

PR-Journal Newsletter

Nr. 480 / 30./31.KW 2015

Seite 1

Basis einer neuen PR-Kultur: Wie wir Silos im Kommunikationsmanagement vermeiden



Die Digitalisierung verändert die Arbeitswelt in der Unternehmenskommunikation. Die Blickrichtung hat sich längst von der sender- (und kanal-) orientierten zur empfängerorientierten Organisation geändert und führt zu einem Umdenken. "PR-Journal"-Autor Wolfgang Griepentrog fordert in einem aktuellen Beitrag nicht weniger als eine neue Kommunikationskultur, die Silodenken verhindert und eine ganzheitliche, bedarfsorientierte Stakeholderbetreuung ermöglicht.

Er plädiert u.a. dafür, die Trennung zwischen externer und interner Kommunikation zu überwinden, weil Rollen, Bedarf und Erwartungen der Stakeholder ein noch besseres Zusammenwirken dieser Aufgabenfelder erfordern.

Griepentrog geht es darum, dass sich der Anspruch einer integrierten Kommunikation auch in der Organisation des PR-Management niederschlagen muss. Dazu macht er einen konkreten Vorschlag für ein zeitgemäßes Organigramm der PR und verweist auf Newsroom-Modelle. Ein wichtiges Thema, denn es geht dabei auch um die Zukunftsfähigkeit der PR, die nach Einschätzung des Autors teilweise nur äußerlich in der digitalen Gesellschaft angekommen ist.

Lesen Sie den vollständigen Beitrag von Wolfgang Griepentrog in seinem Blog „Glaubwürdig kommunizieren“.

Autorenbeitrag: Bist du schon Storyteller oder faxt du noch?!

Von der Sinnhaftigkeit bzw. -losigkeit jedem Buzzword bei Social Media & Co. zu folgen



Von Elke Sander (Foto)

Newsjacking – Dark Post – Content Marketing – 360 Grad – integrativ – Storytelling – Gamification – viral – KPIs – Shareability – Candy Storm – Hashtag – Blogger Relations

UND: Mummyblogger – YouTubeSuperuser – LeFloId – Buzzword – Cat Content – Listicle – Instant Article – Newsfeed Algorithmus – Influencer Marketing – und und und ...

Was klingt wie ein neuer Song der Fanta4 oder im Fall von „Instant Article“ an die gute alte 5 Minuten-Terrine erinnert – einigen wir noch bei Letzterem, dass es sich zumindest um die „5 Minuten-Terrine der Kommunikation“ handelt – birgt für so manchen Kommunikator ein gewisses Verzweigungspotenzial. Müssen wir doch kommunikativ mehr denn je vor dem Puls der Zeit und dem des Kunden sein. Aber wie soll das gehen bei neuen Kommunikationskanälen, die sich tagtäglich weiter entwickeln und einer Zielgruppe, die plötzlich selber Ton, Bild und Wort angeben will? Nur geht das, sich einfach raus halten? Wenn schon Bundeskanzlerin Angela Merkel mit LeFloId und Wirtschaftsminister Sigmar Gabriel mit Böhmermann ...?

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Kienbaum-Studie: PR-Chefs der oberen Führungsebene verdienen mehr als Marketingleiter



Die Gehälter der Mitarbeiter in PR, Marketing und Vertrieb sind in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr um 3,6 Prozent gestiegen. Das zeigt eine aktuelle Vergütungsstudie der Beratungsgesellschaft Kienbaum aus Gummersbach, die von Julia Zmitko (Foto) geleitet wurde. Führungskräfte in der Unternehmenskommunikation sowie in Marketing-

Inhaltsverzeichnis

Der 480. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 58 Einzelmeldungen.

1. *Basis einer neuen Kommunikationskultur: Wie wir Silos im Kommunikationsmanagement vermeiden*
2. *Autorenbeitrag: Bist du schon Storyteller oder faxt du noch?!*
3. *Kienbaum-Studie: PR-Chefs der oberen Führungsebene verdienen mehr als Marketingleiter*
4. *Gründer des Instituts für Kommunikationswissenschaft an der TU Dresden gestorben*
5. *Isabel De Paoli folgt bei Merck Walter Huber als Leiterin Konzernkommunikation*
6. *Revirement in der Kommunikation des ABB-Konzerns in der Schweiz*
7. *Brachvogel leitet ab Oktober neues Büro von Kantar Media in Berlin*
8. *Zwei Zugänge und ein Abgang in der Geschäftsführung von HeringSchuppener*
9. *Personalien compact - Agenturen (6) (30./31. KW-2015)*
10. *Personalien compact - Unternehmen (19) (30./31. KW-2015)*
11. *Personalien compact - Sonstige (8) (30./31. KW-2015)*
12. *Fink & Fuchs berät Gesundheitskonzern AccuMeda*
13. *häberlein & mauerer geht mit Südtirol Marketing in die vierte Runde*
14. *Etats compact (18) (30./31. KW-2015)*
15. *Code Red: Erstes internationales Agenturnetzwerk für Security-PR*
16. *Serviceplan Gruppe wächst um 21 Prozent*
17. *mergermarket M&A-Ranking: Hering Schuppener weltweit unter den Top 10*
18. *Agenturen compact (2) (30./31. KW-2015)*
19. *Mehr Geschichten über Autos und Menschen: VW-Kommunikation soll sich wandeln*
20. *MLP führt Kommunikation und Corporate University in einem Bereich zusammen*
21. *Keine Änderung: Wikipedia-Community bestätigt Relevanzkriterien für Unternehmen*
22. *Namensänderung mit 1,15 Millionen Aufklebern: Rückblick auf ein halbes Jahr „Rheinwerk Verlag“*
23. *Mediaanalysen von IVW und agma: Woche der Wahrheit für die Medien*
24. *PR-Fachmedien: Nur noch "prmagazin" meldet bei IVW*
25. *1. Deutscher CSR Kommunikationskongress - Jetzt Tickets erhältlich*
26. *CSR compact (1) (30./31. KW 2015)*
27. *Autorenbeitrag: Lachen erlaubt – über Humor in der professionellen Kommunikation*



