

## NEWSLETTER 553

11. KW 2017

++ **Storytelling mit Virtual Reality: Agenturen im Testmodus** ++  
++ **Birkenstock beauftragt erstmals PR-Agentur** ++  
++ **Letzter Aufruf zur Teilnahme an Pfeffers PR-Ranking 2016** ++

### TOP MELDUNGEN

**Autorenbeitrag: Wie sich Kommunikationsmanager Gehör und Einfluss sichern** →



Nicht immer finden Kommunikationsmanager Gehör im Top-Management. Sie müssen sich täglich aufs Neue um größtmöglichen Einfluss bemühen.

Dazu hat „PR-Journal“-Autor Wolfgang Griepentrog (Foto) in seinem jüngsten Beitrag fünf Faktoren identifiziert, mit denen sich Kommunikationsmanager in der Chefetage unentbehrlich machen. 1) Die PR adressiert als Stimmungsbarometer relevante Themen im Top-Management und sichert dessen „Bodenhaftung“. 2) Als Spielführer des partizipativen internen Dialogs sichern Kommunikationsmanager Attraktivität, Akzeptanz und Wertschätzung der PR. 3) Als Kulturtreiber und Identifikationsanker stärken sie die Marke. 4) Durch Effizienz und Flexibilität demonstrieren Kommunikationsmanager unternehmerische Verantwortung. 5) Als Impulsgeber für Innovationen unterstützen sie den Wachstumskurs des Unternehmens.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**„Druckbetankung“ in Sachen Krisen-PR: 200 Teilnehmer beim Krisenkommunikationsgipfel** →



Krise zieht immer. Das zeigte sich beim jüngsten Krisenkommunikationsgipfel in Leipzig.

Mehr als 200 Anmeldungen registrierte Veranstalter Frank Roselieb, Geschäftsführender Direktor des Krisennavigators, dem Kieler Institut für Krisenforschung, für die Veranstaltung am 15. März in Leipzig. Kooperationspartner war die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Universität Leipzig. Die Teilnehmer erhielten eine „Druckbetankung“ in Sachen Krise. Neun Referenten schilderten im Halbstundentakt ihre Krisenfälle, Lösungsstrategien und Erkenntnisse. Hinzu kam eine **Podiumsdiskussion** mit sechs Teilnehmern unter der Leitung von Dubravko Radic, Professor an der Universität Leipzig. Bei aller Fülle an Information, ein wenig fehlte der rote Faden durch den Kongresstag. Heimlicher Star aller Zuhörer war Petra Reetz, Pressesprecherin der Berliner Verkehrsbetriebe (BVG).

*Foto: Beim Krisenkommunikationsgipfel gab es keinen freien Platz mehr. (© Krisennavigator, Kiel)*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 553. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 26 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN .....	1
Autorenbeitrag: Wie sich Kommunikationsmanager Gehör und Einfluss sichern → .....	1
„Druckbetankung“ in Sachen Krisen-PR: 200 Teilnehmer beim Krisenkommunikationsgipfel → ...	1
Storytelling mit Virtual Reality: Agenturen im erweiterten Testmodus → .....	3
Personalien .....	3
Neuer Leiter der Pressestelle bei Volvo Group Trucks → .....	3
Personalien compact - Sonstige (3) (11. KW-2017) → ..	3
Personalien compact - Agenturen (4) (11. KW-2017) →	4
Personalien compact - Unternehmen (5) (11. KW-2017) → .....	5
Etats .....	6
Birkenstock beauftragt erstmals PR-Agentur → .....	6
Etats compact (6) (11. KW-2017) → .....	7
Agenturen .....	7
„Horizont“-Ranking der größten inhabergeführten Agenturen Deutschlands → .....	7
Letzter Aufruf zur Teilnahme an Pfeffers PR-Ranking 2016 → .....	8
Fashion Show, Schweinestall und Möbelhaus: Fünf Agentur-Cases zu Virtual Reality → .....	8
Klenk & Hoursch erzielt erstmals über fünf Millionen Euro Honorarumsatz → .....	9
Kommunikationsberatung 365 Sherpas ist ab sofort auch in Wien am Start → .....	9
Ergebnisse des Frühjahrsmonitor 2017: GWA Agenturen erzielen Umsatzplus → .....	9
Agenturen compact (3) (11. KW-2017) → .....	9
Organisationen .....	10
DPRG-Arbeitskreis Kommunikationssteuerung: 5 Fragen und 5 Antworten zum Newsroom → .....	10
Jahrbuch „Deutscher Werberat 2017“ erschienen – Werberat legt Jahresbilanz vor → .....	11
Behörden .....	11
Urteil des Bundesgerichtshofs zum Presseauskunftsgesetz → .....	11
Branche .....	11
Meltwater und BdP veröffentlichen ersten PR- Branchenreport Energie → .....	11
Podiumsdiskussion beim Krisengipfel – Krisen- management gehört nicht an den Katzentisch → .....	11

Medien .....	12
Medien compact (1) (11. KW-2017) → .....	12
Autoren-Beiträge .....	12
Neugeschäft: Agentur-Business ist People Business – bishin zur operativen Ebene → .....	12
Termine .....	12
Corporate Content Conference in München → .....	12
Markenpositionierung im digitalen Zeitalter → .....	13
Termine compact (1) (11. KW-2017) → .....	13
Seminare .....	13
Seminare compact (2) (11. KW-2017) → .....	13
Bildung .....	14
Bewerbungsphase für berufsbegleitenden Master in Kommunikation und Management gestartet → .....	14
Studien .....	14
Untersuchung zur Pressearbeit: Wirtschaftsjournalisten beklagen lange Antwortfristen → .....	14
Global Trust Report 2017: Medien und Parteien verlieren, Polizei und Militär gewinnen → .....	14
Lesehinweise .....	15
Medienwandel unter der Lupe: Über Morgen – 25 Interviews zur Zukunft des Journalismus → .....	15
Preise und Awards .....	15
Marken-Award 2017: 1.000 Gäste kamen zur „Night of the Brands“ → .....	15
Preise und Awards compact (1) (11. KW-2017) → .....	15
Whitepaper .....	16
dpa-Whitepaper „Unglücke und Terror - Krisenberichterstattung für Kinder“ → .....	16
Kostenloses Whitepaper von Fakten & Köpfe und Dezes Public Relations zu „Fake News“ → .....	16
Tipps .....	16
Nachhaltigkeitsberichte: kostenloser Leitfaden → .....	16
GPRA im Dialog .....	17
Public Relations v. Hoyningen-Huene: Guru-PR statt Öffentlichkeitsarbeit? → .....	17
Jobangebote .....	17
Angebote (50) .....	17
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*

