

NEWSLETTER 541

49. KW 2016

++ Expansion: fischerAppelt geht in die USA ++
++ „European Excellence Award“: achtung! Agentur des Jahres ++
++ „Wortfetzen“: Neue Nachwuchsserie zur Sprache in der PR ++

TOP MELDUNGEN

Intranet-Studie 2017: Mobile wird zum Erfolgsfaktor für Unternehmen →



Das Intranet als zentrale digitale Arbeitsplattform wird zunehmend an Bedeutung gewinnen. Das glauben 46 Prozent der internen Kommunikatoren in mittleren und großen Unternehmen. Zudem entwickelt sich der mobile Zugriff

auf das Intranet immer mehr zum entscheidenden Erfolgsfaktor für Unternehmen. Zu diesen und weiteren Ergebnissen kommt die am 8. Dezember veröffentlichte Studie „Intranet – Marktübersicht und Trends 2017“ der SCM (School for Communication and Management, Berlin) und der Full-Service Intranet Agentur Hirschtec, Hamburg. Sie gibt zudem einen Überblick über den Markt im Bereich Intranetlösungen. Auch analysiert die Studie diese Systeme hinsichtlich ihres Nutzens in verschiedenen Anwendungsszenarien.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Blogger Pallenberg wird Online-Redakteur in der Unternehmenskommunikation von Daimler →



Der Blogger Sascha Pallenberg (45), Mitinhaber der New Media Publishing & Consulting Ltd. in Taiwan und Herausgeber des Blogs „Mobile Geeks“, wechselt in Unternehmenskommunikation der Daimler AG in Stuttgart. Seine Anteile an Mobile Geeks überschreibt er an seine Mitgründerin Nicole Scott. Bei Daimler soll er darin mitwirken die „Owned Media“ konsequent weiter auszubauen. Erst Mitte Oktober gab Daimler die Verpflichtung des früheren Chefredakteurs der Zeitschrift „Stern“, Dominik Wichmann, bekannt. Sowohl Pallenberg als auch Wichmann spielen in den Plänen von Daimler Kommunikationschef Jörg Howe, künftig ganz stark auf den Ausbau der eigenen Medien zu setzen, eine wichtige Rolle. Man wolle ein Redaktionsteam aufbauen, das die Inhalte für konzerneigene Onlinemedien erstelle. Howe sagte: „Dieses Team arbeitet in erster Linie nicht für Journalisten, sondern eher wie Journalisten.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 541. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 31 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1
Intranet-Studie 2017: Mobile wird zum Erfolgsfaktor für Unternehmen →	1
Blogger Pallenberg wird Online-Redakteur in der Unternehmens-kommunikation von Daimler →	1
Wert von Awards aus Unternehmens-sicht: Nachweis für Kreativität und Budgetrechtfertigung →	3
Auf Expansionskurs: fischerAppelt geht in die USA → ..	3
Personalien	4
Heger wechselt von Linde zu Fresenius Medical Care →	4
Personalien compact - Sonstige (2) (49. KW-2016) →	4
Personalien compact - Unternehmen (7) (49. KW-2016) →	4
Personalien compact - Agenturen (8) (49. KW-2016) →	6
Etats	8
Hill+Knowlton gewinnt PR-Etat für die Olympischen Winterspiele 2018 →	8
A&B One führt PR-Etat zur Sozialwahl 2017 →	8
Etats compact (7) (49. KW-2016) →	9
Agenturen	9
Auf Expansionskurs: Ballou PR Berlin verdoppelt Team in nur einem Jahr →	9
Hill+Knwolton wird globale PR-Leadagentur für Procter & Gamble →	10
Agenturen compact (2) (49. KW-2016) →	10
Unternehmen	11
Leadership-Diskussion am 19. Januar: Kommunikation als Führungsdisziplin? →	11
Organisationen	11
Agenturverband AIKA mit neuem Vorstand →	11
Gangoly neuer Präsident des internationalen PR-Agentur- Verbandes ICCO →	12
Behörden	12
Aufklärungskampagne begleitet neues Verpackungsgesetz →	12
Branche	12
GWA-Untersuchung: Kritischer Ausblick auf künftige Agentur-Kunde-Beziehungen →	12
Interview mit „Young Professional des Jahres“ Antonia Meyer: „Ich bin eher der Agenturtyp“ →	13

Medien	13
Florian Harms abberufen, Barbara Hans neue Chefredakteurin von „Spiegel online“ →	13
Verlag Rommerskirchen gegen DJV: Streit geht weiter →	13
Medien compact (2) (49. KW-2016) →	14
Autoren-Beiträge	14
Vom Silodenken zur Matrixstruktur: Warum (auch!) Agenturen einen Newsroom brauchen →	14
Sprache in der PR: Wortfetzen	14
„Wortfetzen“: Neue PR-Journal Nachwuchsserie zur Sprache in der PR →	14
Termine	15
Neu ab 2017: Nachhaltigkeitskommunikation mit dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex →	15
Termine compact (2) (49. KW-2016) →	15
Studien	15
JIM-Studie 2016: Zeitung ist für junge Leser das glaubwürdigste Medium →	15
Untersuchung zur Sichtbarkeit im Web: Klassische Banken schlagen Fintechs - noch →	16
Lesehinweise	16
Lesetipp Unternehmenskommunikation: Der direkte Weg zur Digitalstrategie →	16
Preise und Awards	17
Studie zur Berichterstattung über CEOs gewinnt Master-Award Unternehmenskommunikation →	17
„European Excellence Award 2016“: achtung! ist Agentur des Jahres →	17
„kress“ kürt Medienmanagerin und Chefredakteur des Jahres →	17
Preise und Awards compact (1) (49. KW-2016) →	18
STAMM Medien-News	18
Stamm Medien-Newsletter Dezember 2016 →	18
Jobangebote	18
Gesuche (8)	18
Angebote (57)	18
Volontariat/Trainee	19
Praktikum	19
Impressum	20

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

Thomas Dillmann und das Team vom PR-Journal

Wert von Awards aus Unternehmenssicht: Nachweis für Kreativität und Budgetrechtfertigung →



Welchen Wert hat ein Kommunikationsaward für einen weltweit führenden Automobilhersteller, eine medial omni-präsente Bank oder

Deutschlands größtes Telekommunikationsunternehmen? In Bilanzzahlen ausgedrückt gar keinen; marketingtechnisch ist der Reputationsgewinn überschaubar. Eine Handvoll Presse-Clippings in Kommunikationsfachmedien als Folge einer gewonnenen Trophäe lässt bei DAX-Konzernen weder den Aktienkurs nach oben schießen, noch verkaufen sich Produkte plötzlich besser. Die Bedeutung eines Preises für Großunternehmen unterscheidet sich damit signifikant von der für Agenturen, für die ein Award auf den Umsatz einzahlt.