28. *Kommunikation: 100 Prozent – oder Null*
29. *Kommentar: Kann nit verstan*
30. *PR-Interview Nr. 131 - Stephan M. Cremer: „Unternehmen müssen die ‘Licence to operate’ bewahren“*
31. *Rezension: Öffentlichkeitsarbeit ist Geheimhaltungsstrategie*
32. *Rezension: Vertrauen! Empathie! Vorbildfunktion!*
33. *Gerücht: Bedingt demokratiebereit*
34. *Termine compact (1) (30./31. KW-2015)*
35. *Neuer Anbieter für Kommunikationsseminare: kommaKlar*
36. *Noch freie Plätze für die Herbst-Angebote der DAPR*
37. *scm Berlin jetzt mit Tourismus-Kommunikationskursen*
38. *Bildung compact (1) (30./31. KW-2015)*
39. *Studie: Unternehmen verstärken Kommunikationsanstrengungen, um Fachkräfte zu gewinnen*
40. *Unicepta-Imageranking: Marijn Dekkers führt den DAX an*
41. *PRtransfer: Ehrliche CSR-Kommunikation punktet bei Stakeholdern*
42. *Controlling-Orientierung steigert Stellenwert von Marketingabteilungen in der Industrie*
43. *Lesehinweis: „Seitenblicke – Wurzeln der Kommunikation“*
44. *Lesehinweise compact (2) (30./31. KW-2015)*
45. *Track und Kalle Rebbe holen Gold für ihre Websites*
46. *Tipps zu Pressemitteilungen gehen immer: Hier zehn wichtige für Erstellung und Verbreitung*
47. *PR-Journal: 31.205 Besucher im Juli 2015; 46 neue Jobangebote; 23,9 % nutzen Mobilversionen*
48. *Jobbörse*
49. *Impressum*

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site
Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PR-Journal

durchschnittlich 115.000 Euro im Jahr, Spezialisten 75.000 Euro und Sachbearbeiter 49.000 Euro. Während der Leiter Unternehmenskommunikation / PR im Mittelwert über alle Führungsebenen und Unternehmensgrößen hinweg 118.000 Euro im Jahr verdient, sind es beim Leiter Marketing 119.000 Euro. Größere Unterschiede kommen erst zutage, wenn man sich die einzelnen Ebenen genauer anschaut. Danach liegt der PR-Chef auf der oberen Führungsebene bei 164.000 Euro, der Marketingchef kommt hier auf 154.000 Euro. Auf der mittleren (Marketing: 106.000 €; PR: 97.000 €) und unteren Ebene (Marketing: 85.000 €; PR: 72.000 €) stellt sich das Gehaltsgefüge wieder deutlich zum Vorteil der Marketingschaffenden dar. Am höchsten sind die Gehälter im Vertrieb: Der Leiter Vertrieb führt die Gehaltsrangliste der von Kienbaum untersuchten Positionen an. Er erhält durchschnittlich 134.000 Euro im Jahr. Topverdiener bei den Spezialisten und Sachbearbeitern sind die Key-Account-Manager mit einer jährlichen Durchschnittsvergütung von 92.000 Euro.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



(DPRG) war Donsbach verbunden. Die Landesgruppe Sachsen pflegte mit ihm und dem IfK über viele Jahre eine sehr gute Zusammenarbeit. Laut Sybille Höhne, Mitglied im DPRG-Bundesvorstand, verliert die Kommunikationsbranche einen bedeutenden Wissenschaftler, großen Kommunikator, Moderator, und beliebten Interviewpartner. Sachsens Wissenschaftsministerin Eva-Maria Stange charakterisierte ihn als „einen Menschen mit Haltung“.

Personalien

Gründer des Instituts für Kommunikationswissenschaft an der TU Dresden gestorben



Professor Wolfgang Donsbach (Foto, © Steffen Füssel), international renommierter Kommunikationswissenschaftler der TU Dresden, ist am 26. Juli 2015 völlig unerwartet gestorben. Donsbach hatte als Gründungsdirektor im Jahr 1993 das Institut für Kommunikationswissenschaft (IfK) der TU Dresden ins Leben gerufen, beharrlich erweitert und fast zwei Jahrzehnte lang geleitet. Die TU Dresden trauert um einen ihrer profiliertesten Professoren und einen weit über die Universitätsgrenzen hinaus gesellschaftlich engagierten Wissenschaftler. Auch der Deutschen Public Relations Gesellschaft

Isabel De Paoli folgt bei Merck Walter Huber als Leiterin Konzernkommunikation



Am 8. März 2016 geht Walter Huber (59) nach 18 Jahren als Leiter der weltweiten Konzernkommunikation bei Merck KGaA in Darmstadt in den Ruhestand - nach der jährlichen Bilanzpressekonferenz. Seine Nachfolgerin wird Isabel De Paoli (Foto, 40), bisher Leiterin der Group Strategy. Diesen Bereich übernimmt bereits am 1. August Heiko Schön (36), seit 2005 bei Merck. De Paoli ist seit 2006 beim Darmstädter Pharma- und Chemiekonzern.

Nach ihrem Einstieg in die Geschäftsentwicklung Chemie leitete sie die Strategie-Entwicklung für das Onkologie-Geschäft und verantwortet seit Januar 2012 die strategische Unternehmensplanung. Sie hat die "Funktion Group Strategy" aufgebaut, die

Strategieentwicklung gesteuert und einen Strategieplanungsprozess über alle Geschäfte hinweg eingeführt.

Revirement in der Kommunikation des ABB-Konzerns in der Schweiz



Unter der Leitung von Christoph Sieder, Leiter Group Corporate Communications von ABB, wurde sechs Monate nach den letzten Veränderungen [\(wir be-](#)

[richteten\)](#) einige Aufgaben neu verteilt. So wird Michael Schiendorfer neuer Leiter Business Media-Relations des Konzerns in Zürich. Schiendorfer, der von Novartis kommt, beerbt damit Thomas Schmidt (Foto), der sein Amt als Leiter Media Relations auf Konzernebene von ABB nach 15 Jahren abgibt. Schmidt bleibt Group Head of Public Affairs. Zuvor hatte er beide Aufgaben in Personalunion inne. Schmidt legt nun seinen Schwerpunkt auf die Public Affairs-Arbeit. Sieder dazu: „Wir freuen uns sehr, dass er seine umfangreichen Erfahrungen nun einsetzen wird, um der Stimme von ABB bei politischen Entscheidungsträgern und anderen Stakeholdern mehr Gewicht zu verleihen, wenn die künftigen Rahmenbedingungen für die Energieversorgung und Automation festgelegt werden.“ Schmidt wird zusätzlich Verantwortung als Kommunikationschef für die Region Europa von ABB übernehmen und dem Managementteam der Region beitreten. In diesem Teilbereich löst er den ABB-Kommunikationschef für Deutschland, Klaus Treichel, ab, der diese Aufgabe seit Januar 2015 inne hatte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Brachvogel leitet ab Oktober neues Büro von Kantar Media in Berlin



