aus der digitalen Wirtschaft.

## ETATS

### Grayling startet Kampagne für ÖBB-Nachtreisezug in Deutschland →



Grayling begleitet ab Oktober den Einstieg der Österreichischen Bundesbahnen

(ÖBB) als Anbieter von Nachtzugreisen im deutschen Markt. Die internationale Kommunikationsagentur wurde mit Medienarbeit und Stakeholder-Kommunikation zur Markteinführung des neuen Nachtreisegangebots beauftragt. Das Foto zeigt den ÖBB Nightjet (© ÖBB/Foto Wegscheider). Für die ÖBB ist der Nachtreisegugverkehr ein sehr wichtiges Marktsegment. Die Österreichischen Bundesbahnen weiten daher ab dem 11. Dezember 2016 ihr Nachtreisegugangebot in Deutschland aus. Die ÖBB wird einige Nachtzugverbindungen bedienen, auf denen bislang City Night Line-Züge der Deutschen Bahn (DB) unterwegs waren. Unter den sechs neuen Nachtreisegugrouuten sind zum Beispiel die Verbindungen Hamburg-Zürich und München-Venedig. Insgesamt bieten die ÖBB ab Dezember 2016 15 Nachtzug-Strecken an, auf acht davon kann auch das eigene Auto oder Motorrad mitgenommen werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



### Etats compact (4) (41. KW-2016) →

1. **PRfact kommuniziert für Calzedonia Switzerland**  
 wer: Strumpfwaren-, Unterwäsche- und Bademoden-Hersteller Calzedonia Switzerland AG, Zürich  
 was: Medien- und Öffentlichkeitsarbeit  
 an: **PRfact**, Zürich
2. **Trio kommuniziert für Wartungs- und Betriebszentrum in Givisiez**  
 wer: Freiburgische Verkehrsbetriebe Holding (TPF) AG, Freiburg  
 was: interne und externe Kommunikation  
 an: **Agence Trio SA**, Lausanne/Zürich
3. **Territory gewinnt Brand-Magazine-Etat von WMF**  
 wer: Küchengerätehersteller WMF Group GmbH, Geislingen/Steige  
 was: Content Marketing rund um das neue Brand Magazine  
 an: **Territory GmbH**, Gütersloh
4. **MPM gewinnt TÜV Süd**  
 wer: TÜV Süd AG, München  
 was: Geschäftsbericht  
 an: **Kommunikationsagentur MPM**, Mainz

## AGENTUREN

### PR-Journal-Interview mit Birgit Krüger: Agenturen bieten Trainees mehr als die GPRA-Standards →



Seit Ende vergangenen Jahres gelten für die 36 Mitgliedsagenturen der Gesellschaft PR- und Kommunikationsagenturen in Deutschland (GPRA) **Standards**

für die **Ausbildung** ihrer Trainees. Birgit Krüger (Foto), Präsidiumsmitglied und Ausbildungsbeauftragte der GPRA sowie Geschäftsführerin der Münchner Agentur Consense Communications, hatte sich selbst sehr für die Einführung dieser Standards eingesetzt. Im „PR-Journal“-Interview berichtet sie über die Resonanz der Agenturszene.

**PR-Journal:** Frau Krüger, die Mindeststandards für Trainees in GPRA-Mitgliedsagenturen gibt es seit fast einem Jahr. Wie sind die ersten Erfahrungen?

**Birgit Krüger:** Mir ist es wichtig zu betonen, dass es sich um Mindeststandards handelt, die für alle GPRA-Agenturen gelten. Die Agenturen sind natürlich frei, über die Standards hinauszugehen und diese flexibel zu gestalten. Sie sind der kleinste gemeinsame Nenner.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Serviceplan holt Romeyko ins Creative Board →



Die Serviceplan Gruppe gewinnt den hochdekorierten Werber Jason Romeyko (Foto) für sich. Nach über 23 Jahren verlässt der 44-jährige Australier

Saatchi & Saatchi, wo er zuletzt als Worldwide Executive Creative Director tätig war. Bei Serviceplan steigt er als Global Executive Creative Director im

### 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**

gruppenübergreifenden „Creative Board“ ein. Romeyko berichtet an Alexander Schill, Kreativchef und CCO der Serviceplan Gruppe.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Ansel & Möllers macht sich im Jubiläumsjahr fit für die Zukunft →



Die Stuttgarter Agentur Ansel & Möllers feiert in diesen Tagen ihr 20-jähriges Bestehen. Seit 1996 ist die inhaberge-

führte Agentur für nationale und internationale PR- und Eventkunden tätig. Jetzt haben sich die Kommunikationsprofis neu aufgestellt und bieten ihre Kompetenzen neu gegliedert in die drei Bereiche B-to-B-PR, B-to-C-PR und Eventmanagement an.