Foto: Wer Kampagnenprojekte selbst einreicht, muss sich die Bühne nicht mit einer Agentur teilen. Michael Schmidtke, Melita Delic, Katharina Sorg und Christoph Zemelka (v.l.) bei der Auszeichnung ihres Projektes „#ExperienceBosch“ beim Internationalen Deutschen PR-Preis der DPRG.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Auf Expansionskurs: fischerAppelt geht in die USA →

Dass internationale Agenturketten eine Niederlassung in Deutschland eröffnen, ist geübte Praxis. Umgekehrt passiert es eher selten, dass sich deutsche Agenturen mit einer eigenen Filiale auf den amerikanischen Markt wagen. Anders fischerAppelt: Die Hamburger Agenturgruppe eröffnet jetzt ihren achten Standort in New York City und will so ihre Content



Marketing-Expertise für global agierende Kunden nach Nordamerika erweitern. Damit will fischerAppelt den internationalen Expansionskurs weiter vorantreiben. Büroleiter wird Alexander C. Schaper, Managing Consultant bei fischerAppelt (auf dem Foto r. neben



Andreas Fischer-Appelt). Den Fokus setzt die Creative Content Group auf Markt-Insights und Media-Analytics. Von den USA aus begleiten die Content Marketing-Experten deutsche Unternehmen bei der strategischen Aussteuerung und operativen Umsetzung von US-Kampagnen so-

wie bei Markteintritten und Produkteinführungen. Namhafte Unternehmen aus den Bereichen Automobil, Pharma und Konsumgüter zählen nach eigenen Angaben bereits zum Kundenstamm der Agentur in den USA.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PERSONALIEN

Heger wechselt von Linde zu Fresenius Medical Care →



Dominik Heger (Foto) übernimmt zum 5. Januar 2017 die Leitung Investor Relations und Corporate Communications bei Fresenius Medical Care, einem der führenden Anbieter von Produkten und Dienstleistungen für Menschen mit Nierenerkrankungen. Er folgt auf Oliver Maier, der nach knapp 17 Jahren das Unternehmen Ende Februar 2017 auf eigenen Wunsch verlassen wird, um sich einer neuen Aufgabe zu widmen. Heger kommt vom Dax-Konzern Linde AG, wo er seit dem Jahr 2011 für den Bereich Investor Relations verantwortlich war. Zuvor war er seit dem Jahr 2003 in verschiedenen leitenden Funktionen für den weltweit führenden Hersteller von Industrie-, Prozess- und medizinischen Gasen tätig. Der promovierte Wirtschaftswissenschaftler studierte an der Ludwigs-Maximilian-Universität in München und an der University of Chicago (GSB).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Personalien compact - Sonstige (2) (49. KW-2016) →

1. **Beismann neuer Pressesprecher im BKA:** **Jens Beismann** (42) leitet seit dem 1. Dezember als neuer Sprecher die Pressestelle beim Bundeskriminalamt in Wiesbaden. Vorgänger **Markus Koths** hat nach fast fünf Jahren in dieser Funktion innerhalb der Behörde eine neue Aufgabe übernommen. Beismann, der seit 2008 beim Bundeskriminalamt ist, war seit 2011 stellvertretender Leiter der Pressestelle des Bundeskriminalamts.



2. **Think Tank Progressives Zentrum stärkt Kommunikation: Klara Sucher** (30) leitet und koordiniert seit dem 15. November die Kommunikation beim Think Tank Progressives Zentrum in Berlin. In der neu geschaffenen Position als Communications Manager verantwortet sie die nationalen und internationalen Presseaktivitäten und führt die verschiedenen Programmbereiche kommunikativ zusammen. Sucher war zuletzt Leiterin des Bereichs Vernetzung und Kommunikation bei Quinoa. Beim Progressiven Zentrum berichtet sie an den Geschäftsführer **Dominic Schwickert**.

Personalien compact - Unternehmen (7) (49. KW-2016) →

1. **Linde Material Handling ordnet Kommunikation neu: Matthias Kluckert** (34) und **Monika Laurent-Junge** (51) unterstützen seit dem 1. Dezember die Unternehmenskommunikation von

Linde Material Handling in Aschaffenburg. Kluckert ist neuer Leiter des Content & Editorial-Teams. Laurent-Junge leitet Marketing & Communication. Beide Positionen wurden im Zuge der Zusammenführung von interner, externer und Marketing-Kommunikation neu geschaffen. Kluckert und Laurent-Junge berichten an **Michael Hauger**, der gleichzeitig die Kommunikation bei Linde Material und die Konzernkommunikation der Kion Group AG verantwortet. Kluckert war zuletzt als Redakteur bei „Bild“. Laurent-Junge arbeitete als Director Marketing Europe beim US-Softwareunternehmen Cincom Systems.

2. **Möller übernimmt Externe Kommunikation bei Merck: Thomas Möller** (40) wird zum 1. Januar 2017 neuer Leiter Externe Kommunikation beim Pharma-, Wissenschafts- und Technologieunternehmen Merck in Darmstadt. Er wird an **Isabel De Paoli**, Leiterin Konzernkommunikation, berichten. Möller folgt auf **Nicole Mommsen**, die das Unternehmen im Sommer nach drei Jahren verließ, um bei Goldman Sachs Unternehmenssprecherin zu werden. Möller kommt von BASF. Dort war er in verschiedenen Funktionen der Unternehmenskommunikation in Deutschland, den USA und der Schweiz tätig. Unter anderem leitete er die Medienarbeit in Europa und das Globale Kompetenzzentrum Krisenkommunikation.
3. **Janssen ist Kommunikationschef bei GATC Biotech: Detlef Janssen** (60) leitet seit Anfang November den Bereichs Marketing & Communications bei GATC Biotech, einem Anbieter von Sequenzierdienstleistungen und Bioinformatik in Konstanz. Er wurde Nachfolger von **Helge Schnerer**, der das Unternehmen verlassen hat. Zuvor war Janssen fast vier Jahre selbständiger Berater für Change Communications. In seiner neuen Position berichtet er an den Chief Executive Officer **Peter Pohl**.
4. **Deerns Deutschland baut Kommunikation aus: Anne Honisch** (32) arbeitet seit dem 1. No-



Initiative PAS
Die Zielgruppe verstehen.
Kosteneffizient.
Schnell. Genau.

Mehr erfahren...

vember Spezialist für Marketing und Kommunikation bei Deerns Deutschland, einem Projektplaner für technische Gebäudeausrüstung in Berlin. Honisch soll für das Unternehmen die interne Kommunikation ausbauen sowie den Bereich Marketing und die externe Kommunikation in Deutschland verstärken. Zuvor war sie elf Jahre in der Unternehmenskommunikation des Dienstleistungskonzerns Dussmann Group tätig. Bei Deerns berichtet sie an den Vorsitzenden der Geschäftsführung **Christoph Amarotico**.

5. **Hans-Jörg Heims wird neuer Pressesprecher der HHLA: Hans-Jörg Heims** (53) verstärkt ab sofort die Unternehmenskommunikation der Hamburger Hafen Logistik AG (HHLA). Heims kommt von der Evonik Industries AG in Essen, wo er von Ende 2014 bis zum Frühjahr 2016 als Konzernsprecher und Leiter Konzernpresse fungierte. Davor war er beim Immobilienunternehmen Vivawest. In seiner neuen Funktion folgt er auf den ehemaligen HHLA-Pressesprecher **Karl Olaf Petters**, der inzwischen als Vice President

Communications Europe beim Logistikunternehmen Kühne + Nagel KG tätig ist.