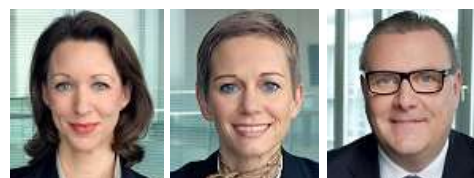
Kantar Media, nach eigenen Angaben internationaler Marktführer im Bereich Medienbeobachtung und Analyse, expandiert wie angekündigt in Deutschland weiter und wird



bald auch in Berlin vertreten sein. Frank Brachvogel (Foto; © Hoffotografen) wird ab 1. Oktober als Senior Consultant and Account Director erster Ansprechpartner für die Kunden in der Bundeshauptstadt sein. Der 45-Jährige kommt vom Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW), bei dem er noch als Pressesprecher tätig ist. „Ich freue mich sehr, dass wir mit Frank Brachvogel einen erfahrenen Kommunikationsexperten gewinnen konnten, der aus erster Hand weiß, was die Kunden von einer innovativen Medienbeobachtung und Analyse erwarten“, sagt Michael Maillinger, Geschäftsführer von Kantar Media Deutschland. Brachvogel verantwortet seit 2007 die Pressearbeit des BDEW in Berlin und Brüssel mit mehr als 1.800 Mitgliedsunternehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zwei Zugänge und ein Abgang in der Geschäftsführung von HeringSchuppener



Die Strategieberatung für Kommunikation GmbH Hering Schuppener Consulting beruft

zwei langjährige Partnerinnen in die Geschäftsführung und verabschiedet sich von einem Managing Partner. Seit dem 1. Juli gehören Phoebe Kebbel (Foto I.) und Brigitte von Haacke (M.) als Managing Partner dem bestehenden Führungsteam um Martin

Bury, Alexander Geiser, Ralf Hering und Tina Menner an. Damit wächst das Geschäftsführungsteam der Spezialagentur für strategische Kommunikationsberatung und Corporate Affairs auf sechs Mitglieder. Verabschieden wird sich hingegen Managing Partner Matthias Poth (r.), der sich nach über zehn Jahren bei Hering Schuppener entschlossen hat, eine neue berufliche Herausforderung anzunehmen: Ab dem 1. September 2015 wird er eine beratende Funktion innerhalb des Bayer-Konzerns in Leverkusen übernehmen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Personalien compact - Agenturen (6) (30./31. KW-2015)

1. **Thomas Knipp hat Brunswick-Group verlassen: Thomas Knipp** (53) hat nach mehr als zehn Jahren die Finanzkommunikationsagentur Brunswick-Group verlassen. Bis zuletzt war Knipp Senior Partner und Sprecher der Geschäftsführung mit Büro in Frankfurt am Main. Nach Informationen von „new-business.de“ könnte ein Machtkampf um die Führung in Europa den Ausschlag für seinen Abschied gegeben haben. Nach Stationen als Wirtschaftsredakteur bei der „F.A.Z.“ und dem „Handelsblatt“ – dort war er von 2002 bis 2004 Chefredakteur – wechselte er 2004 auf die PR-Seite zu Brunswick. Der Name Knipps ist bereits von Brunswick-Website getilgt, wie „new-business.de“ feststellte.
2. **Düring leitet Corporate Practice von Weber Shandwick: Sebastian Düring** verantwortet ab dem 3. August die Corporate Communications Practice bei Weber Shandwick. Aus dem Kölner Büro heraus übernimmt er die Rolle von **Jan Ribbeck**, der nach 16 Jahren bei Weber Shandwick auf die Unternehmensseite gewechselt ist. Düring kommt von Ergo Kommunikation, wo er seit 2008 unter anderem als Teamleiter „Health, Protection & Professional Services“ tätig war. Zu Dürings Aufgaben bei Weber Shandwick gehört es vor allem, Kunden bei der digitalen Transformation ihrer Unternehmenskommunikation zu unterstützen.
3. **Sanders und Schmall neu bei Palmer Hargreaves in Köln:** Die internationale Agentur für Marketing und Kommunikation Palmer Hargreaves in Köln holt in Deutschland zwei



- neue, erfahrene Köpfe an Bord. Ingo Schmall und Frank Sanders verstärken als Director Digital Marketing & Technology und Director PR Strategy das gut 80-köpfige Team in Köln. Schmall – zuletzt bei mediaman und finanzprofi – wird in Zukunft die Digitalisierungsstrategie der Agentur entscheidend mitgestalten und das Angebot digitaler Kommunikationslösungen erweitern. Mit Sanders – zuvor für Hering Schuppener, Jung von Matt und zuletzt als Leiter Corporate Publishing bei Kuhn, Kammann und Kuhn tätig – stärkt Palmer Hargreaves das Know-how rund um strategische Kommunikationsberatung weiter. Sanders wird maßgeblichen Einfluss auf die Entwicklungen im PR- und Content-Bereich der Agentur nehmen.
4. **Medienfabrik baut Vertrieb und strategische Planung aus:** Seit Anfang Juli verstärken **Marc Schlegel** (41) als Director of Client Services im Bereich empower und **Guido van de Lageweg** (45) als Senior Project Manager die Gütersloher Marketing- und Kommunikationsagentur im Bereich Unternehmenskommunikation. Schlegel kommt von der Elephant Seven Hamburg GmbH, wo er zuletzt als Client Service Director tätig war. Van de Lagewegs kommt von DuMont Net, wo er knapp drei Jahre lang das zentrale Produktmanagement und Onlinemarketing leitete.
 5. **Vom Start-up-Inkubator zur Agentur Ballou PR: Sebastian Rumberg** verstärkt seit Anfang Juli das Berliner Büro von Ballou PR. Rumberg, zuvor Head of PR beim Inkubator HitFox Group, gilt als erfahrener Technologie- und Start-up-Berater. In seiner neuen Rolle als Account Manager verantwortet er die PR-Arbeit für Bestands- und Neukunden und wird inhaltlich vor allem die Tech- und FinTech-Expertise von Ballou PR stärken. Neben seiner Arbeit bei

Ballou PR unterstützt Rumberg weiterhin ehrenamtlich den von ihm mitgegründeten Verein Startup Germany e.V., der es sich zum Ziel gemacht hat, Unternehmertum in Deutschland zu fördern.

6. **Klespe kommuniziert für Onlinefabrik: Lina Klespe** (33) leitet seit dem 1. Juli die Unit Content and Communications bei der Berliner Agentur Die Onlinefabrik. In dieser Position soll sie die neu gegründete Abteilung aufbauen und auch die strategische Planung sowie Steuerung der externen Kommunikation des Unternehmens übernehmen. Klespe kommt von Auctionata, wo sie zuletzt als Corporate Communications Managerin tätig war. Bei ihrem neuen Arbeitgeber berichtet sie an **Benjamin Birkner**, Head of Business Development, und **Julia Dinse**, Head of Operations.