**Storytelling mit Virtual Reality:  
Agenturen im erweiterten Testmodus →**



Kommunikationsagenturen müssen heute digitale Trend-Scouts sein. „The Next Big Thing“ verpassen will keiner. Unternehmen

aus PR, Werbung und Digitales entsenden nicht zuletzt deshalb ihre Mitarbeiter zu führenden Kongressen wie dem Mobile World Congress in Barcelona, dem SXSW in Austin oder der Consumer Electronics Show in Las Vegas, was sich in einer stattlichen Reisekostenrechnung niederschlägt, aber natürlich auch zu Ideen für Kampagnen führen kann. Viele Inspirationen, nur was lässt sich monetarisieren? Das liegt meist nicht in der Hand einer Agentur, sondern hängt vielmehr von technischen Entwicklungen ab. Welches Potenzial beispielsweise Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) – zwei der vermeintlich heißesten Trends – mit sich bringen, weiß aktuell niemand so genau. Erste Agentur-Cases gibt es bereits (siehe dazu auch diesen [Bericht im "PR-Journal"](#)): Von der Digitalagentur Demodern (Foto) zum Beispiel: IKEA-Kunden am Standort Berlin-Lichtenberg können mit VR-Brille ihre Räume virtuell einrichten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**PERSONALIEN**

**Neuer Leiter der Pressestelle  
bei Volvo Group Trucks →**



Seit dem 1. März 2017 ist Manfred Nelles (47, Foto) als Manager Media Relations und Leiter der Pressestelle für die PR und Pressearbeit der Marken Volvo

Trucks und Renault Trucks verantwortlich. Der Kommunikationsexperte folgt auf Florian Kühn, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlässt. Nelles



leitet bei der Volvo Group Trucks Central Europe GmbH in Ismaning die Presse- und PR-Abteilung und verantwortet die Öffentlichkeitsarbeit für die Marken Volvo Trucks und Renault Trucks. Der 47-Jährige Kommunikationswissenschaftler und Journalist war zuvor als Director Public Relations bei der Jochen Schweizer Holding GmbH in München tätig. Nelles berichtet an Anne Elsässer, Director Marketing & Communication der Volvo Group Trucks Central Europe GmbH.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Personalien compact - Sonstige (3)  
(11. KW-2017) →**

1. **EX-VW-Sprecher wechselt zur Society Of Music Merchants: Martin Nies** (46) wechselt am 1. April zur Society Of Music Merchants (SOMM) e. V. - Verband der Musikinstrumenten- und Musikequipmentbranche in Berlin und übernimmt dort

die Leitung Kommunikation. Der Branchenverband SOMM vertritt die Interessen von über 50 Unternehmen aus Europa, die mit der Herstellung, dem Vertrieb, dem Handel oder der Vermarktung von Musikinstrumenten und Zubehör beschäftigt sind. Nies arbeitet seit 16 Jahren in der Medien-/PR-Branche und war langjährig als Pressesprecher der Volkswagen AG für die Lifestyle- und Kulturkommunikation des Konzerns verantwortlich.

2. **Gerressen wechselt vom MDR zur SPD-Fraktion in Thüringen: Stefanie Gerressen** (33) arbeitet seit dem 1. März als stellvertretende Pressesprecherin der SPD-Fraktion im Thüringer Landtag in Erfurt. Die Position wurde neu eingerichtet. Zuvor war Gerressen Landeskorrespondentin Thüringen für das Nachrichtenradio des Mitteldeutschen Rundfunks. Sie berichtet an den Fraktionsvorstand der SPD-Fraktion Thüringen um den Vorsitzenden **Matthias Hey**.
3. **Neue Kommunikationschefin bei Joachim Herz Stiftung: Martina Behrens** (46) leitet seit dem 1. Februar den Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation bei der Joachim Herz Stiftung in Hamburg. Vorgänger **Mirco Zapp** hat die Stiftung bereits im Mai 2016 verlassen. Zuletzt war Behrens Leiterin der Abteilung Presse und Öffentlichkeitsarbeit bei der Niederrheinischen Industrie- und Handelskammer in Duisburg. Bei der Joachim Herz Stiftung berichtet sie an den Vorstandsvorsitzenden **Henneke Lütgerath**.

---

## Personalien compact - Agenturen (4) (11. KW-2017) →

1. **Stiller wird Manager Finance bei Grayling Deutschland:** Die deutsche Dependence des internationalen Kommunikationsnetzwerks Grayling ergänzt das Management Board um ein neues



- Gesicht. **Katja Stiller** steigt mit sofortiger Wirkung als Manager Finance Germany ein und berichtet direkt an CEO **Frank Schönrock**. Stiller zeichnet in ihrer Position federführend für die wirtschaftlichen und strukturellen Belange der Agentur verantwortlich. Sie folgt dabei auf **Ute Brandt**, die die Agentur auf eigenen Wunsch Ende 2016 verlassen hatte. Stiller, die gelernte Steuerfachwirtin ist, blickt auf mehr als 25 Jahre Finanz- und Managementenerfahrung zurück. Zuletzt war sie seit September 2014 kaufmännische Geschäftsführerin der BD-POS GmbH.
2. **fischerAppelt baut ihre Kreativ-Power aus: Match Herceg** übernimmt mit Wirkung zum 1. April als Executive Creative Director die Leitung der Gesamtkreation für fischerAppelt, play in Stuttgart, Frankfurt am Main und Berlin. Der Kreative kommt von Jung von Matt/Alster, wo er seit 2013 als Creative Director Digital wirkte und seit Oktober 2016 parallel die JvM-Academy aufbaute. Herceg wurde für seine Arbeiten mehrfach in Cannes und beim ADC ausgezeichnet. Die Kreativagentur fischerAppelt, play wurde 2007 gegründet und hat ihren Schwerpunkt bei Strategie, Beratung, Entwicklung und Umsetzung von digitalen Content- und Bewegtbild-Projekten.
  3. **Samsinger wird neuer Geschäftsführer von MediaCom Hamburg: Christopher Samsinger**

(44), zuletzt CEO von Carat Deutschland, zeichnet ab 1. April als neuer Geschäftsführer von MediaCom Hamburg verantwortlich. In dieser Position soll er das Wachstum der Dependence weiter vorantreiben – zuletzt sicherte sich MediaCom Hamburg die Etats von Pandora, Color Line und Hachette. Bisher wurde der Standort zentral von Düsseldorf aus geführt: So fungieren bis dato MediaCom Deutschland-CEO **Paul Remitz** und COO **Dirk Fromm** als Geschäftsführer der Agentur in der Elbmetropole. Als CEO führte Samsinger Carat Deutschland von 2014 bis Anfang 2017. Zuvor war er vier Jahre Managing Director für die Region Nord bei Ströer.