6. **InterSearch Executive Consultants baut Kommunikation aus:** InterSearch Executive Consultants, eine Personalberatung mit Hauptsitz in Hamburg und weiteren Niederlassungen in Köln, Frankfurt und München, baut ihr Expertenteam weiter aus. **Shushila Pandya** (31) wird ab dem 1. Januar 2017 die interne und externe Kommunikation verantworten und das Unternehmen zukünftig in ihrer Rolle als Manager Kommunikation in den Bereichen Marketing und PR unterstützen. Dabei wird sie an **Thomas Bockholdt**, Managing Partner bei InterSearch Executive Consultants, berichten. Pandya verfügt über Erfahrungen als freie Journalistin und PR-Beraterin. Zuletzt war sie für Delta Management Consultants tätig.
7. **Bayer AG stärkt Issue Management in Berlin:** **Clemens Buckwitz** (25) hat zum 1. November die Aufgabe als Issue Manager Public and Governmental Affairs im Berliner Liaison Office bei Bayer angetreten. Vorgänger **Eike Klein** wechselte zum Verband der Chemischen Industrie (VCI). Buckwitz verantwortet die Themen Energie und Handel und berichtet an den Leiter des Büros, **Stephan Schraff**. Zuvor war Program Manager Government and Regulatory Affairs in der Hauptstadtrepräsentanz von IBM.

Personalien compact - Agenturen (8) (49. KW-2016) →

1. **Zuwachs für Düsseldorfer Team von markenzeichen:** **Julia Katharina Beyer** (24) absolviert bei der markenzeichen GmbH, einer inhabergeführte Agentur für PR und Marketing-Kommunikation, seit Anfang Oktober am Standort Düsseldorf ein Traineeship. Sie wird unter anderem für Kunden aus dem Food-Bereich sowie der



IT- und eCommerce-Branche tätig sein. Vor ihrem Einstieg in die PR-Branche machte die gebürtige Neusserin ihren Bachelor-Abschluss in European Studies mit den Schwerpunkten Politikwissenschaften und Anglistik in Passau. In ihrer Freizeit engagiert sich Beyer unter anderem als Deutschlehrerin für Flüchtlinge.

2. **Cornelia Geißler kommt von Roland Berger zu Storymaker:** **Cornelia Geißler** (43) ist seit dem 1. Oktober bei der Kommunikationsagentur Storymaker GmbH an Bord. Vom Münchner Büro aus verantwortet sie übergreifende Story-, Content- und Corporate-Publishing-Strategien und -Ansätze in der neu geschaffenen Position Director Story & Content Strategy. Geißler war zuletzt Head of Content Strategy bei der Unternehmensberatung Roland Berger. Zuvor arbeitete die promovierte Wirtschaftswissenschaftlerin als Journalistin bei der Verlagsgruppe Handelsblatt, beim Focus Magazin Verlag und beim Manager Magazin Verlag.
3. **Neuer Head of Project Management bei Lieblingsagentur:** **Sylvia Thum** (44) ist seit dem 1. Oktober neuer Head of Project Management bei der Lieblingsagentur in Krefeld. Thum obliegt die Verantwortung für sämtliche Projektmanagement-Teams der Agentur. Vor ihrem Wechsel war sie als Head of Event bei der Event-Agentur Paspartout beschäftigt. Eine weitere langjährige Station war zuvor Kofler & Kompanie, wo sie als Senior Projekt Managerin tätig war. „Mit Sylvia

Thum haben wir genau die starke und kompetente Persönlichkeit gefunden, die wir brauchen, um die erfolgreiche Arbeit des Key Account Managements umzusetzen“, zeigt sich **Andreas Bauer**, Geschäftsführer der Lieblingsagentur, überzeugt.

4. **Mashup Communications holt zwei neue Beraterinnen: Marina Holthaus (31) und Mira Tokic (38)** sind neue Mitarbeiterinnen bei Mashup Communications. Die Berliner Agentur für PR und Storytelling will mit Bewegtbild-Expertin Holthaus und Presse-Strategin Tokic den Geschäftsfokus stärken. Holthaus bringt ihre Erfahrungen im visuellen Geschichtenerzählen als PR- und Content Marketing-Beraterin ein. Sie wechselte von der Filmfee GmbH, wo sie als Redaktionsleiterin für TV-Magazine tätig war. Tokic kehrt nach zweijähriger Elternzeit nun zu Mashup zurück. Sie war zuvor acht Jahre als Beraterin bei Grayling Deutschland tätig. Für Mashup widmet sie sich als Senior-Beraterin insbesondere der strategischen Medienarbeit.
5. **Hofer leitet Engagement-Prozesse bei Weber Shandwick: Bernhard Hofer** stößt 2017 als Director Project Management zu Weber Shandwick, Berlin. In seiner Rolle wird er zum einen die Optimierung des agenturweiten Projektmanagements verantworten. Zum anderen treibt er die Prozesse zur verbesserten integrierten Kommunikation voran. Hofer übernimmt die Führungsverantwortung für Production Unit von Weber Shandwick Deutschland, die Video, Design, Development und Consultants unter einem Dach zusammenführt. Hofer kommt von der UDG United Digital Group, wo er als Director Project Management das Projektportfolio des Berliner Standorts verantwortete und interne Prozesse betreut und optimiert hat.
6. **Ackermann wechselt von degewo zu Ruecker-Consult: Lutz Ackermann (37)**, zuletzt Pressesprecher des kommunalen Berliner Wohnungsunternehmens degewo, hat zum 1. Dezember die

Wie fett macht Nutella wirklich?

Nutella möchte in den USA die Angaben zum Kalorien- und Fettgehalt auf den Etiketten halbieren. Dafür benötigt der Süßwarenhersteller die Zustimmung der Food and Drug Administration (FDA). Die FDA befragt kurzerhand die Amerikaner zu ihrem Nutella-Konsum – und macht so das klammheimliche Bedürfnis der Nutellaproduzenten bekannt.

Lesen Sie hier von einem unglücklichen Eigentümer.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Position als Senior Kommunikationsberater und Mitglied der Geschäftsleitung von Ruecker-Consult in Berlin übernommen. Ackermann verfügt über zwölf Jahre Erfahrung in der Presse- und PR-Arbeit. Seine berufliche Laufbahn begann er als wissenschaftlicher Mitarbeiter der heutigen Bundesbauministerin **Barbara Hendricks**, ehe er 2008 Pressesprecher der Stiftung Zukunft Berlin wurde. 2010 wechselte er in gleicher Position zur degewo Aktiengesellschaft. Bei Ruecker-Consult soll er Bindeglied zwischen Geschäftsführung und Kundenberatern sein.