Das Foto zeigt die Inhaber Jochen Ansel (l.) und Katrin Möllers (r.) mit Agenturhund Henry.

Der neue Dreiklang findet sich auch online auf der [neuen Website der Agentur](#) wieder. Dort präsentieren sich die Stuttgarter im neuen Look und bieten im eigenen [Blog](#) fachlichen und unterhaltsamen Lesestoff. Vor 20 Jahren startete die Agentur unter dem Namen „Neue Positive“ mit drei Mitarbeitern, heute ist Ansel & Möllers eine Agentur mit 24 Mitarbeitern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Agenturen compact (2) (41. KW-2016) →

1. **PR-COM zieht noch tiefer ins Herz von München:** Die Münchner Agentur PR-COM hat eine neue Heimat in der bayerischen Landeshauptstadt. Nach zehn Jahren in der Nußbaumstraße hat die Agentur neue Büroräume am **Sendlinger-Tor-Platz 6** bezogen. Sämtliche Telefonnummern und E-Mail-Adressen bleiben unverändert. In unmittelbarer Nähe zum alten Standort stehen PR-COM dort neue Büroräume in großzügigem Ambiente zur Verfügung. Seit der Gründung vor über 25 Jahren hat sich PR-COM zu einer der führenden Agenturen Deutschlands im Bereich IT und Telekommunikation entwickelt. Mit 40 festen Mitarbeitern betreut sie mittlerweile rund 30 Beratungskunden, darunter Akamai, Dell, Red Hat und Toshiba.
2. **Hoffmann und Campe X strukturiert Neugeschäft um:** Der Hamburger Kommunikations-Dienstleister Hoffmann und Campe X organisiert seinen Bereich Neugeschäft um. Dieser wird künftig von Geschäftsführer **Christian Backen** (45) gemeinsam mit **Daniela Henning** (44), Director Business Development, verantwortet. Der Vertrag mit Geschäftsführer **Christian Schlottau** (58), seit Juli 2013 im Unternehmen, läuft aus und wird nicht verlängert. Mit diesem Schritt will Hoffmann und Campe X den Wandel hin zu einer modernen Agenturstruktur mit Verlagsprägung abschließen. Die Geschäfte von Hoffmann und



Campe X leiten künftig Christian Backen und **Alexander Uebel** (45), wie Backen seit 2016 Mitglied der Geschäftsführung.

## UNTERNEHMEN

### „Owned Media“ im Fokus: Mercedes-Benz stärkt Redaktionskompetenz →



Mercedes-Benz wird ab 2017 alle redaktionellen Inhalte der Marke gezielter an den Wünschen der Kunden ausrichten. Dazu wird im Marketing und in der Unternehmenskommunikation ein neues Redaktionsnetzwerk aufgebaut. Weltweit werden dazu alle Markenthemen und -inhalte in einer zentralen Redaktion gebündelt. Die Gründung erfolgt durch ein Team an Redakteuren rund um Dominik Wichmann (Foto), den früheren Chefredakteur der Zeitschrift „Stern“ und des Magazins der „Süddeutschen Zeitung“. Diese Aufgaben wird er zusätzlich zu seiner Rolle als Berater und Moderator der Innovations-Konferenz DLD bei Hubert

Burda Media wahrnehmen. Das „Media- und Content-House“ soll bei Mercedes Benz das weltweite Zusammenspiel aller digitalen Inhalte und Kanäle gewährleisten und strategisch aufeinander abstimmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## MEDIEN

### „journalist“: Zwei Ausgaben aus zwei Verlagen im November? →

Keiner äußert sich so richtig zur Sache, Vorsicht aller Orten. Und doch werden Fakten geschaffen: Matthias Daniel, bisher Chefredakteur beim Verlag Rommerskirchen für den Medienfachtitel „journalist“ hat den Verlag gewechselt – aber nicht das Medium. Er ist nun Chefredakteur im Hause des Hamburger New Business-Verlags und immer noch zuständig für das Mitgliedermedium des Deutschen Journalisten Verbandes (DJV). Ob es seinen Titel behält, ist laut einem Bericht von „Meedia.de“ noch offen. Anfang November soll die erste Ausgabe unter der Regie des neuen Verlags erscheinen. Der vom Deutschen Journalistenverband (DJV) herausgegebene „journalist“ erschien zuvor seit Jahrzehnten im Verlag Rommerskirchen, Remagen-Rolandseck. Nachdem das Heft aber im Laufe des Jahres aufgrund rückläufiger Anzeigenerlöse immer mehr an Umfang verlor, kündigte der DJV seinem langjährigen Partner (wir berichteten). Neuer Partner des DJV wurde der Hamburger New Business-Verlag.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Heise Gruppe / Verlag Heinz Heise: Verleger Christian Heise wird 80 →