4. **Weber wechselt zu achtung!: René Weber** (37) wechselt als Senior Account Manager zur Kommunikationsagentur achtung! in Hamburg. Er zeichnete seit mehreren Jahren auf Agenturseite – zunächst bei Fink & Fuchs, dann bei Faktor 3 – für die Kommunikation von Technologieunternehmen im Bereich Digital Marketing und Advertising verantwortlich. Bei achtung! wird Weber als Experte für B2B und Influencer Relations neuen und bestehenden B2B-Kunden dabei zu helfen, alt-hergebrachte Silos einzureißen und B2B- sowie B2C-Kommunikation stärker miteinander zu verweben. Zudem wird er den Ausbau des B2B-Bereichs vorantreiben.

---

## Personalien compact - Unternehmen (5) (11. KW-2017) →

1. **Meyer Werft baut Zuständigkeiten für Kommunikation um: Paul Bloem** (58) leitet seit dem 1. März den neu geschaffenen Bereich Politik und Unternehmenskommunikation der Meyer Werft in Papenburg. Der Kommunikationschef des Unternehmens, **Peter Hackmann**, wird künftig nicht mehr direkt an die Geschäftsführung, sondern an Bloem berichten. Bloem war zuvor seit 2001 Personalchef bei dem Schiffbauunternehmen. Im



Rahmen seiner neuen Aufgaben ist er für die politische Außenvertretung, die Unternehmens-PR, den Aufbau einer Social Media-Strategie und die Gestaltung der digitalen Entwicklung zuständig. Diese Aufgaben nimmt er auch für die Rostocker Neptun Werft wahr, die zur Meyer-Neptun-Gruppe gehört.

2. **Husqvarna mit neuer PR-Chefin: Carmen Zöttl** (36) verantwortet seit dem 1. Februar den Bereich PR & Social Media bei Husqvarna Deutschland, einem Hersteller von Motorgeräten für die Forstwirtschaft mit Sitz in Ulm. Sie folgt auf **Heribert Wettels**, der sich als Director Public Relations künftig schwerpunktmäßig um die weltweite PR für Gardena kümmert. Zuletzt zeichnete Zöttl für die PR und Social Media des Swarovski Consumer Goods Business in Deutschland verantwortlich. Bei Husqvarna Deutschland berichtet sie an den Marketingleiter **Esmat Pieck**.
3. **Lademann-Fleger folgt bei ContiTech auf Stünkel: Claudia Lademann-Fleger** (54) ist als Nachfolgerin von **Frank Stünkel** seit dem 1. Februar neue Leiterin der Kommunikation der Division ContiTech des Technologieunternehmens

Continental in Hannover. Sie ist dort zuständig für die strategische Ausrichtung der gesamten Kommunikation. Ihr Vorgänger Stünkel soll künftig in leitender Funktion die von Continental gekaufte Hornschuh-Gruppe in die zu ContiTech gehörende Benecke-Kaliko Group integrieren. Lademann-Fleger kommt von Johnson Controls, wo sie zuletzt Vice President Communications war. In ihrer neuen Position berichtet sie an **Hans-Jürgen Duensing**, Mitglied des Continental-Vorstands und verantwortlich für die Division ContiTech.

4. **Berentzen-Gruppe setzt auf Unternehmenskommunikation: Thorsten Schmitt** (36) ist vom 1. Mai an als Referent für die Unternehmenskommunikation des Spirituosenherstellers Berentzen-Gruppe in Haselüne zuständig. Die Position wurde neu geschaffen. Die Unternehmenskommunikation wird damit erstmals bei dem Spirituosenhersteller als eigenständiger Bereich geführt. Schmitt kommt von der Backhaus Kinder- und Jugendhilfe, wo er als Pressesprecher tätig war. Bei Berentzen berichtet er an den Finanzvorstand **Ralf Brühöfner**.
5. **Klatt kommuniziert für Online-Kreditmarktplatz auxmoney: Felix Klatt** (29) ist seit dem 15. März PR-Manager beim Fintech-Unternehmen auxmoney in Düsseldorf. In dieser Position verantwortet er die Pressearbeit des Kreditmarktplatzes und unterstützt innerhalb des Marketing-Teams die Weiterentwicklung der internen und externen Unternehmenskommunikation. Klatt war zuvor als PR-Berater bei der Kommunikationsagentur newskontor in Düsseldorf tätig. In dieser Funktion hat er zahlreiche Fintechs, Start-ups und Unternehmen mit digitalem Geschäftsmodell in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beraten. 2016 wurde er in die Nachwuchsinitiative #30u30 der 30 Top PR-Talente unter 30 Jahren aufgenommen.



## ETATS

### Birkenstock beauftragt erstmals PR-Agentur →



Ab sofort übernimmt die Hamburger Full-Service PR-Agentur Nicole Weber communications die Öffentlichkeitsarbeit für Birkenstock, einem der größten Arbeitgeber der deutschen Schuhindustrie mit Sitz in Neustadt (Wied). Die Zusammenarbeit wird vom Hamburger Standort aus betreut. Die Agentur übernimmt die Produkt- und Marken-PR für den Raum Deutschland, Österreich und Schweiz. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit steht die Begleitung von exklusiven Projekten und Events. Ergänzt durch klassische Pressearbeit, wird die Platzierung von Birkenstocks Produktwelt in der Medienlandschaft unterstützt. Birkenstock arbeitet zum ersten Mal mit externen PR-Agenturen zusammen und setzt dabei auf die langjährige Fashion- und Lifestyle-Expertise von Nicole Weber communications.

Ab sofort übernimmt die Hamburger Full-Service PR-Agentur Nicole Weber communications die Öffentlichkeitsarbeit für Birkenstock, einem der größten Arbeitgeber der deutschen Schuhindustrie mit Sitz in Neustadt (Wied). Die Zusammenarbeit wird vom Hamburger Standort aus betreut. Die Agentur übernimmt die Produkt- und Marken-PR für den Raum Deutschland, Österreich und Schweiz. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit steht die Begleitung von exklusiven Projekten und Events. Ergänzt durch klassische Pressearbeit, wird die Platzierung von Birkenstocks Produktwelt in der Medienlandschaft unterstützt. Birkenstock arbeitet zum ersten Mal mit externen PR-Agenturen zusammen und setzt dabei auf die langjährige Fashion- und Lifestyle-Expertise von Nicole Weber communications.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Etats compact (6) (11. KW-2017) →**