7. **Ketchum Pleon baut Kreativ- und Digital-Expertise aus: David Nelles (39)** kehrt nach einem sehr kurzen Gastspiel als Leiter Social Media and Broadcast bei Opel zu Ketchum Pleon zurück, wo er von April 2011 bis Mai 2016 als Director Digital tätig war. Bis 2011 verantwortete er bei Virtual Identity die Kundenberatung im Bereich PR & Social Media. In seiner neuen Funktion als Head of Creative Planning berichtet er an **Sabine Hückmann**, Chief Innovation Officer Ketchum Pleon. Nelles wird am Standort Stuttgart tätig

sein. Er wird eng mit **Frederik Tautz** zusammenarbeiten, der als Executive Director Digital die digitale Transformation von Ketchum in Deutschland sowie den Ausbau des digitalen Geschäftsbereiches der Agentur verantwortet.

8. **Ruschke neuer Public Affairs Consultant bei Elfnullelf:** **Markus Ruschke** (28) arbeitet seit dem 15. November als Public Affairs Consultant bei der Elfnullelf Beratungsgesellschaft für Strategie und politische Kommunikation in Berlin. In dieser Position ist er für gesundheitspolitische Themen zuständig. Ruschke wurde Nachfolger von **Christian P. Krohne** und berichtet an den geschäftsführenden Gesellschafter **Udo Sonnenberg**. Vor seinem Wechsel war er Landesgeschäftsführer der Jungen Union Hamburg.



ETATS

Hill+Knowlton gewinnt PR-Etat für die Olympischen Winterspiele 2018 →



In einem mehrstufigen Auswahlverfahren gewann Hill+Knowlton Strategies den internationalen PR-Etat für die Olympischen und Paralympischen Winterspiele 2018 im südkoreanischen Pyeongchang. Die Kampagne mit einer Laufzeit von 18 Monaten wird von einem internationalen H+K Team aus dem Bereich Sportmarketing & Sponsorship entlang des Leitmotivs „Passion Connected“ entwickelt und weltweit umgesetzt. H+K Strategies baut dabei auf einen integrierten Ansatz mit den Schwerpunkten Content Marketing und Media Relations, um Pyeongchang zu positionieren und Sportbegeisterten in aller Welt den olympischen Geist nahezubringen. Darüber hinaus steht H+K dem Organisationskomitee in Südkorea als Partner im Bereich Krisen- und Reputationsmanagement zur Seite.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

A&B One führt PR-Etat zur Sozialwahl 2017 →



Die Kommunikationsagentur A&B One verantwortet die Presse- und Medienarbeit

für die bundesweite Kampagne zur Sozialwahl 2017. **Wir berichteten** bereits in Kurzfassung. Wie auch im Jahr 2011 vergibt die Deutsche Rentenversicherung Bund, Berlin, den Etat an A&B One. Den Zuschlag für Onlinekommunikation und Social Media erhält A&B One Digital. Was die Wenigsten wissen: Die Sozialwahl ist nach der Bundestags- und Europawahl die drittgrößte Wahl Deutschlands. 51 Millionen Menschen sind wahlberechtigt. Alle sechs Jahre können die Versicherten und Rentner der Deutschen Rentenversicherung Bund und die Mitglieder der Ersatzkassen ihre ehrenamtlichen Vertreter in die Parlamente der Sozialversicherungsträger wählen. Sie beschließen zusammen Haushalte von über 250 Milliarden Euro. Die Erwartung der Auftraggeber ist daher klar:

Die Kommunikation für die Sozialwahl soll Millionen Wahlberechtigte motivieren, von ihrem Wahlrecht Gebrauch zu machen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (7) (49. KW-2016) →

1. Wake up unterstützt Hautpflege-Unternehmen Dermikon

wer: Hautkosmetik-Hersteller Dermikon GmbH, Erkelenz und
 was: Aufbau Facebook Community, Influencer Relations und Online Marketing für die Hautpflege-marke iQlind
 an: **Wake up Communications**, Düsseldorf

2. Onlineplattform FragRobin entscheidet sich für Ballou PR

wer: Online-Rechtsberatung [FragRobin](#)
 was: Etablierung als Online Robin Hood durch strategische PR-Arbeit im deutschen Markt
 an: **Ballou PR**, Berlin

3. Zumtobel Group entscheidet sich für Schwartz PR

wer: Lichtkonzern Zumtobel Group, Dornbirn (Österreich)
 was: Strategischen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
 an: **Schwartz Public Relations**, München

4. Cornelia Poletto bei Kick-Media

wer: Köchin, Moderatorin und Buchautorin Cornelia Poletto, Hamburg
 was: PR und Promotion
 an: **Pool Position Management GmbH**, ein Unternehmen der Kick-Media AG, Köln

5. Blume PR gewinnt Etat von ercol

wer: Möbelhersteller Ercol Furniture Ltd., High Wycombe (Nähe London)
 was: Produkt- und Marken-PR in Deutschland



und der Schweiz

an: **Blume PR GmbH & Co. KG**, Hamburg

6. Territory baut Digitalgeschäft bei der Deutschen Bahn aus

wer: Deutsche Bahn AG, Berlin
 was: Digitalisierung des Print-Geschäftskundenmagazin „Wagen Eins“
 an: **Territory**, Hamburg

7. Stuttgarter Flughafen optimiert interne Kommunikation mit Sympra

wer: Stuttgarter Flughafengesellschaft (FSG) GmbH
 was: Analyse und Optimierung der internen Kommunikation
 an: **Sympra GmbH**, Stuttgart

AGENTUREN

Auf Expansionskurs: Ballou PR Berlin verdoppelt Team in nur einem Jahr →



Die auf Technologie- und Digitalthemen spezialisierte PR-Agentur Ballou PR blickt auf ein wachstumsstarkes Jahr in Deutschland zurück. Der erzielte Jahresumsatz des 2012 eröffneten Berliner Standortes der europäischen Agentur stieg um 63

→

Prozent gegenüber 2015, während sich das Team in diesem Jahr verdoppelte. Ab Januar 2017 kommt eine weitere neue Mitarbeiterin hin: Ab dann wird der Berliner Standort von der PR Beraterin Laura Welter unterstützt, die von GeSK Agentur für Public Relations zu Ballou PR wechselt. In den vergangenen zwölf Monaten stießen diese PR-Berater zum Berliner Ballou PR Team hinzu: Sophia Giehl, zuvor Tandem Kommunikation GmbH, Matthias Stache, zuvor media consulta, Clara Herdeanu, zuvor ebm-papst Group, Felix Mergemeier, zuvor planB communication, und Julia Murray, zuvor EyeEm und Getty Images.

Foto: Michaela Krause, General Manager von Ballou PR in Deutschland.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Hill+Knowlton wird globale PR-Leadagentur für Procter & Gamble →

Hill+Knowlton betreut Procter & Gamble ab dem kommenden Jahr weltweit in Sachen Corporate Communications. Damit ist H+K die erste Agentur, die weltweit für Procter & Gamble in Fragen der Unternehmenskommunikation tätig wird. Bei einem Pitch zwischen großen, international bereits in Einzelmärkten für P&G tätigen Agenturen vor zwei Monaten setzte sich H+K durch. Ab dem 1. Januar 2017 soll nach einem Bericht der „PR Week“ vom 6. Dezember die Zusammenarbeit beginnen, die sich auf die strategische Beratung weltweit und in den USA erstreckt. H+K ist verantwortlich für die Entwicklung von Botschaften und Content, interne Kommunikation, Krisenprävention und die Medienarbeit des Konzerns. Die Führung des Etats liegt bei H+K in den USA, da auch das Headquarter von P&G in Cincinnati ist. Über die Höhe des Budgets wurde nichts bekannt.