Personalien compact - Unternehmen (19) (30./31. KW-2015)

1. **Daedalic Entertainment stellt Kommunikation neu auf: Kristin Splieth** (28) übernimmt beim Hamburger Unternehmen Daedalic Entertainment die Verantwortung für die internationale Pressearbeit. Sie berichtet in dieser Funktion direkt an den Gründer und CEO **Carsten Fichtelmann**. Splieth bringt Erfahrung in internationaler PR mit, zum einen durch klassische Agenturarbeit bei PR13 und AgencyCall, zum anderen durch studienbegleitende Mitarbeit im PR-Team des Very Large Business Applications Lab (VLBA) des Magdeburg Research and Competence Cluster (MRCC). Im Laufe der nächsten Monate soll die Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens weiter ausgebaut werden.
2. **Glücksmann für Schulze bei enviaM: Catrin Glücksmann** (49) wird zum 1. September 2015 neue Leiterin Unternehmenskommunikation und Umfeldmanagement bei der enviaM Mitteldeutsche Energie AG in Chemnitz. Sie verantwortet dort die gesamte Kommunikation der enviaM-Gruppe sowie Sponsoring, Energiepolitik und Public Affairs. Glücksmann folgt auf **Sven Schulze** (43), der das Unternehmen zum 31. Juli verlassen hat, um seine neue Tätigkeit als Bürgermeister für Personal, Finanzen und Organisation der Stadt Chemnitz aufzunehmen. Glücksmann kommt vom Übertragungsnetzbetreiber TransnetBW aus Stuttgart

Das sind die beliebtesten Marken in Social Media

Apple ist die Marke, über die Social Media Nutzer in Deutschland am häufigsten positiv sprechen, wenn es um Qualität, Service und Preis geht. Auch auf den anderen Top-Plätzen sind vor allem Technik-Unternehmen: Amazon, Google, Samsung, Microsoft, aber auch Twitter und der Xbox.

[Lesen Sie hier](#), was das Erfolgsrezept der besten Marken in Social Media ist.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

3. **Erdmann folgt bei Helios Kliniken auf Meixner: Natalie Erdmann** (44) leitet seit dem 1. August die Abteilung Unternehmenskommunikation und Marketing bei den Helios Kliniken in Berlin. Sie wurde Nachfolgerin von **Tobias Meixner**, der den neuen Geschäftsbereich „Smarthelios“ übernehmen wird. Bislang war Erdmann als Leiterin Unternehmenskommunikation und Marketing Region Mitte-Nord für den Krankenhauskonzern tätig. Künftig berichtet sie an den Vorsitzenden der Geschäftsführung **Francesco De Meo**.
4. **Pink neuer Kommunikationschef für die Johannesbad-Gruppe:** Bereits seit April leitet **Simon Pink** (36) Marketing und Unternehmenskommunikation der Johannesbad Unternehmensgruppe, einem Dienstleister im Gesundheitswesen mit Sitz in Bad Füssing. Er wurde Nachfolgerin von **Andrea Gerauer**, die nun Hotel-Managerin des Lanserhof am Tegernsee ist. Pink wechselt von den Mercure Hotels, wo er zuletzt Vice President Brand Operations Central Europe war. Bei der Johannesbad Unternehmensgruppe ist er direkt dem Vorstandsvorsitzenden **York Dhein** zugeordnet.
5. **Korosides von Unister zu billiger.de: Konstantin Korosides** (39) bestimmt seit dem 1.

Juli die Geschicke der Unternehmenskommunikation beim Preisvergleichs- und Verbraucherportal Billiger.de mit Sitz in Karlsruhe. Zuvor war bei Unister, wo er seit 2009 Kommunikationschef war und in dieser Funktion auch Pressechef von Portalen wie „Ab-in-den-Urlaub.de“, „Fluege.de“, „Geld.de“ und „Auto.de“. In seiner neuen Position berichtet Korosides an den CEO **Lorenz Petersen**.

6. **Eck verlässt TV-Sender Universal Networks International Germany:** Nach nur einem Jahr verlässt **Sigrid Eck**, Director Press & PR, den Münchner Pay-TV-Sender Universal Networks International Germany Ende September auf eigenen Wunsch. Diese Position hatte sie erst im Oktober 2014 übernommen. Ihre Nachfolge ist noch nicht geregelt. Eck verantwortet die Unternehmenskommunikation sowie die PR der Sender 13th Street, Syfy, Universal Channel und E! Entertainment. Sie berichtet an die Geschäftsführerin **Katharina Behrends**.
7. **Seidensticker erhält Prokura bei Reed Exhibitions Deutschland: Mike Seidensticker** (52), seit 2003 Pressesprecher, steigt zum 1. August in die erweiterte Geschäftsleitung von Reed Exhibitions Deutschland auf und erhält zusätzlich Prokura für das Messeunternehmen mit Sitz in Düsseldorf. Seine neue Funktion übernimmt er zusätzlich zu seinen Aufgaben als Presse- und Unternehmenssprecher. Künftig berichtet Seidensticker an den Chief Executive Officer **Hans-Joachim Erbel**.
8. **Feis neue Senior PR- und CSR-Managerin bei Milupa: Wiebke Feis** (31) ist bereits seit April Senior PR- und CSR-Managerin beim Babynahrungsproduzenten Milupa Nutricia mit Sitz in Bad Homburg. In der neu geschaffenen Position ist sie in der Presse- und Medienarbeit innerhalb der DACH-Region tätig und betreut darüber hinaus die CSR-Kampagne des Unternehmens. Feis kam von Ferrero Deutschland, wo sie als Pressereferentin arbeitete. Bei Milupa berichtet sie an **Stefan Stohl**, den Leiter der Unternehmenskommunikation.
9. **Neue Kommunikations-Managerin bei Durable: Martina Heiland** (39) ist neue PR-Managerin bei der Durable Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG in Iserlohn. Bei dem Büroorganisationsmittel- und Leuchten-Hersteller wird Heiland Nachfolgerin von **Horst Bubenzer**, der nach 25-jähriger Tätigkeit für Durable in den Ruhestand geht. Die neue PR-Managerin wird unterstützt von **Carde Höppe**. Heiland war nach ihrem Studium der Kommunikations-

Zu schnell für Ziele?

Kommunikationsplanung mit Lautenbach Sass.