1. **Bundespresseamt vergibt Digitaletat an Init**  
 wer: Presse- und Informationsamt (BPA) der Bundesregierung, Berlin  
 was: Online-Etat der Bundesregierung samt Betreuung der Websites der Bundesregierung und der Bundeskanzlerin  
 an: **Digitalagentur Init**, Berlin
2. **Deutsche Touristen für San José begeistern**  
 wer: The City of San José, CA/USA  
 was: PR- und Marketing-Aktivitäten  
 an: **Global Communication Experts GmbH**, Frankfurt am Main
3. **Ausblicke vom Baumwipfelpfad mit Uhlmann PR**  
 wer: skywalk allgäu gemeinnützige GmbH, Scheidegg  
 was: PR-Jahresplanung, Medienarbeit, Events  
 an: **Uhlmann PR**, Stuttgart
4. **Stop Motion Film zum 150jährigen Wesco-Jubiläum**  
 wer: Wesco GmbH, Arnsberg (Wohnaccessoires)  
 was: Stop Motion Film zum 150jährigen Firmenjubiläum  
 an: **Blume PR GmbH & Co. KG**, Hamburg
5. **Nicole Weber erweitert Beauty-Bereich-Kompetenz**  
 wer: Kosmetikunternehmen Zoeva, Frankfurt am Main  
 was: PR-Betreuung  
 an: **Nicole Weber communications**, Hamburg
6. **Antwerpes gewinnt Stratemeyer-Etat**  
 wer: Brillenglaserhersteller Stratemeyer, Bochum  
 was: Deutschlandweite Imagekampagne „Die Kunst des guten Sehens“  
 an: **Antwerpes AG**, Köln



**AGENTUREN**

**„Horizont“-Ranking der größten inhabergeführten Agenturen Deutschlands →**

Unter den inhabergeführten Agenturen in Deutschland ist Serviceplan, München, weiterhin die unangefochtene Nummer 1. Aus dem Ranking samt ausführlicher Analyse, das „Horizont“ am 23. März in seiner Print-Ausgabe 12/2017 veröffentlicht, geht hervor, dass der Spitzenreiter seine Pole-Position noch weiter ausbauen konnte und seinen Honorarumsatz in Deutschland um zwölf Prozent auf knapp 280 Millionen Euro steigern konnte. Jung von Matt belegt dahinter mit knapp 70 Millionen Euro Platz 2 (- 10 %). Laut „Horizont“ gab es insgesamt wenige Veränderungen auf den ersten zehn Plätzen. Interessant aus PR-Sicht: Die Hamburger Agentur Faktor 3 verzeichnet mit einem Umsatzplus von 22 Prozent das größte prozentuale Wachstum unter den Top 20 und liegt damit auf Platz 14. Faktor 3 macht nach eigenen Angaben inzwischen 28 Prozent seiner Umsätze mit

klassischer Werbung. Zur Teilnahme an dieser Erhebung müssen mindestens 25 Prozent der Umsätze in dieser Disziplin realisiert werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Letzter Aufruf zur Teilnahme an Pfeffers PR-Ranking 2016 →



Der Countdown läuft bereits. Nur noch bis zum 28. März 2017 ha-

ben PR- und Kommunikationsagenturen die Gelegenheit, an Pfeffers 21. PR-Ranking für das Jahr 2016 teilzunehmen. Wie in jedem Jahr wird die Branchen-erhebung für PR- und Kommunikationsagenturen mit jeder zusätzlichen Meldung, die eingeht, aussagekräftiger. Bis zum 20. März lagen 114 Datensätze vor. Die Angabe von Agentur-Honorarumsatz und Mitarbeiterzahl sind per E-Mail an [ranking@pr-journal.de](mailto:ranking@pr-journal.de) möglich. Auch Agenturen, die die Einladung nicht erhalten haben, aber dennoch teilnehmen wollen, können sich direkt beim „PR-Journal“ unter derselben E-Mail-Adresse melden. Nach dem finalen Einsendeschluss am 28. März werden die Daten ausgewertet. Bis zum 20. April liegen die Ergebnisse dann zur Veröffentlichung im „PR-Journal“ und den weiteren Branchenmedien vor.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Fashion Show, Schweinestall und Möbelhaus: Fünf Agentur-Cases zu Virtual Reality →

2016 sollte das Jahr für Virtual Reality werden. Und – Überraschung – 2017 soll wieder das Jahr der Virtual Reality (VR) werden. So zumindest suggeriert es die Berichterstattung zur weltweit führenden Digitalkonferenz South by Southwest (SXSW) in Austin (USA),

die bis zum 19. März stattfindet. Fest steht: Die Kommunikationsagenturen haben das Thema für sich entdeckt. Diesen Schluss legt eine **Umfrage des „PR-Journal“** unter einigen der führenden Branchenvertretern nahe. Die Rückmeldungen ergaben auch, dass die Agenturen noch testen und den Markt sondieren. Die Zahl der bisher umgesetzten Projekte ist überschaubar. Wie vielfältig die Anwendungsmöglichkeiten von VR sind, zeigen fünf Agentur-Cases, die sich unter anderem an Consumer, Journalisten, Influencer und Mitarbeiter richten.



Das Foto zeigt das Projekt von Edelman Deportivo aus Schweden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Klenk & Hoursch erzielt erstmals über fünf Millionen Euro Honorarumsatz →



Die Kommunikationsberatung Klenk & Hoursch ist im Geschäftsjahr 2015/16 um 7,7 Prozent gewachsen. Die knapp 50 Consultants erwirtschafteten an

den drei Standorten in Frankfurt am Main, München und Hamburg einen Honorarumsatz von insgesamt 5,23 Millionen Euro. Etwa ein gutes Drittel davon wird mittlerweile mit Kunden im europäischen und amerikanischen Ausland erwirtschaftet. Dazu beigetragen hat auch PROI Worldwide, das größte internationale Netzwerk inhabergeführter Agenturen, dem Klenk & Hoursch 2015 beigetreten war. „Wir freuen uns natürlich über Wachstum, viel wichtiger ist uns aber, die richtigen Menschen zu gewinnen und langfristig zu binden“, sagt Daniel J. Hanke (Foto), Vorstand bei Klenk & Hoursch.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommunikationsberatung 365 Sherpas ist ab sofort auch in Wien am Start →



Die in Berlin gegründete politisch-strategische Kommunikationsberatung der Hirschen Group, 365 Sherpas, ist ab sofort auch in Wien

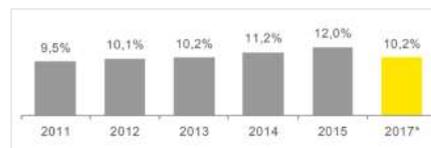
vertreten. Die Agentur für Corporate Affairs und Policy Advice bietet künftig auch für Kunden in Österreich Beratung für Interessenvertretung, Krisen- und Sondersituationen, Organisationsentwicklung, Unternehmenskommunikation und Kampagnenberatung. Die Geschäftsführung der 365 Sherpas Consulting GmbH übernehmen die Managing Partners Jan Böttger und Herbert Rohrmair-Lewis, der seit Anfang des Jahres in Doppelfunktion auch als für das Business Development zuständiger Geschäftsführer bei der

Wiener Agentur Zum goldenen Hirschen Campaigning fungiert.