Agenturen compact (2) (49. KW-2016) →

1. **Mindact baut Standort Hannover aus:**
Die Agenturgruppe Mindact aus Wuppertal verstärkt 2017 ihre Präsenz in Norddeutschland. Im Fokus stehen Beratung und Umsetzung zu und von Inhalten mit einem neuen Büro in Hannover. Die vor rund zwei Jahren als Mindact Consulting & Content ausgegründete Agentur betreut Startups ebenso wie Mittelstandskunden und Dax-Unternehmen. Im Fokus der Arbeit steht ein **integrierter Kommunikationsansatz**, der der zunehmenden Auflösung von Professionsgrenzen wie Marketing und Public Relations oder Aufteilungen in Digital- und Live-Kommunikation gerecht werden will.
2. **Territory baut digitale Kompetenz aus:**
Der **Content Communications-Anbieter Territory** erhöht seine Beteiligung an dem **Münchener Digitalunternehmen trnd** von 75 auf 100 Prozent und übernimmt damit die verbliebenen 25 Prozent Anteile des Gründer- und Managementteams. Territory ist über Gruner+Jahr seit 2014 mit 50 Prozent an trnd beteiligt und hat die

Anteile im Januar 2016 von 50 auf 75 Prozent erhöht. Die 100-prozentige Beteiligung gilt vom 1. Januar 2017 an. trnd wurde 2005 gegründet und hilft Konsumgüterherstellern dabei, ihre Kunden zu aktiven Mitwirkenden im Marketing zu machen. Derzeit betreut trnd mit 200 Mitarbeitern 6,5 Millionen Menschen aus 19 Ländern bei Marketingprogrammen großer Markenartikler.

UNTERNEHMEN

Leadership-Diskussion am 19. Januar: Kommunikation als Führungsdisziplin?

→



Kommunikation als Führungsdisziplin in Organisationen ist das Thema der gemeinsamen Tagung von Schader-Stiftung und des Fachbereichs Media der Hochschule Darmstadt am 19. Januar 2017 im Schader-Forum in Darmstadt. Führungskräfte kommunizieren permanent: gegenüber Mitarbeitern, Kollegen, mit der Öffentlichkeit. Dennoch hat sich Kommunikation nicht als Führungsdisziplin etabliert. In der klassischen Managementausbildung spielt Kommunikationskompetenz nach wie vor kaum eine Rolle. Und das obwohl der gesellschaftliche Ruf nach Transparenz angesichts häufiger Kommunikationspannen immer lauter wird. Der gesellschaftliche Legitimationsdruck steigt, Unternehmen müssen lernen, ihre Zielgruppen nicht nur zu informieren, sondern mit ihnen in echten Dialog zu treten, ihnen zuzuhören. *Foto: Deutsche Post DHL Group Kommunikationschef Christof Ehrhart, einer der Hauptreferenten.*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



ORGANISATIONEN

Agenturverband AIKA mit neuem Vorstand →



Die Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA)

hat einen neuen Vorstand. Martin Becker, Geschäftsführer der Puppeteers GmbH in Dortmund, wurde auf der AIKA-Mitgliederversammlung in Frankfurt am Main zum neuen ersten Vorsitzenden gewählt. Zweiter Vorsitzender ist Marc Assenmacher von der Kölner Agentur assenmacher network GmbH. Als Vorstandmitglieder wiedergewählt wurden Michael Wahrheit, Wahrheitsdesign GmbH, Remshalden, und Sigrid Beiseken, selektiv media GmbH, Frankfurt. Ein großer Dank geht an die bisherigen ersten und zweiten Vorsitzenden Carsten Lange, Lange + Pflanz Werbeagentur GmbH, Speyer, und Hendrik Schunicht, Arts & Others Communication GmbH, Bad Homburg, die sich nicht mehr zur Wahl stellten.

Der neue Vorstand von AIKA v.l.n.r.: Marc Assenmacher, Michael Wahrheit, Sigrid Beiseken und Martin Becker. (Foto © AIKA)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gangoly neuer Präsident des internationalen PR-Agentur-Verbandes ICCO →



Der Vizepräsident des PR-Verbands Austria (PRVA) Jürgen H. Gangoly (44, Foto), im Hauptberuf Geschäftsführer und Partner der Wiener PR-Agentur The Skills Group, wurde zum Präsidenten der **International Communications Consultancy Organisation – ICCO** in Europa gewählt. Der internationale Agenturverband ICCO, bei dem auch die deutsche Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) Mitglied ist, ist maßgeblich beteiligt an der Entwicklung von gemeinsamen Ausbildungs-, Qualitäts- und Ethik-Standards für die PR-Branche und vertritt Branchenverbände aus 48 Ländern und insgesamt 2.500 PR-Agenturen. Gangoly ist bereits seit 2010 im Vorstand des PRVA für die internationale Arbeit verantwortlich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BEHÖRDEN

Aufklärungskampagne begleitet neues Verpackungsgesetz →



Das Bundesumweltministerium (BMUB), Berlin, verstärkt seine Anstrengungen, um Verbraucherinnen und Verbraucher über die Umweltvorteile von Mehrweggetränkeverpackungen zu informieren. In Online-Medien ist seit dem 12. Dezember ein Videospot des Ministeriums verfügbar, der auf unterhaltsame Weise zeigt, welche Müllmengen mit der Entscheidung für Mehrwegbehälter eingespart werden können. Begleitet wird die Aktion von der [Kampagnen-Webseite](#) (siehe nebensehendes Motiv der Startseite), auf der die Vorteile und Merkmale von Mehrwegflaschen klar und verständlich präsentiert werden. Hauptdarsteller in dem Spot



(„Einweg oder Mehrweg: Der entscheidende Moment“) ist ein präparierter Getränkeautomat, der die Benutzer vor die Wahl stellt, ob sie ihr Getränk in einer Einweg- oder in einer Mehrwegflasche haben wollen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BRANCHE

GWA-Untersuchung: Kritischer Ausblick auf künftige Agentur-Kunde-Beziehungen →



87 Prozent der Agenturen und 83 Prozent der Unternehmensvertreter bewerten ihre persönlichen Agentur-Kunden-Beziehungen der letzten drei bis fünf Jahre positiv. Der Ausblick in die Zukunft fällt dagegen wesentlich schlechter aus: 56 Prozent der Agenturvertreter und 44 Prozent der Befragten auf Kundenseite erwarten künftig konfliktreichere Beziehungen (siehe GWA-Grafik). Diese deutlich distanziertere Erwartung belegt die GWA-Studie „Agentur-Kunden-Beziehungen von Morgen“. Im Rahmen eines mehrmonatigen Think-Tanks beschäftigte sich der Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA) mit den Fragen, welchen Herausforderungen Agenturen

und Kunden sich in ihrer Zusammenarbeit zukünftig stellen müssen und welche Wege es zur Stärkung der Agentur-Kunden-Beziehung geben kann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Interview mit „Young Professional des Jahres“ Antonia Meyer: „Ich bin eher der Agenturtyp“ →



Antonia Meyer hat in diesem Jahr im Rahmen des Wettbewerbs #30u30 den Titel „Young Professional des Jahres“ gewonnen. Die 29-Jährige arbeitet als

Client Executive (Berater) bei der Berliner Agentur 365 Sherpas, die als Teil der Hirschen Group vor allem im Bereich Public und Corporate Affairs tätig ist. Den Preis erhielt sie gemeinsam mit Katharina Balkmann, Junior-Beraterin bei der Düsseldorfer Agentur JP | Kom für ein strategisches [Konzept zum Thema Diversity in Unternehmen](#).