Christian Heise, Sohn des Verlagsgründers Heinz Heise und Gesellschafter der Heise Gruppe in Hannover, feiert am 17. Oktober seinen 80. Geburtstag.



Christian Heise wurde 1936 in Erfurt geboren. Am 19. Juni 1949 gründete sein Vater Heinz Heise den nach ihm benannten Verlag in Hannover. Erstes Produkt war das Adressbuch der Stadt Bünde, erstes Telefonbuch Das Örtliche für Einbeck. 1972 übernahm Christian Heise (Foto) nach seinem Studium der Literaturwissenschaften und der Philosophie in Marburg und Hamburg die Leitung des Familienunternehmens. Heute ist die Heise Gruppe ein weitverzweigtes Medienhaus, das mit Ansgar Heise in dritter Generation inhabergeführt ist. Neben dem Stammhaus in Hannover, in dem über 500 Mitarbeiter tätig sind, unterhält die Heise Gruppe Niederlassungen in Rostock, Erfurt und München.



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## AUTOREN-BEITRÄGE

**Dreifache Herausforderung:  
Der steinige Weg zur glaubwürdigen  
Kommunikationsstrategie →**



Ein glaubwürdiger und effizienter Auftritt erfordert die richtige Kommunikationsstrategie. Aber was eine gute Strategie im Kommunikationsmanage-

ment ausmacht und wie man sie erarbeitet, darüber gibt es kein einheitliches Verständnis. Jetzt hat „PR-Journal“-Autor Wolfgang Griepentrog (Foto) dieses schwierige Thema aus der Praxisperspektive genauer beleuchtet. Er hat den Prozess der Erarbeitung und Umsetzung von Kommunikationsstrategien in seinem [Blog „Glaubwürdig kommunizieren“](#) in drei Stufen zerlegt: 1. Erarbeitung und Formulierung, 2. unternehmensinterne Vermittlung und Vermarktung und 3. Erfolgskontrolle und Weiterentwicklung. Griepentrog warnt davor, die notwendigen Arbeitsschritte auf dem Weg zur Kommunikationsstrategie zu verkürzen und wichtige Rahmenbedingungen, beispielsweise langfristige Positionierungsziele, zu ignorieren. Er meint: „Die strategische Ausrichtung der Kommunikation ist Ergebnis eines Entscheidungsprozesses, der auf solider Grundlage stehen muss“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



gestellt, das unmittelbar mit dem Start der Vorlesungszeit beginnt. Am 19. Oktober um 19:00 Uhr startet die Veranstaltungsreihe WISSENSCHAFTPRAxis mit Florian Scholz, Head of Communications & Media, beim Bundesliga-Aufsteiger RB Leipzig. Für den November plant der LPRS einen „Consulting-Day“ in den Räumlichkeiten des Förderers Neuland-Quartier. Eine Tagesexkursion zu den Agenturen ressourcenmangel und zu CNC – Communications & Network Consulting nach Berlin steht für den 23. November auf dem Programm. Am 8. Dezember gastiert dann Michael Schlechtriem, Leiter Internationale Koordination & Kommunikationsstrategie bei der Deutschen Telekom AG, im Rahmen des PR-Salons in Leipzig. Inhaltlich geht es um „Unternehmenskommunikation als Treiber der Digitalisierung“. Weitere Terminen sollen folgen.

## TERMINE

**LPRS stellt attraktives Veranstaltungsprogramm auf die Beine →**



Der Leipziger PR-Studenten e.V. (LPRS) hat für das Wintersemester 2016/17 wieder ein abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm auf die Beine

## SEMINARE

**Seminare compact (3) (41. KW-2016) →**

1. **Konferenz für digitalen Wandel in Köln:**  
Die **Kölner Digitalagentur kernpunkt** veranstaltet am **28. und 29. November** eine Fachkonferenz zum Thema Digitalisierung und des digitalen Wandels in Marketing, Vertrieb und Unternehmenskommunikation. Die Veranstaltung findet im

KOMED im MediaPark in Köln statt. Am ersten Tag dreht sich alles um Verkaufen & Kommunizieren in einer digitalen Welt mit dem Fokus auf B-to-B-Kunden. Am zweiten Tag geht es um Arbeiten in einer digitalen Welt. Tickets für die Teilnahme an beiden Tagen kosten 250,00 Euro. Weitere Informationen und Anmelde-möglichkeit direkt auf der [Agentur-Website](#).