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

und Medienwissenschaften mit Schwerpunkt Public Relations an der Universität Leipzig für die Porsche AG in Stuttgart und die United Digital Group in Hamburg tätig. (Quelle: BusinessPartner PBS)

10. **Küllmer neu bei Hostinganbieter LeaseWeb Deutschland: Diana Küllmer** (38) ist als neue Marketingverantwortliche bei LeaseWeb in Frankfurt am Main ab sofort zuständig für die Weiterentwicklung und Implementierung des strategischen Marketings, die Steigerung der Markenbekanntheit sowie für externe und interne Kommunikation. Sie verantwortet die Aktivitäten in der Region DACH. Vor ihrem Wechsel zu LeaseWeb hat Küllmer bereits Fach- und Branchenkompetenz im B-to-B-Bereich gesammelt. Sie war vor allem auch für die Entwicklung von Marketing- und PR-Strategien und die Umsetzung entsprechender Maßnahmen zuständig.
11. **Lisa Powell neue PR-Ansprechpartnerin bei BRP Germany: Lisa Powell** ist bei Bombardier Recreational Products Inc. (BRP) in Hilden als neuer Marketing Advisor für Deutschland und Österreich angestellt worden. Sie ist Ansprechpartnerin in Bezug auf sämtliche Marketing- und PR-Maßnahmen. Weiterhin kümmert sie sich um Auftritte auf nationalen Messen und Events in Deutschland und Österreich. Powell war zuletzt sechs Jahre für die Jaguar Land Rover Deutschland GmbH im Event-Marketing

tätig. BRP ist tätig im Design, der Entwicklung, der Herstellung, dem Vertrieb und der Vermarktung von motorisierten Freizeitfahrzeugen.

12. **Meier und Schubert mit neuen Funktionen in der BASF-Kommunikation: Andreas Meier** (46), noch Director Corporate Communications, BASF Corporation, Florham Park/New Jersey, wird zum 1. August Vice President, Corporate Affairs Asia Pacific mit Sitz in Hongkong. Er wird an **Sanjeev Gandhi** berichten. Meier folgt auf **Christian Schubert** (51), der zum 1. November nach einem dreimonatigen Sabbatical die Leitung des Berliner Büros der BASF übernimmt. Schubert wird an **Elisabeth Schick** berichten, Senior Vice President, Communications & Government Relations BASF Group. Der aktuelle Leiter des Berliner Büros, **Wolfgang Niedermark** (50), verlässt das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 30. September.
13. **Sky-Investor Relations-Chefin Scheil wechselt nach Wien: Christine Scheil**, aktuell Senior Vice President Investor Relations, Equity Capital Markets & Governance bei Sky Deutschland, wird ab 1. September Geschäftsführerin von Sky Österreich. In ihrer neuen Rolle als Managing Director Sky Österreich berichtet sie künftig an **Holger Enßlin**, Chief Officer Legal, Regulatory, Public Policy und Distribution. Scheil ist aktuell für die Eigenkapitalfinanzierung von Sky Deutschland sowie für die gesamte Finanzmarktcommunication verantwortlich. Sie gehört dem Unternehmen seit über 15 Jahren an und hat zuvor in verschiedenen Funktionen im Finanzbereich gearbeitet.
14. **Melzer übernimmt PR bei Carlson Rezidor Hotel Group: Martin Melzer** wird ab dem 3. August neuer Area Communications & Public Relations Manager Central Europe für die Carlson Rezidor Hotel Group in Frankfurt am Main. Der Posten bündelt die Unternehmenskommunikation und PR-Aktivitäten für 80 Hotels der Marken Radisson Blu und Park Inn by Radisson in Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen und Südosteuropa. In seiner Rolle wird Melzer Hotels im Einsatz von PR-Maßnahmen beraten, Reputationskampagnen steuern und Kooperationen mit Bloggern und Digital Influencern ausbauen. Er berichtet direkt an den Area Vice President. Zuvor war er Marketingleiter für die Hotelgruppe Park Inn by Radisson in Zentraleuropa.



15. **Heineken Switzerland mit neuem PR-Chef: Urs Frei** (47) ist seit dem 1. Juli neuer Leiter Unternehmenskommunikation bei Heineken Switzerland in Luzern. Zu seinen Aufgaben gehören die Interne und Externe Kommunikation, Media Relations, Public Affairs und CSR. Frei gilt als ausgewiesener Kommunikationsspezialist mit internationaler Erfahrung. Vor seinem Wechsel zu Heineken Switzerland verantwortete er die Kommunikationsarbeit bei den Industriekonzernen Oerlikon Balzers (LIE), Georg Fischer und Alstom Power Service Europe (DE).
16. **Zwei Neuzugänge in der Kommunikation von Merck: Marco Dall'Asta** (45) ist seit dem 1. Juli und **Markus Berner** (51) seit dem 1. Mai beim Chemie- und Pharmaunternehmen Merck in Darmstadt tätig. In der neu geschaffenen Funktion verantwortet Dall'Asta die Kommunikation für den Bereich HR und unterstützt Geschäftsleitungsmitglied **Kai Beckmann** in Sachen Kommunikation. Dall'Asta kommt von Volkswagen Nutzfahrzeuge, wo er als Sprecher und Leiter Internationale Kommunikation tätig war. Auch Berners Position wurde neu eingerichtet. Er betreut als Communications Business Partner den Chief Information Officer des Unternehmens, **James Stewart**. Berner war zuletzt mit der Agentur Kommversations als PR-Berater selbstständig. Beide Neuzugänge berichten bei Merck an den Leiter Corporate Media **Wolfgang Westphal-Petersen**.
17. **Krückel verlässt Lidl: Stephan Krückel**, seit 2009 bei Lidl Deutschland in Neckarsulm und

zuletzt Leiter Public Relations, hat das Unternehmen verlassen. Wie der „PR Report“ berichtet, hat Krüchel von sich aus das Weite gesucht. Seine Nachfolge ist noch nicht geregelt.

18. **Uniper holt Birnstiel: Constantin Birnstiel** (44) wird vom 1. Januar 2016 an Leiter des Bereichs Corporate Communications & Investor Relations bei Uniper. Das Unternehmen entstand aus einer Aufteilung des Energiekonzerns Eon und wird Anfang 2016 seine Arbeit aufnehmen. Birnstiel wird sich ab Oktober bei Eon auf seine neue Funktion vorbereiten. Er wird den geplanten Börsengang von Uniper begleiten und an dessen künftigen Vorstandsvorsitzenden, **Klaus Schäfer**, berichten. Zuletzt war Birnstiel Head of Corporate Communications and Governmental Affairs bei Osram Licht.
19. **Kreye vertritt Ernst im Robinson-Club: Natascha Kreye** (33) wird vom 1. August an Abteilungsleiterin Unternehmenskommunikation beim Reiseunternehmen Robinson Club in Hannover. Sie vertritt damit für Jahr **Sabine Ernst**, die in Elternzeit geht. Kreye verantwortet sämtliche interne und externe Kommunikationsbelange des Unternehmens und berichtet an den Geschäftsführer **Ingo Burmester**. Kreye war zuletzt Senior Manager Media Relations bei Tui, wo sie seit 2007 tätig war.