Das „PR-Journal“ sprach mit Antonia Meyer (Foto, ©Marc-Steffen Unger) über die Bedeutung der Auszeichnung, ihre Begeisterung für einen Agenturjob und ihre Sicht auf die Nachwuchsentwicklung in der PR.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

MEDIEN

Florian Harms abberufen, Barbara Hans neue Chefredakteurin von „Spiegel online“ →



Nun also doch, am Nikolaustag wurde es entschieden: Florian Harms (43, Foto l., © Christian O. Bruch / Der

Spiegel), seit Januar 2015 Chefredakteur von „Spiegel online“, ist von seinem Amt abberufen worden

und wird das Unternehmen verlassen. Nachfolgerin wird Barbara Hans (35 Foto r., © Iris Carstensen / Der Spiegel), die bisher stellvertretende Chefredakteurin der Nachrichten-Website war. Nach Tagen voller Unruhe, in denen öffentlich über die Ablösung Harms spekuliert wurde, schien die akute Krise zunächst überstanden. Harms hatte bei Abstimmungen in den Berliner und Hamburger Redaktionen viel Solidarität seiner Kollegen erfahren, die sich mit großer Mehrheit dafür ausgesprochen hatte, dass er Chefredakteur bleiben sollte. Doch dann die Wende am 6. Dezember. Bei einer kurzfristig einberufenen Vollversammlung in Hamburg und Berlin wurde der Abschied von Harms verkündet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Verlag Rommerskirchen gegen DJV: Streit geht weiter →



Eine Einigung zwischen dem Deutschen Journalisten Verband (DJV) und dem Verlag Rommerskirchen scheint immer weiter in die Ferne zu rücken. Die neueste Eskalation: In diesen Tagen liefert der Verlag Rommerskirchen eine November-

/Dezember-Ausgabe des „journalist“ (Foto) aus, obwohl der Vertrag nach Überzeugung des DJV zwischen dem Verband und dem Verlag gekündigt ist. Rommerskirchen hatte dieses Vorgehen bereits angekündigt. Die Kündigung scheint für den Medienfachverlag nicht existent zu sein. Die Bundesgeschäftsstelle des DJV weist hingegen darauf hin, dass der Verlag Rommerskirchen damit gegen die Titelrechte am „journalist“ verstoße, die beim DJV lägen. Der „journalist“ aus dem Hause des neuen DJV-Partnerverlags New Business wird in den kommenden Tagen verschickt.

Nachtrag vom 7. Dezember: In der vom Verlag Rommerskirchen produzierten Ausgabe des „journalist“ findet sich dann aber doch ein Hinweis darauf,

dass ein Schlussstrich gezogen werden soll. Auf der vorletzten Seite heißt es: „Daher ist diese Ausgabe der Schlusspunkt unter 50 Jahren des monatlichen Print-journalist aus dem Verlag Rommerskirchen. Stattdessen planen wir in Zukunft medienadäquate Inhalte und Formate, ohne fixe Erscheinungstermine oder starre Umfänge.“ Die Online-Auftritte „journalist.online“ und „journalist.de“ beansprucht der Verlag aber weiterhin für sich. Sie sollen weiterentwickelt werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (2) (49. KW-2016) →

1. **„changeмент!“ – neues Handelsblatt-Fachmedium:** Der Verlag Handelsblatt Fachmedien hat ein neues Fachmagazin für Organisationsentwicklung auf den Markt gebracht. Unter dem Titel **„changeмент!“** wird zweimonatlich über das Management von Veränderungsprozessen in Unternehmen berichtet. Zusätzlich sind Schwerpunktausgaben vorgesehen. Die Redaktion ist mit externen Spezialisten besetzt: Der Unternehmensberater **Martin Claßen** leitet das Redaktionsteam, zu dem auch **Felicitas von Kyaw**, Vattenfall, und **Karl-Heinz Reitz**, Unitymedia, gehören.
2. **„SZ.de“ künftig mit Doppelspitze in der Redaktion:** **Julia Bönisch** (36) steigt zum Januar 2017 neben **Stefan Plöchinger** (40) zur Chefredakteurin von „SZ.de“ auf. Die neue Doppelspitze für die Nachrichtenseite der „Süddeutschen Zeitung“ soll die digitale Weiterentwicklung der Zeitung stärken. Plöchinger begrüßte die Beförderung seiner bisherigen Stellvertreterin und habe sie gewünscht. Er selbst wird sich - wie schon in den vergangenen Jahren zunehmend - als Digitalchef der SZ-Redaktion vor allem strategischen Themen der Marke widmen. Bönisch wird

schwerpunktmäßig die Geschäfte der Nachrichtenseite führen und deren Weiterentwicklung mitverantworten.

AUTOREN-BEITRÄGE

Vom Silodenken zur Matrixstruktur: Warum (auch!) Agenturen einen Newsroom brauchen →



Von **Manfred Engeser** (Foto), Köln

Erst die Medien, dann die Unternehmen: Im Zuge der digitalen Transformation haben sich viele Redaktionen und Kommunikationsabteilungen neu erfunden. Das Ergebnis: Newsrooms, in denen klassisches Ressortdenken passé ist und multimediale Content für alle digitalen Kanäle entsteht. Auch Agenturen sollten jetzt umdenken. Palmer Hargreaves ist mit diesem Prinzip seit einem Jahr erfolgreich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SPRACHE IN DER PR: WORTFETZEN

„Wortfetzen“: Neue PR-Journal Nachwuchsserie zur Sprache in der PR →



Von **Annika Schach** (Foto), Hannover

Laut **DPRG-Trendbarometer 2015** sind Storytelling und Content-Marketing die wichtigsten Themen, die die Branche umtreiben. Doch wie schreibe ich eine gute Geschichte? Worin besteht der Unterschied zwischen Deskription und Narration?