2. **Depak lädt ein zur 1. Tagung Change Management:** Am **18. und 19. November** veranstaltet die deutsche Presseakademie und Zusammenarbeit mit dem HRM Forum die **1. Tagung Change Management** in Berlin. Unter der Überschrift „**Transformation, Wandel, Fortschritt**“ bringen die Veranstalter Kommunikatoren und HRler zusammen. Sie sind eingeladen zu diskutieren und zu erproben, wie Kommunikation und HR zu Veränderungstreibern in digitalen Umfeldern werden können. Der 1. Tag ist als klassische Tagung konzipiert, der 2. Tag als sogenanntes Change Lab. Wer sich bis zum 21. Oktober anmeldet, erhält einen Frühbucherrabatt und zahlt 1.190 Euro statt 1.390 Euro. Zur [Anmeldung](#) auf die depak-Website geht es hier.
  
3. **Webinar für gelungene Pressearbeit:** Die Journalistin Nora-Vanessa Wohler, aktuell Chefredakteurin des von ihr gegründeten Blogs „Edition F“, lädt ein zum Online-Seminar über PR und Journalistenkommunikation. „Edition F“ steht nach eigenen Angaben für „das digitale Zuhause für starke Frauen“. Am **18. Oktober** geht es ab **19:00 Uhr** für 90 Minuten um Tipps für gute Pressearbeit. Im Anschluss an ihren Vortrag beantwortet Wohler Fragen zum Thema. Einen Einblick in ihre Kompetenzen und ins Thema gewährt sie in einem [Beitrag auf „Edition F“](#). Die Teilnahme am Webinar, das auch für Männer buchbar ist, kostet 25,00 Euro, Studenten zahlen 10,00 Euro. Tickets können unter diesem [Link](#) gebucht werden.



## LESEHINWEISE

### Lesehinweise compact (2) (41. KW-2016) →

1. **Lesehinweis: Das Vertrauen der Kunden in die Agenturen.** Jean-Remy von Matt hatte es unlängst auf den Punkt gebracht: Agenturen haben ein Problem. Sie würden oft nicht mehr beraten, sondern nur noch liefern (das PRJ [hatte darüber berichtet](#)). Jetzt hat "Horizont" mit einer Umfrage unter Agenturen, Verbänden und Pitchberatern nachgelegt. Agenturen müssten die Beratungsleistung wieder stärker entwickeln, fordert **Nina Rieke**, Strategiechefin von DDB und GWA-Vorstand. Sie sollten ihre Rolle überdenken, für erfolgreiche Rahmenbedingungen konsequenter eintreten und Erwartungen an Zusammenarbeit und Kollaboration aktiver managen, meint **Roland Bös**, Geschäftsführer Scholz & Friends. **Oliver Klein**, Geschäftsführer Cherrypicker, spricht von einer Epoche des Wandels und gibt sich optimistisch. Die Anzahl der Auswahlprozesse und

Pitches hätte nicht zugenommen. Von Vertrauensverlust könne man also nicht sprechen. Hier geht es [zu den Interviews](#).

- Lesehinweis: Change ist doof!** „Change ist doof!“ und Mitarbeiter wie Führungskräfte sind da einer Meinung. Doch kommt niemand in einem Unternehmen um das Thema Veränderung herum, denn diese bestimmen wie keine andere Konstante das Marktgeschehen. Dass die Menschen in Unternehmen ‚Change‘ überhaupt nicht mögen, macht es für die Beteiligten nicht gerade einfacher und stellt Unternehmen immer wieder vor neue Herausforderungen. Zusätzlich zum Hörbuch „Change ist doof!“ hat **Autor und Managementtrainer Rainer Krumm** jetzt ein Lesebuch herausgebracht – bestellbar unter diesem [Link bei Amazon](#). Es zeigt für alle Beteiligten auf, wie bevorstehende Veränderungen zu meistern sind.

## PREISE UND AWARDS

**Flüchtlingszelte und Bundestagsrebellen: Die Gewinner des dpa-infografik award 2016** →



Wie lebt es sich in einem Flüchtlingszelt? Wie viel Platz bleibt jedem Einzelnen? Und wohin mit dem Gepäck?