Personalien compact - Sonstige (8) (30./31. KW-2015)

1. **Knollmann verlässt VFA nach sieben Monaten: Thomas Knollmann** (44) ist seit dem 1. August stellvertretender Abteilungsleiter Kommunikation beim Verband kommunaler Unternehmen (VKU) in Berlin. Er berichtet in dieser Position an den Geschäftsführer Kommunikation **Carsten Wagner**. Knollmann wechselt vom Verband der forschenden Pharma-Unternehmen (VFA) zum VKU. Beim VFA leitete er den Bereich Kommunikation und Public Affairs erst seit Januar 2015, Nachfolgerin dort wurde **Kirsten Hoyer** (siehe nächste Meldung). Zuvor war er unter anderem bei Siemens Deutschland, wo er im Themen- und Kommunikationsmanagement aktiv war.
2. **Hoyer aus der Selbständigkeit zum Pharmaverband vfa: Kirsten Hoyer** (46) wird vom 15. November an als Nachfolgerin von **Thomas Knollmann** neue Geschäftsführerin

Kommunikation beim Verband der forschenden Pharma-Unternehmen (VFA) in Berlin. Vorgänger Knollmann wechselt zum Verband kommunaler Unternehmen (VKU). Hoyer ist seit 2002 Inhaberin und Geschäftsführerin der Kommunikationsberatung Apel + Hoyer in München. Beim VFA wird sie an die Hauptgeschäftsführerin **Birgit Fischer** berichten.

3. **Lemloh wird Behördensprecher in Hamburg: Richard Lemloh** (46) wird vom 27. August an neuer Pressesprecher der Hamburger Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation. In dieser Rolle übernimmt er den Bereich Verkehr von **Helma Krstanoski**, die eine andere Aufgabe in der Behörde übernommen hat. Derzeit ist Lemloh noch als selbstständiger PR-Berater und Texter tätig.
4. **Schirmer Stellvertretender Pressesprecher beim VÖB: Norman Schirmer** (33) ist ab dem 1. August Stellvertretender Pressesprecher beim Bundesverband Öffentlicher Banken Deutschlands, VÖB, in Berlin. Die Position wurde neu geschaffen. Neben der klassischen Medienarbeit werden besonders auch die Online-Kommunikation und die Publikationen des Verbandes Arbeitsschwerpunkte sein. Schirmer hatte bis Oktober 2013 das Büro eines Abgeordneten des Deutschen Bundestages geleitet und war seitdem als Pressereferent beim Spitzenverband der öffentlichen Banken tätig.

Er berichtet an den Bereichsleiter Kommunikation **Dominik Lamminger**.

5. **Sozialministerium in Kiel bekommt zusätzlichen Sprecher: Frank Lindscheid** (55) wird vom 1. August an neuer Pressesprecher im Ministerium für Soziales, Gesundheit, Wissenschaft und Gleichstellung in Schleswig-Holstein. In seiner neuen Position wird er schwerpunktmäßig den Bereich Wissenschaft betreuen und erster Ansprechpartner für die Themen Universität, Fachhochschulen, Forschung und Hochschulmedizin sein. **Christian Kohl** wird weiterhin für Ministerin Kristin Alheit sprechen. Lindscheid ist seit 2012 Parlamentskorrespondent im Hauptstadtbüro von Madsack. Im Sozialministerium wird er an den Staatssekretär **Rolf Fischer** berichten.
6. **Neue Sprecherin bei Sana Kliniken in Berlin-Brandenburg: Ingrid Mühlwinkel** (53) arbeitet seit dem 1. Juli als Regionalleiterin Unternehmenskommunikation der Sana Kliniken Berlin-Brandenburg. In der neu geschaffenen Position ist sie für die Koordination der internen und externen Kommunikation von neun Sana-Einrichtungen in der Region Berlin, Brandenburg und Mecklenburg Vorpommern zuständig. Zudem wird sie für diese Häuser die Pressesprecherin sein. Zuvor war Mühlwinkel als freiberufliche Journalistin für Gesundheitspolitik und -wirtschaft tätig. Bei den Sana Kliniken berichtet sie an Regionalgeschäftsführerin **Irmgard Wübbeling** und Konzernsprecherin **Susanne Heintzmann**.
7. **Beyer verlässt BKK Landesverband Mitte: Wolfgang Beyer** (61), seit 19 Jahren Pressesprecher beim BKK Landesverband Mitte in Hannover, verlässt den Kasserverband zum 31. August. Ein Nachfolger steht noch nicht fest. Beyer will sich selbständig machen.
8. **Neue PR-Referentin bei der IHK in Freiburg: Natalie Butz** (37) ist seit Mitte Juli neue Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Industrie- und Handelskammer (IHK) Südlicher Oberrhein in Freiburg. Sie folgte auf **Anika Klaffke**, die im Juni als neue Generalsekretärin zum Eurodistrikt Straßburg / Ortenau wechselte. Butz war zuvor Mitarbeiterin in der Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Offenburg.



Etats

Fink & Fuchs berät Gesundheitskonzern AccuMeda

Die inhabergeführte AccuMeda Gruppe, Gesundheitsdienstleister im Bereich Rheuma, Schmerz und Autoimmunkrankheiten sowie Klinikbetreiber, setzt beim Auf- und Ausbau seiner Unternehmenskommunikation auf die Wiesbadener Agentur Fink & Fuchs PR. Das Mandat umfasst die strategische Beratung in allen Fragen der Unternehmens- und Patientenkommunikation für die Acura Kliniken Rheinland Pfalz AG mit zwei Häusern in Bad Kreuznach, die Acura-Kliniken Albstadt und die Acura Rhön-Klinik Gersfeld. Außerdem betreibt das Unternehmen in Bad Kreuznach unter der Marke Acuradon den einzigen Radon-Heilstollen in Deutschland. Schwerpunkte des Auftrags für die Wiesbadener Agentur sind der Aufbau einer Kommunikationsabteilung, der Ausbau von PR- und Marketingkommunikation und in besonderem Maße die Weiterentwicklung der Online-Kommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

häberlein & mauerer geht mit Südtirol Marketing in die vierte Runde

Die Münchner Agentur häberlein & mauerer kann die langjährige Zusammenarbeit mit Südtirol Marketing fortsetzen. Das Tourismus-Team am Berliner Standort der Agentur ist bereits seit 2005 für die Destination tätig. Nach einem mehrstufigen Pitch im

Rahmen der offiziellen EU-Ausschreibung konnte häberlein & mauerer sich erneut durchsetzen und geht nun für die nächsten drei Jahre in die vierte Vertragsrunde. Südtirol Marketing ist im Auftrag des Landes Südtirol für die erfolgreiche Vermarktung



der Destination im In- und Ausland verantwortlich. Das häberlein & mauerer-Team um Senior Consultant Eva Filzek zeichnet sich für die strategische

Kommunikationsberatung und die B-to-C-PR in Deutschland verantwortlich.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Etats compact (18) (30./31. KW-2015)