*Foto v.l.n.r.: Cornelius Winter, Principal Partner; Jan Böttger und Herbert Rohrmair-Lewis.*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Ergebnisse des Frühjahrsmonitor 2017: GWA Agenturen erzielen Umsatzplus →



GWA Agenturen erzielten auch im vergangenen Jahr

ein Umsatzplus. Die Erlöse lagen 2016 gegenüber dem Vorjahr im Schnitt um 3,8 Prozent höher. Das ist eines der Ergebnisse des aktuellen Frühjahrsmonitors, mit denen der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA die Geschäftsentwicklung seiner Mitglieder erhebt. Knapp zwei Drittel der Agenturen erwarten danach auch für 2017 mehr Umsatz. Auch mit Blick auf die Rendite erwarten die Agenturen für das laufende Jahr ein leichtes Wachstum von 9,9 auf 10,2 Prozent (siehe Grafik). Mit Blick auf die Wirtschaftszweige, die am Umsatz der Agenturen beteiligt waren, liegen Nahrungs- und Genussmittel mit 31,1 Prozent an der Spitze, dicht gefolgt von Automotive mit 30,1 Prozent. Auf Rang drei steht Pharma / Health Care mit 24,1 Prozent, gefolgt vom Zweig Banken / Finanzdienstleister / Versicherungen (23 Prozent). Der Einzelhandel besetzt Platz fünf mit 18 Prozent.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Agenturen compact (3) (11. KW-2017) →

1. **WE Communications baut Geschäft in Asien aus:** Die internationale Agentur WE Communications, deutscher Sitz in München, baut ihre Präsenz in Asien aus und übernimmt die **chinesische Agentur Red Bridge**, Shanghai, sowie den

Unternehmens- und **Finanzkommunikationsberater** Watatawa, Singapur. WE erwirbt damit Kompetenzen im Consumer- und Digitalsektor Chinas sowie in der C-Level-Beratung in ganz Asien. Red Bridge wurde 2009 gegründet und beschäftigt derzeit 55 Mitarbeiter. Nach der Fusion mit WE China wird die Agentur unter dem Namen WE Red Bridge firmieren. Watatawa gibt es seit 2010, Schwerpunkte sind Unternehmens- und Finanzkommunikation, Investor Relations sowie Krisenmanagement.

2. **APCO Worldwide wächst in Deutschland weiter:** Seit Januar 2017 ist die unabhängige, internationale Kommunikationsberatung APCO Worldwide neben Berlin offiziell nun mit einem zweiten Büro in Frankfurt am Main vertreten. Auch das Team wurde in den letzten Wochen um fünf weitere Berater verstärkt: Greta Schulte, Laura Reiner, Travis Penner, Sumin Nam und Christian Schmidt unterstützen als Project Consultants an beiden Standorten internationale Kunden in den Bereichen Public Affairs, Unternehmenskommunikation und Krisenkommunikation. In Deutschland ist APCO Worldwide somit mit insgesamt 31 Beratern vertreten. Für die kommenden Monate sind weitere Neueinstellungen geplant.
3. **Lewis richtet Industrial Unit in Düsseldorf ein:** Die Kommunikationsagentur Lewis erweitert mit einem neuen Geschäftsbereich ihr Portfolio. Die „Industrial Unit“ richtet sich insbesondere an Unternehmen aus den Bereichen Industrie und Produktion, Maschinenbau, Logistik sowie Prozessindustrie. Technische Themen und deren zielgruppengerechte, spannende Aufbereitung in den unterschiedlichsten Kanälen sollen im Vordergrund stehen. Zunächst startet die Agentur den Geschäftsbereich in Düsseldorf, weitere Standorte sollen folgen. Verantwortlich für die Unit ist **Rabea Roos**, die seit 2015 bei Lewis am Standort Düsseldorf ein B2B-Team leitet.



## ORGANISATIONEN

### DPRG-Arbeitskreis Kommunikationssteuerung: 5 Fragen und 5 Antworten zum Newsroom →



*Von Lothar Rolke (l.) und Jan Sass (r.)*

Der DPRG-Arbeitskreis Kommunikationssteuerung und Wertschöpfung war am 9. März zu Gast beim Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) in Berlin. Der GDV vertritt rund 450 Mitgliedsunternehmen mit 529.000 Beschäftigten. Das Schwerpunktthema lautete dieses Mal „Neuorganisation der Kommunikation und Themensteuerung“. Christoph Hardt, Leiter Kommunikation des GDV, schilderte die Veränderungen in der Kommunikation beim GDV seit seinem Amtsantritt. Die Sprecher des Arbeitskreises, Lothar Rolke und Jan Sass, haben im Nachgang zum Arbeitskreistreffen einen „Impuls-Report“ unter der Überschrift Themensteuerung im Newsroom veröffentlicht. Lesen Sie nachfolgend daraus den Auszug „Fünf Fragen – fünf Antworten“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Jahrbuch „Deutscher Werberat 2017“ erschienen – Werberat legt Jahresbilanz vor →



Der Deutsche Werberat, Selbstkontrolleinrichtung der Werbebranche, hat am 16. März sein neues Jahrbuch und die Beschwerdebilanz für 2016 vorgelegt. Das Ergebnis: Erstmals in der 45-jährigen Geschichte des Werberats prüfte die von den 42

ZAW-Verbänden getragene Organisation mehr als 700 Werbemaßnahmen innerhalb eines Jahres. In knapp einem Drittel der vom Werberat zu entscheidenden 441 Fälle folgte das Gremium dem Protest der Beschwerdeführer. Die Beanstandungsquote blieb damit konstant gegenüber dem Vorjahr. Den Deutschen Werberat erreichten im Jahr 2016 insgesamt 2.265 Beschwerden, die sich auf 703 Beschwerdefälle verteilten (+ 13 %). Von den 703 geprüften Fällen fielen 262 Fälle nicht in die Zuständigkeit der Selbstkontroll-einrichtung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## BEHÖRDEN

### Urteil des Bundesgerichtshofs zum Presseauskunftsgesetz →



Der Deutsche Journalisten-Verband sieht in einem Urteil des Bundesgerichtshofs vom 16. März zum Presseauskunftsrecht ein klares Votum für den Informationsanspruch von Journalisten (Az. I ZR 13/16). Der BGH hatte zuvor dem Investigativ-Journalist David

Schraven Recht gegeben, der von der Gelsenwasser AG, einem Versorgungsunternehmen, das mehrheitlich im Besitz der öffentlichen Hand ist, Auskünfte zur möglichen Finanzierung SPD-naher Internetblogs

verlangt hatte. Nach den Pressegesetzen der Länder sind Behörden zur Auskunft verpflichtet. Das Gericht entschied sich für den Auskunftsanspruch, weil es den Begriff der Behörde auf Unternehmen der Daseinsvorsorge ausgedehnt hat. Der BGH folgt damit seiner eigenen Rechtsprechung früherer Fälle.