Antworten auf diese Fragen finden sich anschaulich in einer der beim diesjährigen dpa-infografik award



ausgezeichneten Grafiken. Doreen Borsutzki entwickelte in Zusammenarbeit mit Sebastian Kempkens für die Wochenzeitung „Die Zeit“ eine Infografik, die die Lebensbedingungen im Zelt einer Flüchtlingsnotunterkunft zeigt. Damit errang sie den ersten Platz in der diesjährigen Sonderkategorie „Flüchtlinge“. „Ich kann mir genau vorstellen, wie die Platzverhältnisse sind und wie es dort zugeht“, lobt Jurymitglied Jörg Schönenborn, Fernsehdirektor des Westdeutschen Rundfunks. „Zudem ist die Grafik ein echter Eyecatcher, obwohl es ein schwieriges Thema ist“, sagt Andrea Weinert, Leiterin der Abteilung für Medienauswertung im Bundespresseamt und ebenfalls Jurymitglied. Die fünfköpfige Jury wählte aus über 200 Grafiken, darunter auch rund 60 Online-Grafiken, insgesamt neun Preisträger in drei neu geschaffenen Kategorien aus.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Vier goldene Trophäen beim GWA Profi Award** →



Bei der Preisverleihung des achten GWA Profi Awards im Rahmen der marconomy B-to-B-

Markenkonferenz in Würzburg wurden am 11. Oktober insgesamt 14 B-to-B-Kommunikationsmaßnahmen gewürdigt. Zu den vier Gold-Gewinnern zählen die Agentur Publicis Pixelpark für die „Vector Emplo-

yer Branding-Kampagne“ und den Kunden Vector Informatik in der Kategorie Activation, die Agentur FutureBrand mit „Merck Rebranding“ und Merck in der Kategorie Change, Reinsclassen und „Einfach machen“ mit Haufe Lexware in der Kategorie Evergreen sowie die Agentur wob AG mit „MDC Power. Wir sind der Motor, du bist das Herz.“ und MDC Power in der Kategorie New New. Zur Verleihung des GWA Profi Awards kamen am Abend der marconomy B2B Markenkongress rund 150 Gäste zusammen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Folge stellten sich Matthias Wesselmann (Foto r.), seit März dieses Jahres Vorstandsmitglied der fischerAppelt-Agenturgruppe, und Lu Sommer (2. v. r.), PR-Beraterin in der Agentur fischerAppelt relations in Hamburg, den Fragen von Charlotte Janosa (l.) und Maike Grunenberg (2. v. l.), beide Studentinnen des Bachelorstudiengangs Kommunikationswissenschaft in Münster und Vorstandsmitglieder der Studierendeninitiative campus relations e.V..

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## GPRA IM DIALOG

**fischerAppelt-Vorstand Wesselmann  
attestiert der PR größere Potenziale  
als der Werbung →**



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

von Kommunikationsagenturen gegenüber Studierenden wichtige Ziele der Verbandsarbeit. Mehrfach hat der Verband betont, dass Agenturen ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern und künftig stärker im Sinne eines Employer Brandings am Markt agieren wollen. Eine konkrete Maßnahme setzt die GPRA 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. Sie haben so Gelegenheit, alle Fragen über das Agenturgeschäft zu stellen, die sie für relevant halten. In der zehnten

## 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 (42)

Stellenangebote der Agenturen

- redroses communications sucht PR-Berater (m/w), Hamburg
- PR-Redakteur/-in (Vollzeit oder Teilzeit), Montabaur
- PR-Juniorberater/in für Team Energie und Umwelt, Hamburg

- PR-Berater (Account Manager) (w/m) für den Bereich Technology, München
- Head Technology Communications (m/w), Frankfurt/Düsseldorf/München
- 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

#### Stellenangebote der Medien

- Redakteurin/Redakteur, Köln

#### Stellenangebote der Unternehmen

- Junior Consultant Public and Investor Relations (m/f), Düsseldorf & Munich
- Assistent/in Kommunikation/Marketing in Teilzeit, Essen
- 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 8 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

---

#### Praktikum

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 17. Oktober 2016 um 19:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.332 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 24,5 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.822 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](mailto: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](http://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](http://www.pr-journal.de/fotos.html). Zum ausführlichen **Impressum** geht es hier: [www.pr-journal.de/impressum.html](http://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](mailto:redaktion@pr-journal.de)

URL: [www.pr-journal.de](http://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.*