Von Seiten der Praxis wird eine hohe Sprachkompetenz gerade bei Berufseinsteigern immer wieder gefordert. Das „PR-Journal“ hat gemeinsam mit der Hochschule Hannover eine Serie zur Sprache in der PR entwickelt. Unter dem Titel „Wortfetzen“ reflektieren Studierende des Masterstudiengangs Kommunikationsmanagement in eigenen Beiträgen aktuelle Beispiele aus der digitalen PR-Praxis. In der konstituierenden Redaktionssitzung auf der Expo Plaza haben „PR-Journal“-Chefredakteur Thomas Dillmann, Annika Schach, Professorin für Angewandte Public Relations an der Hochschule Hannover Hochschule, und die Studierenden gemeinsam die Idee und Umsetzung der Kolumne entwickelt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

Neu ab 2017: Nachhaltigkeitskommunikation mit dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex →

Ab dem 1. Januar 2017 werden große, kapitalmarktorientierte Unternehmen sowie Banken und Versicherungen über ihre Nachhaltigkeitsleistung berichten müssen. Aufgrund des hohen öffentlichen Drucks wollen große Unternehmen sicherstellen, dass ihre Ziele auch in der Lieferkette erfüllt werden und verlangen entsprechende Nachweise. Grund genug, sich auch als kleineres Unternehmen sowohl mit der Integration nichtfinanzieller Aspekte in die Berichterstattung zu beschäftigen als auch mit dem in Frage kommenden Berichterstattungsstandard, dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Aus diesem Grund lädt der Arbeitskreis CSR-Kommunikation der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) und des Deutschen Netzwerks Wirtschaftsethik (DNWE) zu einer Informationsveranstaltung am 30. Januar 2017 nach Eschborn ein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (2) (49. KW-2016) →

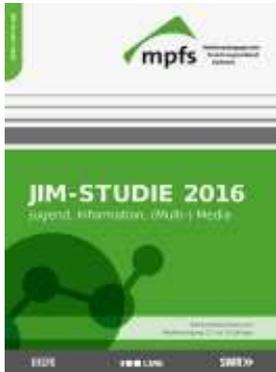
1. **Neujahrsempfang der DPRG-NRW am 25. Januar:** Die Landesgruppe Nordrhein-Westfalen der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) lädt ein zu einer „Bootstour“. Der Neujahrsempfang 2017 findet am **25. Januar** auf der Weltmesse für den internationalen Wassersport „boot“ in **Düsseldorf** statt. Die Landesgruppe NRW ist dann Gast der Messe Düsseldorf. Nach dem Treffen im Verwaltungsgebäude an der Stockumer Kirchstraße 61 in Düsseldorf um **16:00 Uhr** erwartet die Gäste ein Besuchsprogramm mit Rundgang über die „boot“ und verschiedenen Vorträgen über das A & O internationaler Messekommunikation. Die Veranstalter erbiten eine Anmeldung per **E-Mail an Thilo Sagermann** bis zum 16. Januar.
2. **Kongress für Kommunikationsfachleute im Krankenhaus:** Die Kommunikationsagentur lege artis veranstaltet am **9. März 2017** zum zehnten Mal in Folge den Kliniksprechertag. Der Kongress in **Münster** richtet sich an Pressesprecher und Mitarbeiter für Unternehmenskommunikation an Krankenhäusern und greift aktuelle Herausforderungen der Krankenhaus- und Kommunikationsbranche auf. Die Agentur lege artis lädt Kliniksprecherinnen und Kliniksprechern aus ganz Deutschland ein. Das vollständige Programm mit Themenschwerpunkten und Referenten findet sich auf der **Kliniksprecher-Website**. Die Teilnahme kostet 320,00 Euro zzgl. 19 % MwSt. Wer sich bis zum 31. Januar 2017 anmeldet, zahlt nur 299,00 Euro zzgl. 19% MwSt.

STUDIEN

JIM-Studie 2016: Zeitung ist für junge Leser das glaubwürdigste Medium →

41 Prozent der 12- bis 19-jährigen Jugendlichen vertrauen im Jahr 2016 am ehesten der Tageszeitung.

Sie erreicht damit ein ähnlich hohes Glaubwürdigkeitslevel wie bereits im Jahre 2005. Mit deutlichem Abstand landet auf Platz zwei (24 %) das Fernsehen.



Knapp jeder Fünfte (18 %) der 1.200 befragten Jugendlichen vertraut bei widersprüchlichen Medienberichten am ehesten auf das Radio, dicht gefolgt vom Internet mit 15 Prozent. Mit zunehmendem Alter der Jugendlichen gewinnt die Tageszeitung weiter an Ver-

trauenspunkten: 42 Prozent der 18-19-Jährigen vertrauen der Tageszeitung; bei den 12-13-Jährigen sind es immerhin 38 Prozent. Dagegen verlieren Radio und Fernsehen mit steigendem Alter der Befragten an Glaubwürdigkeit. Hier ist ebenfalls ein deutlicher Einfluss der Schulbildung zu erkennen: Gymnasiasen (46 %) vertrauen eher auf die Tageszeitung als Haupt- oder Realschüler (35 %). Das sind Ergebnisse, die die jährliche Studienreihe JIM (Jugend, Information, (Multi-) Media) zutage förderte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Untersuchung zur Sichtbarkeit im Web: Klassische Banken schlagen Fintechs - noch →

Fintechs fordern klassische Banken durch Nutzung moderner, vernetzter Digitaltechnologien heraus. Doch wenn es darum geht, für den Endkunden im Web sichtbar zu werden, liegen die traditionellen Geldhäuser vorn: Eine klassische Bank oder Sparkasse wird im Durchschnitt 70-mal häufiger in Artikeln und Posts im öffentlichen Web 1.0 und 2.0 erwähnt als ein Fintech-Unternehmen. Trotzdem sollten sich die herkömmlichen Banken nicht in Sicherheit wiegen, wie die Online-Kommunikationsanalyse „So gefährlich sind Fintechs für Banken“ von der Hamburger

Kommunikationsberatung Faktenkontor und Ubermetrics Technologies zeigt. Für die Studie wurden mehr als 150.000 Nennungen aus mehr als 400 Millionen öffentlichen Internet-Quellen zu vier Banken, fünf Sparkassen und 149 Fintechs mithilfe des Monitoring-Tools Ubermetrics Delta erfasst und ausgewertet. Am häufigsten werden die untersuchten Unternehmen dabei auf Nachrichtenportalen mit journalistischem Inhalt, auf Twitter und auf Facebook genannt. 78 Prozent aller Erwähnungen entfallen auf diese drei Kanäle.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LESEHINWEISE

Lesetipp Unternehmenskommunikation: Der direkte Weg zur Digitalstrategie →



Obwohl sich Wirtschaft und Gesellschaft mitten im digitalen Wandel befinden, bleiben Internet und digitale Kommunikation für viele deutsche Unternehmen weiterhin „Neuland“. Vor allem klein- und mittelständische Betriebe

haben großen Nachholbedarf, um mit der internationalen Entwicklung Schritt zu halten. Der Autor und Herausgeber Dominik Ruisinger, früher auch langjähriger Mitarbeiter in der „PR-Journal“-Redaktion, bietet mit seinem neuen Buch „Die digitale Kommunikationsstrategie“ einen praxisorientierten Leitfaden für die erfolgreiche Digitalstrategie. Die Schäffer-Poeschel-Neuerscheinung enthält zudem zahlreiche Case-Studys und Experten Beiträge. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie sich klassische und digitale Kommunikation vernetzen und neuen Gegebenheiten anpassen lassen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PREISE UND AWARDS

Studie zur Berichterstattung über CEOs gewinnt Master-Award Unternehmenskommunikation →



Die Gewinnerin des Master-Awards Unternehmenskommunikation 2016

steht fest: Nicola Heitzler überzeugte die Jury mit ihrer Studie zur Darstellung von CEOs in den Medien. Die Alumni-Stiftung der Mainzer Publizisten hat den Preis bereits zum fünften Mal vergeben. Die Auszeichnung ist mit 1.500 Euro dotiert und wird von der Frankfurter Kommunikationsagentur Klenk & Hoursch gestiftet. Die Absolventin der Universität Mainz wird für ihre Arbeit „Geschichten über rationale Unternehmenslenker und heroische Superstar-CEOs – Eine Frame-Analyse der Personalisierung der Unternehmensberichterstattung in deutschen Leitmedien“ geehrt. Darin gelingt es ihr, sechs Muster für die Berichterstattung über CEOs zu identifizieren – vom „Chefstrategen“ über den „Fremdbestimmten“ bis hin zum „Branchensprecher“. Für die Analyse wurden 368 Artikel aus zwei Jahren ausgewertet.