## BRANCHE

### Meltwater und BdP veröffentlichen ersten PR-Branchenreport Energie →



Meltwater, der führende Anbieter für Media-Intelligence-Lösungen, und der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) veröffentlichen 2017 vier PR-Branchenreports, in denen sie die Medien- und Social-Media-Resonanz deutscher Unternehmen

aus verschiedenen Branchen untersuchen. Der erste Report „Energie – Marken » Trends » Influencer“ wird am 24. März in Düsseldorf vorgestellt. Im Anschluss gibt es einen einstündigen Workshop, in dem Nadja Amireh, Inhaberin der Düsseldorfer Agentur Wake up Communications, zeigt, wie PR-Verantwortliche in Energieunternehmen die für sie relevanten Influencer identifizieren und ansprechen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Podiumsdiskussion beim Krisengipfel – Krisenmanagement gehört nicht an den Katzentisch →

Die Leitfrage „Hamsterkäufe, Stinkefinger & Co. – Was läuft schief bei der Krisenkommunikation und Krisenbewältigung in Deutschland?“ der Podiumsdiskussion beim **Krisenkommunikationsgipfel 2017** versprach aufschlussreiche Argumente und Thesen. Nach dem Motto „nun mal Butter bei die Fische“ sollte sich ein hochkarätig besetztes Podium (Foto, ©

*Krisennavigator, Kiel*) mit Vertretern aus Wirtschaft, Politik, Kirche sowie der Kommunikationsforschung dieser Frage kritisch widmen. Doch mit sechs Personen war das Podium zu dicht besetzt und eine unspezifische Anmoderation ebnete nicht den Weg zu einem packenden Wechselspiel aus Für- und Widerrede über die Unzulänglichkeiten der Krisenkommunikation in Deutschland. Schade. Dennoch hielt das von Gipfel-Co-Gastgeber Dubravko Radic, Professor für Dienstleistungsmanagement an der Universität Leipzig, moderierte Gespräch einige zentrale Merkmale und Anregungen für das Publikum bereit.



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## MEDIEN

**Medien compact (1) (11. KW-2017) →**

- Neuer Chefredakteur für „Trierischen Volksfreund“: Thomas Roth (42)** wird als Nachfolger von **Isabell Funk (61)** zum 1. August neuer Chefredakteur der Zeitung „Trierischer Volksfreund“. Roth arbeitet seit 2011 als stellvertretender Chefredakteur der „Braunschweiger Zeitung“. Zuvor stand er als Redakteur in Diensten der Mediengruppe Oberfranken. Isabell Funk, die seit sieben Jahren Chefredakteurin des „Volksfreunds“ ist, will sich neuen Herausforderungen stellen. Der „Trierische Volksfreund“ gehört zur Saarbrücker Zeitungsgruppe, die wiederum zur Rheinische Post Mediengruppe in Düsseldorf gehört.

## AUTOREN-BEITRÄGE

**Neugeschäft: Agentur-Business ist People Business – bishin zur operativen Ebene →**



Von **Heiko Burrack (l.)**  
Geht es nach **Martin Frommhold**

(Foto r.), Unternehmenssprecher und Bereichsleiter Corporate Communications bei Hermes in Hamburg, können die üblichen Präliminarien bei der Kontaktabnung mit Agenturen auf ein Mindestmaß reduziert werden. Natürlich wolle er kurz und knapp die Fakten der Agentur vorgestellt bekommen, doch dann könne es direkt „In medias res“ gehen. „Vielmehr als Referenzen und Awards interessieren mich die Mitarbeiter des potenziellen Kooperationspartners. Welche Projekte haben sie wie umgesetzt, in welchen Bereichen Erfahrungen gesammelt und Expertise aufgebaut“, erklärte er. Bei unserem Gespräch zum Thema Neugeschäft von Agenturen machte Frommhold deutlich, dass ihm der persönliche Kontakt besonders wichtig sei.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## TERMINE

**Corporate Content Conference in München →**



Zielgenaue Strategien, effiziente Content-Generierung und Erfolgsmessung – darum

geht es bei der Corporate Content Conference, die am 23. Mai im Literaturhaus in München stattfindet. Veranstalter ist die Akademie der Deutschen Medien.

Im Fokus stehen innovative Content Marketing-Strategien, neue Technologien und Methoden sowie die Frage, wie sich Content Marketing im Unternehmen am besten organisieren lässt. Auf der Liste der Referenten stehen bekannte Namen: Sascha Pallenberg, Head of Digital Content bei der Daimler AG, Matthias Wesselmann, Vorstand bei der fischerAppelt AG und Mitglied der Fokusgruppe Content Marketing BVDW, sowie Frank Behrendt, Geschäftsführer der Serviceplan PR Group.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Markenpositionierung im digitalen Zeitalter →



Substanz statt Buzzwords und saftige Wiesen statt abgegraste Weiden: Wer mit seiner Marke den

digitalen Almauftrieb meistern möchte, hat spannende Fragen vor der Brust. Wie positioniere und inszeniere ich meine Marke heutzutage digital? Was ist die Story? Wie erzähle ich sie und wie schaffe ich Nähe? Welche Formate und Kanäle bediene ich und wie orchestriere ich alle Maßnahmen? Viele handfeste Antworten und noch mehr kluge Fragen gibt es am 31. Mai im Münchner Sofitel auf der „BEEF4BRANDS III – die Konferenz für digitale Markenführung“ des Munich Digital Institute: Praktiker aus Unternehmen wie Daimler, Microsoft, „Bild.de“ oder dem ZDF Digital diskutieren über die besonderen inhaltlichen, organisatorischen, kulturellen und technischen Herausforderungen der digitalen Markenführung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Termine compact (1) (11. KW-2017) →

1. **MedienMittwoch in Zeiten von Fake News:** „Vertrauen und Medien“ – unter diesem Motto steht der MedienMittwoch am **29. März um 18:30 Uhr im Künstlerhaus Mousonturm in Frankfurt am Main**. Die MedienMittwoch Stiftung lädt gemeinsam mit der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien zu dieser Veranstaltung ein. Eine Podiumsdiskussion, an der unter anderem Bernd Blöbaum, Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, und Mathias Müller von Blumencron, Online-Chefredakteur der „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ (faz.net), teilnehmen steht im Mittelpunkt. Eine Anmeldung unter diesen [Link](#) ist erforderlich.

## SEMINARE

### Seminare compact (2) (11. KW-2017) →

1. **SCM Praxistage Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:** Am **18. und 19. Mai** finden zum dritten Mal in **Düsseldorf** die Praxistage Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der School for Communication and Management statt. Auch in diesem Jahr geben Referenten in Keynotes und Workshops einen umfassenden Überblick zu aktuellen Trends und Themen in der Öffentlichkeitsarbeit. Welche Workshops und Vorträge die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erwarten, findet sich auf der [Veranstaltungswebsite](#).
2. **PR-Training für die Berufspraxis:** Vom **24. bis 28. April** bietet die **AFK Akademie Führung und Kommunikation** ein PR-Basistraining (B1) für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Unternehmen und Agenturen an. Es findet in Oberursel bei Frankfurt am Main statt. Auf dem Seminarprogramm stehen unter anderem: Einführung in die Medienarbeit, journalistisches Schreiben und

Denken, Konzeptionstechnik, Interne Kommunikation und Corporate Communications. Weitere Informationen direkt bei der [AFK](#).