Foto: Nicola Heitzler (Mitte), wurde durch Sebastian Riedel (links), Senior Consultant bei Klenk & Hoursch, sowie Axel Wenderoth (rechts), Mitglied des Stiftungsbeirats der Alumni-Stiftung, geehrt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„European Excellence Award 2016“: achtung! ist Agentur des Jahres →

Der „European Excellence Award 2016“ sind entschieden: Agentur des Jahres wurde die Hamburger Kommunikationsberatung achtung!. Der Excellence-

Award für die beste Kampagne ging an Caritas international / Deutscher Caritasverband für „Keys of Hope“. Betreuende Agentur war hier Ketchum Pleon, Düsseldorf. Bei der Gala am 8. Dezember im Berliner Ritz-Carlton Hotel wurden insgesamt 64 europäische Unternehmen, Agenturen und Organisationen für



Kommunikationsleistungen in unterschiedlichen Disziplinen ausgezeichnet. Platzierungen aus diesem internationalen Preis fließen auch in das „PR-Journal“-PR-Kreativ-Ranking 2016 ein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„kress“ kürt Medienmanagerin und Chefredakteur des Jahres →



Der im Oberauer-Verlag erscheinende Branchendienst

„kress“ zeichnet Julia Jäkel (Foto l.) als „Medienmanagerin des Jahres“ aus. Mehr als 3.000 „kress“-Leser haben ihre Stimme abgegeben und dabei mehrheitlich die Gruner+Jahr-Chefin als beste Managerin in diesem Jahr gewählt. Auf Platz 2 wurde FAZ-Geschäftsführer Thomas Lindner gesetzt vor Gabor Steingart von der Verlagsgruppe Handelsblatt. „Chefredakteur des Jahres“ ist Giovanni di Lorenzo (r.) von der „Zeit“ vor Brigitte Huber, Chefredakteurin des 2015 lancierten Magazins „Barbara“. Auf Platz drei gelandet ist „Cicero“-Chef Christoph Schwennicke. „Newcomerin des Jahres“ ist Nora Beckershaus, Chefin des im Sommer gestarteten Frauenportals refinery29.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

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

1. **PR-Jury-Mitglied Schwaner zieht ihre eurobest-Bilanz: Uta Schwaner**, seit Frühjahr 2016 Gründungsgeschäftsführerin von Golin in Deutschland und zuvor mehrere Jahre Leiterin des Hamburger Büros von Edelman, war Mitglied der PR-Jury in Rom zu den eurobest-Awards. In der „W&V“ hat sie ihre Eindrücke von den Tagen in Rom geschildert und die hohe Qualität vieler Einreichungen geäußert. Ihr Fazit: „**PR kann einen wichtigen Beitrag leisten, gesellschaftliche Probleme zu lösen.**“ Im **Video-Interview mit achtung!-Chef Mirko Kaminski** lobt sie die Leistungsfähigkeit von PR. Hier geht es zum Beitrag von Uta Schwaner in der „W&V“ und zum Video.

STAMM MEDIEN-NEWS

Stamm Medien-Newsletter
Dezember 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 November 2016 wurden 12.982 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 (8)

Die 8 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

Angebote (57)

Stellenangebote der Agenturen

- PR-Redakteur (m/w) in Berlin
- Online-Redakteur und Community Manager (m/w) Schwerpunkt Automotive&Technik, Düsseldorf
- PR-Juniorberater (m/w) in Hamburg
- Lead PR & Community Manager, Berlin
- Leiter (m/w) für unser E-Commerce Team in Berlin
- PR-Berater/Senior-PR-Berater (m/w) in Berlin
- PR-Senior-Berater B2B (m/w) in Hamburg
- PR-Berater (m/w) bzw. PR-Manager (m/w), Stuttgart
- Account Manager PR Schwerpunkt Finanzen (m/w), Hamburg
- PR-Assistenz für 30 Stunden (m/w), Bremen
- Junior PR-Redakteur und -Berater (w/m) in Stuttgart
- Account Manager/Projektleiter (m/w) mit B2B-Kommunikation für unser Team „Engineering & Manufacturing“, Tübingen
- Account Director/Teamleitung PR (mw) Schwerpunkt Beauty & Lifestyle, Hamburg
- Account Director/Teamleitung (m/w) Schwerpunkt F&B & Lifestyle, Hamburg
- PR-Redakteur Lifestyle/Food mit Beratungskompetenz (m/w), Düsseldorf
- Junior-Redakteur (m/w), Hamburg
- Junior-PR-Berater/in, Köln
- PR-Berater (m/w), Köln
- Junior PR Berater (m/w) für Düsseldorf und Berlin
- Junior PR Consultant (w/m) Healthcare in Düsseldorf
- Junior PR Berater (w/m) Beauty, München
- Riba:BusinessTalk sucht PR-Manager (m/w) in Vollzeit, bei Koblenz

- Junior PR-Berater(in) in Berlin für spannende Aufgaben
- Senior PR-Berater/in B2C, Stuttgart
- Senior PR-Consultant in Düsseldorf
- Junior-PR-Berater (m/w) in München
- Erfahrener Healthcare-PR-Berater (m/w) in Köln
- Grayling München sucht einen PR Berater (w/m)
- Grayling Frankfurt sucht ab sofort einen Junior PR-Consultant (w/m)
- Kommunikationsberater (m/w) für unsere Zentrale in Leipzig
- JR. PR-Berater(in) in Berlin (Vollzeit)
- PR-Berater/-in (Vollzeit oder Teilzeit), Montabaur

Stellenangebote der Unternehmen

- Spezialist/in für PR & Sponsoring, Mainburg
- Social Media Spezialist/in, Mainburg
- Bereichsleiter (w/m)
Unternehmenskommunikation, Neckarsulm
- PR-Manager (m/w), Berlin bzw. Stuttgart
- Leiter/Leiterin Unternehmenskommunikation,
Neuburg a.d.D.
- Communications / PR Specialist for DACH,
Düsseldorf

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- PR-Manager (w/m), Frankfurt a.M.

Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 6 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 12. Dezember 2016 um 18:15 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.793 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 24 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.974 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.