## BILDUNG

### Bewerbungsphase für berufsbegleitenden Master in Kommunikation und Management gestartet →



Ab sofort können sich Interessenten für die berufsbegleitenden Masterlehrgänge

der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) zum Wintersemester 2017 bewerben. Die DAPR, Düsseldorf, und die Donau-Universität Krems haben passend zum nächsten Starttermin die gemeinsam angebotenen Studiengänge in Kommunikation und Management an die aktuellen Ausbildungsbedürfnisse der Branche angepasst. Zum Start ab 6. November stehen nun vier mögliche Fachvertiefungen zur Auswahl: Die Studienrichtungen „Strategische Kommunikation und PR“, „Digitale Kommunikation“ und „Kommunikation und Management“ schließen mit dem Master of Science (MSc) ab. Zum MBA führt der Lehrgang in „Communication and Leadership.“ Interessenten aller Angebote können jetzt in den dreistufigen Auswahlprozess des Bewerbungsverfahrens um einen Studienplatz einsteigen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## STUDIEN

### Untersuchung zur Pressearbeit: Wirtschaftsjournalisten beklagen lange Antwortfristen →

Wohl noch nie waren Pressestellen in Deutschland quantitativ und qualitativ so gut besetzt wie heute.

Die Ausbildung zum Pressesprecher ist professionalisiert, die Mitarbeiter der Pressestellen verfügen in der Regel über Hochschul-Abschlüsse, die Budgets für die Öffentlichkeitsarbeit bewegen sich auf Rekordniveau. Und doch klagen die Adressaten der Pressearbeit – die Journalisten – laut und vernehmlich über pannenreiche Erfahrungen im Alltag der Pressearbeit. Im Rahmen einer Umfrage der Dr. Doebelin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung mbH haben 92 Wirtschaftsjournalisten aufgelistet, was sie in den letzten sieben Tagen „am Vorgehen bzw. Verhalten einer Pressestelle eines Unternehmens oder eines Verbandes besonders geärgert hat“. An die Spitze setzte sich die Klage über die träge Behandlung journalistischer Anfragen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Global Trust Report 2017: Medien und Parteien verlieren, Polizei und Militär gewinnen →



Schlechte Nachrichten für Medien und politische Parteien: Nur ein geringer Teil der deutschen Bevölkerung vertraut ihnen. Das Vertrauen in

die Polizei hingegen ist so hoch wie nie zuvor. Den höchsten Zuwachs bei den Institutionen konnte die Bundeswehr verzeichnen. Das ergibt der „Global Trust Report 2017“, eine Studie des GfK Vereins in 25 Ländern, die das Vertrauen in Institutionen und Branchen ermittelt. Sie basiert auf rund 28.000 Verbraucherinterviews, darunter 2.016 in Deutschland. 85 Prozent der Deutschen schenken der Polizei ihr Vertrauen. Damit verzeichnen die Ordnungshüter gegenüber der letzten Befragung in 2015 einen Zuwachs von fünf Prozentpunkten. Das Vertrauen in die Bundeswehr steigt um neun Prozentpunkte auf 64 Prozent. Damit liegt sie nun auf Rang vier der vertrauenswürdigsten Institutionen. Das Schlusslicht bilden wie in den Umfragen aus den Jahren 2015 und

2013 unverändert die politischen Parteien mit nur 18 Prozent Vertrauensanspruch.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## LESEHINWEISE

**Medienwandel unter der Lupe:  
Über Morgen – 25 Interviews  
zur Zukunft des Journalismus** →



Mit dem Buch „Über Morgen - 25 Interviews zur Zukunft des Journalismus“, das am 15. März erschienen ist, ermöglicht die Kölner Kommunikati-

onsagentur Oliver Schrott Kommunikation (OSK) einen umfassenden Blick auf den Medienwandel, seine Auswirkungen auf den Journalismus und vor allem dessen Zukunft in einer Zeit großer Unsicherheiten. Die Interviews mit Journalisten und Medienprofis aus zehn Ländern, die der hochwertig ausgestattete Band vereint, sind im Verlauf der beiden letzten Jahre für das Blog der Agentur entstanden und damit hochaktuell. Zu den Gesprächspartnern gehören renommierte deutsche Journalistinnen und Journalisten wie Anja Reschke (NDR), Jochen Wegner (Chefredakteur „Zeit online“) und Uwe Vorkötter (Chefredakteur „Horizont“).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## PREISE UND AWARDS

**Marken-Award 2017: 1.000 Gäste kamen zur „Night of the Brands“** →

Zum siebzehnten Mal wurde am 14. März im Düsseldorfer Capitol Theater der Marken-Award verliehen. Seit 2001 zeichnen die „absatzwirtschaft“ und der

Deutsche Marketing Verband mit diesem Preis Unternehmen für exzellente Erfolge in der Markenführung aus.

Rund 1.000 Gäste aus Management, Marketing, Medien und Agenturen kamen zu den „Night of the



Brands“. Durch den Abend führten ZDF-Moderator Ingo Nommsen und absatzwirtschaft-Chefredakteur

Christian Thunig. In diesem Jahr vergab die Jury Preise in vier Kategorien: „Beste Marken-Digitalisierung“, „Beste Marken-Dehnung“, „Bester Marken-Relaunch“ und „Bestes Marken-Momentum“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Preise und Awards compact (1) (11. KW-2017) →

- PRVA schreibt Best PRactice Award 2017 aus:** Der PR-Verband Austria (PRVA) hat die Einreichungsfrist für den österreichischen Best PRactice Award und den Staatspreis PR eröffnet. Bis zum 5. Mai können Unternehmen, Non-Profit-Organisationen, Agenturen und Berater ihre PR-Projekte kostenlos einreichen. Sie sollen jeweils in den vergangenen zwölf Monaten vor dem Zeitpunkt der Einreichung (von März 2016 bis März 2017) in Österreich durchgeführt und abgeschlossen worden sein. Erstmals stellt der PRVA ein standardisiertes **Tool für die Online-Einreichung** bereit. Weitere Informationen zum Best PRactice Award finden sich auf der **PRVA-Website**.

## WHITEPAPER

### dpa-Whitepaper „Unglücke und Terror - Krisenberichterstattung für Kinder“ →



Wie soll ich das bloß meinem Kind erklären? Diese Frage stellen sich viele Eltern, wenn irgendwo in der Welt oder sogar in ihrer Nähe etwas Schlimmes passiert ist. Denn Terroranschläge und Unglücke finden in den Nachrichten große Beach-

tung und werden somit meist auch von Kindern wahrgenommen. Die Deutsche Presse-Agentur (dpa) hat dazu ein Whitepaper zusammengestellt, in dem Profis erklären, worauf bei Krisenberichterstattung für Kinder zu achten ist. Es kommen eine Medienpädagogin, der Leiter der ZDF-Kindernachrichtensendung „logo!“ und die Journalistin einer französischen Kinder-Wochenzeitung zu Wort. Hier geht's direkt zum [kostenlosen Download](#).

### Kostenloses Whitepaper von Fakten & Köpfe und Dezes Public Relations zu „Fake News“ →



Der Verlag Fakten & Köpfe und die Kommunikationsberatung Dezes Public Relations haben ein Whitepaper zum Thema Fake News vorgelegt, das im Web kostenlos abrufbar ist. Autoren sind Journalisten, Juristen, Wissenschaftler

und Experten aus Kommunikation und Versicherungswirtschaft. Diskutiert werden im Whitepaper zahlreiche, themenrelevante Fragen. Dazu gehören: Was macht Fake News und andere Formen digitaler Angriffe auf Individuen oder Organisationen so erfolgreich? Wieviel Hysterie steckt in der

Diskussion? Und welche Rolle spielen die Medien dabei? Wie können sich Privatpersonen, Unternehmen und Politiker gegen unwahre Behauptungen, Hasskommentare und Beleidigungen zur Wehr setzen? Wie realistisch ist es, die Verbreitung von Fake News per Gesetz zu verhindern zu wollen?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## TIPPS

### Nachhaltigkeitsberichte: kostenloser Leitfaden →



Viele Unternehmen müssen ab 2018 einen Bericht über nicht finanzielle Informationen vorlegen. Für Kommunikationsverantwortliche, die noch nie einen Nachhaltigkeitsbericht verfasst haben, stellt diese Vorschrift eine neue Herausforderung dar. Ein kosten-

loser Leitfaden bietet Unterstützung. Verfasst wurde er von der Madsack Medienagentur und der imug Beratungsgesellschaft für sozial-ökologische Innovationen mbH, beide Hannover. Die Agentur der Mediengruppe Madsacks wurde 2006 gegründet. Mit inzwischen 19 festen Mitarbeitern am Standort Hannover bietet sie alle wesentlichen Leistungen einer Full-Service-Kommunikationsagentur. Die imug Beratungsgesellschaft mbH gibt es bereits seit 1995. Die Unternehmensberatung mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit hat 40 feste Mitarbeiter. Der Leitfaden findet sich zum [kostenlosen Download auf der Madsack-Agentur-website](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## GPRA IM DIALOG

**Public Relations v. Hoyningen-Huene: Guru-PR statt Öffentlichkeitsarbeit? →**

**Marc von Bandemer über die Positionierung in der PR-Branche und die Erwartungen an den Nachwuchs**



Strahlender Sonnenschein bei eisigen Temperaturen – so empfängt uns die Hansestadt. Wir

sind eingeladen bei einer wahren Hamburger Traditionsagentur: Public Relations v. Hoyningen-Huene. Die inhabergeführte PR-Agentur ist seit über vierzig Jahren in Hamburg verankert, mit zwölf Mitarbeitern werden hier schwerpunktmäßig mittelständische Unternehmen kommunikativ beraten. Wie schafft es eine kleine inhabergeführte Agentur, den ständigen Wandel in der PR-Branche erfolgreich zu begleiten? Dieser Frage gehen Jil Jakobi und Katalin Genius (Foto: 2. und 3. v.l.) im Gespräch mit Geschäftsführer Marc von Bandemer (l.) und PR-Managerin Angela Sauerland (r.) auf den Grund.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## JOBANGEBOTE

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

### Angebote (50)

Stellenangebote der Agenturen

- Redakteur (m/w) News/Issues, Mainz
- PR-Berater/-in B2B, Stuttgart
- Junior-Berater(in) Blogger Relations & Social Media für Düsseldorf
- Öffentlichkeitsarbeit/Kommunikation (m/w), Olpe
- PR-Junior-Berater (w/m) für München
- Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Automotive & Technology, Hamburg
- Junior PR-Texter/in, Berlin
- 2 PR-Berater (m/w), Köln/Berlin
- Bi-lingual Editor (m/f) English-German, Cologne
- Redakteur (m/w) mit ausgewiesener IT/TK-Kompetenz, Köln
- Junior PR Berater (m/w), Köln
- PR Berater/in Food, Hamburg
- Redakteur/Senior Editor (m/w) Corporate Publishing/Content Marketing, Hannover
- PR-Berater (m/w), Food & Drinks, Vollzeit/Teilzeit (Rhein-Neckar)
- PR-Berater (m/w) mit Social Media Erfahrung, Frankfurt a.M.
- PR-Manager/in, Berlin
- Senior-Consultant (m/w) mit Schwerpunkt Corporate PR im Bereich E-Commerce, Berlin
- PR-Berater/-in bzw. PR-Seniorberater/-in Healthcare, Raum Düsseldorf/Köln
- PR-Berater/-in Vollzeit oder Teilzeit, Montabaur
- Account Manager PR (mw) Schwerpunkt Lifestyle & Beauty, Hamburg
- Ab sofort: Junior-Berater (m/w) für starke Marken in Frankfurt a.M.
- Hansmann PR sucht Junior-PR-BeraterIn Reise, München
- Trainees und Juniorberater (m/w), Düsseldorf/Frankfurt a.M.
- PR-Manager (m/w), München
- PR-Berater (m/w), Berlin
- Junior-PR-Berater/in Bau und Architektur, Essen
- PR-Berater (w/m) Markenkommunikation, Hamburg
- PR-Trainee (m/w), Junior PR-Berater (m/w) und PR-Berater (m/w), Köln/Berlin

- PR-Berater (m/w) Markenkommunikation, Karlsruhe

Stellenangebote der Behörden (Öffentl.Dienst)

- Mitarbeiter Öffentlichkeitsarbeit (m/w), Potsdam
- Leiterin/Leiter Marketing und Kommunikation, Essen

Stellenangebote der Medien

- Nachrichtenredakteur (m/w) in Teilzeit, Mainz

Stellenangebote der Unternehmen

- PR Manager LUMAS (m/w), Berlin
- Kommunikations- und PR-Manager/in, Worms
- PR-Assistent (m/w) in Teilzeit, Stuttgart
- Senior Manager Corporate Communications (m/w), Neuburg a.d.D.
- Pressereferent (w/m), Neckarsulm

---

## Volontariat/Trainee

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

---

## Praktikum

Das eine aktuelle Angebot für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

---

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:  
Montag, 20. März 2017 um 17:45 Uhr  
Dieser Newsletter wurde an **10.276 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 25,0 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 19.294 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;  
Volker Thoms, Berlin, (thoms[at]pr-journal.de),  
Helge Weinberg, Hamburg; (weinberg[at]pr-journal.de)  
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 2016 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des

*PR-Journals ausgewiesen: 330.185 Visits und 760.000 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 905 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 3,3 Seiten aufgerufen.*