1. **Karkalis setzt neue Jeanskollektion von Takko per Kochshow in Szene**
Modeunternehmen Takko, Telgte
was: Online-Kochshow mit Social Media-Begleitung
an: **Karkalis Communications**, Düsseldorf
2. **Neuer Action-Kamera-Anbieter vergibt PR-Etat an behle & partner**
Action-Kamera-Anbieter Activeon, San Diego (Kalifornien, USA)
was: Strategische PR-Beratung, Kommunikation zur Markteinführung und Vertriebsunterstützung
an: **behle & partner KG, Agentur für Kommunikation und Marketing**, Fürstenfeldbruck
3. **Convensis gewinnt Foodunternehmen Bagelstein als Neukunden**
Franchiseunternehmen Bagelstein, Paris
was: Marketingkonzeption zum Eintritt in den deutschen Markt
an: **Convensis Group**, Stuttgart
4. **Bonduelle setzt auf achtung!**
Salat- und Gemüsespezialist Bonduelle Deutschland GmbH, Reutlingen
was: PR- und Pressearbeit
an: **achtung!**, Hamburg
5. **Kassenärztliche Vereinigung Hessen vergibt Fachtitel an wdv-Gruppe**
Kassenärztliche Vereinigung Hessen, Frankfurt am Main
was: Konzept und redaktionelle Umsetzung des Informationsdienstes "KVH Aktuell Pharmakotherapie"
an: **wdv-Gruppe**, Bad Homburg
6. **HBI Helga Bailey unterstützt Softwareanbieter Kaseya**
Kaseya, Anbieter von Software für clodbasiertes IT-Management, Dublin/Irland
was: alle PR-Aktivitäten in der DACH-Region
an: **HBI helga Bailey GmbH - International PR & MarCom**, München
7. **Punkt PR betreut Bridgestone-Reifen**
Bridgestone-Reifen, Bad Homburg
was: Fullservice-PR der Reifenmarken Bridgestone und Firestone für Deutschland, Österreich und Schweiz
an: **P.U.N.K.T. PR**, Hamburg
8. **GCE übernimmt für Québec Repräsentanz in Deutschland**
Ministerium für Tourismus Québec, Kanada
was: Ansprechpartner für Industrie-Partner und Medien, Marketing- und PR-Aktivitäten
an: **global communication experts GmbH (GCE)**, Frankfurt am Main
9. **Comeo schreibt für den „Urwald“ Bayerischer Wald**
Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald GmbH, Spiegelau
was: Pressearbeit für die Ferienregion
an: **Comeo Werbung PR Event**, München
10. **Münchener Agentur macht PR für Blutdruckmessgeräte**
Braun / Kaz Europe Sàrl, Lausanne
was: Presse- und Medienarbeit, Blogger-Relations für Braun-Blutdruckmessgeräte
an: **Griffiths Consulting**, München
11. **Isgro steuert Kampagne für den Krebsinformationsdienst des DKFZ**
Deutsches Krebsforschungszentrum (DKFZ), Heidelberg
was: Awarenesskampagne für den Krebsinformationsdienst (KID)
an: **Isgro Gesundheitskommunikation GmbH & Co. KG**, Mannheim
12. **brands and emotions für Tipico Sportwetten**
Tipico Deutschland Marketing und Vertriebs GmbH, Frankfurt am Main
was: Kommunikation zum Engagement beim FC Bayern
an: **brands an emotions GmbH**, München
13. **Eingetütet: Straub & Linardatos gewinnt Kondomhersteller CPR**
Kondomhersteller CPR Produktions- und Vertriebs GmbH, Sarstedt

- was: Unternehmens-, Marken- und Produkt-PR, Pressearbeit
 an: **Straub & Linardatos GmbH**, Hamburg
14. **Hamburger Bücherhallen beauftragen Mann beißt Hund**
 Hamburger Bücherhallen
 was: Plakataktion, Veranstaltungen, Social Media
 an: **Mann beißt Hund – Agentur für Kommunikation GmbH**, Hamburg
15. **muxmäuschenwild hilft Naturkosmetikmarke beim Wassersparen**
 Naturkosmetikmarke "Stop the water while using me!", Hamburg
 was: PR-Betreuung
 an: **muxmäuschenwild - Agentur für PR, Events, Kommunikation**, Berlin
16. **Angelika Hermann-Meier PR für Harry's Home Hotels**
 Harrys Home Holding AG, Innsbruck
 was: Pressearbeit für die Häuser in München, Wien, Graz, Linz und Dornbirn
 an: **Angelika Hermann-Meier PR**, Diessen am Ammersee
17. **Zucker dreht mit Nyne den Sound auf**
 Hersteller von Lifestyle-Audioprodukten Nyne, Oxnard (Kalifornien, USA)
 was: Strategische PR-Beratung, Medienarbeit, Events und Social Media in der Region DACH
 an: **Zucker. Kommunikation GmbH**, Berlin
18. **public link ist neue PR-Agentur für Ryanair in Deutschland**
 Fluglinie Ryanair Ltd, Dublin (Irland)
 was: Weiterentwicklung der PR- und Medienaktivitäten in Deutschland
 an: **public link**, Berlin

wollen, können ihre Öffentlichkeitsarbeit dank Code Red global steuern und profitieren zudem von den Branchenkenntnissen der Code Red-Experten. Indem die Entwicklung und Umsetzung länderübergreifender Kommunikationskonzepte von spezialisierten Agenturen vor Ort übernommen wird, werden die Marketing- und Kommunikationsabteilungen der Unternehmen gezielt entlastet. Zum Code Red-Netzwerk gehören Agenturen aus Großbritannien, Frankreich, der DACH-Region, den Niederlanden, Skandinavien, Spanien, Italien, dem Nahen Osten, Afrika und den USA. Gegründet wurde das Netzwerk von den auf IT-Security spezialisierten Agenturen éclat Marketing, London, und Weissenbach PR, München.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Serviceplan Gruppe wächst um 21 Prozent



Die Serviceplan Gruppe hat das Geschäftsjahr 2014/2015 mit einem Umsatzplus von 21 Prozent abgeschlossen und ein Honorarvolumen von 304 Millionen Euro (2013/2014: 252 Millionen Euro) erreicht. International wächst die

Gruppe weiterhin außerordentlich. Der internationale Umsatz beträgt im abgelaufenen Geschäftsjahr das am 30. Juni endete, 59 Millionen Euro, das entspricht einer Steigerung von 55,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Aktuell beschäftigt die Agentur rund 2.800 Mitarbeiter national und international. Damit ist die Zahl der Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr um 890 gewachsen (2013/2014: knapp 1.900). Der hohe Anstieg resultiert vor allem aus der Übernahme der E-Commerce-Agentur hmmh in Bremen sowie dem Ausbau der internationalen Standorte. Der Pro-Kopf-Umsatz liegt bei 110.000 Euro (2013/2014: 134.000 Euro).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen

Code Red: Erstes internationales Agenturnetzwerk für Security-PR



Mit Code Red haben sich weltweit zehn PR-Spezialisten zum ersten Agenturnetzwerk für Public Relations in der IT-Security-Branche zusammengeschlossen. Anbieter von IT-Sicherheitslösungen, die sich auf dem wettbewerbsintensiven Security-Markt positionieren

mergermarket M&A-Ranking: Hering Schuppener weltweit unter den Top 10

HERING SCHUPPENER

Die Kommunikationsberatung Hering Schuppener hat ein erfolgreiches 1. Halbjahr 2015 hinter sich. Das schlägt sich nieder in guten Platzierungen in den verschiedenen Rankings von „mergermarket“, die die Begleitung von Fusionen und Übernahmen (M&A) bewerten. Demnach bleibt Hering Schuppener die führende Kommunikationsberatung in Deutschland, belegt Platz fünf in Europa und Platz 9 im globalen Vergleich. Messkriterien für die Ranglisten sind Wert und Anzahl der begleiteten Transaktionen per 30. Juni 2015. In den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres betreute Hering Schuppener seine Kunden bei insgesamt 14 Fusionen und Übernahmen mit Beteiligung deutscher Unternehmen. Der Gesamtwert dieser Transaktionen lag bei 32,876 Milliarden US-Dollar (30,037 Milliarden Euro). Damit kehrte Hering Schuppener in Deutschland auf Platz 1 zurück. Im 1. Halbjahr 2014 hatte die Brunswick Group kurzzeitig den 1. Platz inne. Jetzt belegt sie wieder Platz 2 (Value: 22,937 Milliarden US-Dollar bei 5 Fusionen / Übernahmen). Platz 3 im deutschen Ranking belegt CNC (Publicis / MSLGROUP) (6,091 Milliarden US-Dollar bei sechs Fusionen/Übernahmen).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (2) (30./31. KW-2015)

1. **FleishmanHillard verstärkt Eigen-Marketing: Daniel Konrad** ist ab sofort verantwortlich für Marketing und PR von FleishmanHillard in Deutschland. Er arbeitet standortübergreifend in enger Abstimmung mit den Practices von FleishmanHillard in Frankfurt am Main, München, Berlin und Düsseldorf. **Der seit 2011 bei FleishmanHillard tätige Seniorberater** publiziert regelmäßig in Kommunikations- und Anwaltszeitschriften, schreibt für verschiedene Blogs und hält Vorträge. Zu seinen Themen zählen Reputation Management, Litigation-PR

und Compliance-Kommunikation. Fleishman-Hillard ist Teil der Diversified Agency Services, einer Sparte der Omnicom Group Inc..

2. **United Agencies Network feiert Zehnjähriges:** Das von der **Stuttgarter Agentur Roth & Lorenz** mitgegründete Netzwerk inhabergeführter Agenturen „United Agencies Network“ (UAN) feiert 2015 sein zehnjähriges Bestehen. Im April 2005 entstand das UAN aus der Überlegung heraus, mithilfe gebündelter Expertise und grenzüberschreitendem Erfahrungsaustausch, europaweite Kommunikationskampagnen umsetzen zu können. Aus den ursprünglich sechs Gründungsmitgliedern aus Belgien, Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien und Großbritannien hat sich das UAN zu einem Netzwerk weiter entwickelt, in dem heute mehr als 1.200 Experten für Event Management, Public Relations, Digital Marketing und Sponsoring aus neun Agenturen und zwölf Ländern kooperieren.

Unternehmen

Mehr Geschichten über Autos und Menschen: VW-Kommunikation soll sich wandeln



Nach einem Bericht von „Horizont“ steht die Unternehmenskommunikation der Volkswagen AG vor weitreichenden Veränderungen. Bei einer Konferenz in Berlin, an der die 350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aller Kommunikationseinheiten aller Marken teilnahmen, ging es vor allem um das Thema, wie sich die Unternehmenskommunikation künftig aufstellen muss, um den Anforderungen des digitalen Wandels und den damit einhergehenden Veränderungen in der Medienwelt gerecht werden zu können. Dem Bericht zufolge war Volkswagen CEO Martin Winterkorn während der gesamten Konferenz anwesend. Er forderte die Kommunikationsmannschaft auf, „kreative Ideen und effektive Kommunikationsmaßnahmen zu entwickeln.“ Stephan Grühsem (*Foto*), Generalbevollmächtigter der Volkswagen AG, Leiter Konzernkommunikation,

Außenbeziehungen und Investor Relations, forderte die Kommunikatoren dazu auf, verstärkt Verantwortung zu übernehmen und wie Brandmanager zu agieren. Die Art der Kommunikation solle die Idee des Storytelling aufnehmen und mehr Geschichten über Autos und Menschen verbreiten. Lesen Sie den ausführlichen Bericht direkt bei [„Horizont.net“](#).

MLP führt Kommunikation und Corporate University in einem Bereich zusammen



Der Finanzdienstleister MLP aus dem baden-württembergischen Wiesloch betraut die Unternehmenskommunikation zusätzlich mit der Verantwortung für die Aus- und Weiterbildung. MLP führt die Kommunikation und die Corporate University zusammen. Leiter des neu geschaffenen Bereichs Corporate University / Corporate Communications ist Jan Berg (Foto, 37), bislang Leiter Kommunikation & Politik. Er berichtet auch künftig an den Vorstandsvorsitzenden Uwe Schroeder-Wildberg. Der bisherige Leiter der Corporate University, Andreas Schmitt, ist künftig auf eigenen Wunsch hin wieder als Trainer und Führungskräftecoach bei MLP tätig. Die MLP Corporate University (CU) wurde im Jahr 1999 gegründet und verantwortet die Aus- und Weiterbildung der knapp 2.000 MLP Kundenberater.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Organisationen

Keine Änderung: Wikipedia-Community bestätigt Relevanzkriterien für Unternehmen

Ein neues Meinungsbild in Wikipedia hat bestehende Regeln für Unternehmen bekräftigt. Nach Informationen der Hannoveraner Agentur Aufgesang stimmten insgesamt 70 Prozent der Autoren dafür,

die bisherigen Regeln nicht zu verändern. Der Hintergrund: Nicht jedes Unternehmen kann einen Wikipedia-Artikel erhalten, die Relevanzkriterien sind umstritten. Insbesondere die „innovative Vorreiterrolle“ sorgt regelmäßig für Diskussionen. Trotzdem wurden die geltenden Richtlinien nun mit deutlicher Mehrheit bestätigt: Ein Betrieb muss mindestens 1.000 Mitarbeiter oder 100 Millionen Euro Jahresumsatz aufweisen, um im Online-Lexikon dabei zu sein. Auch börsennotierte Aktiengesellschaften, die in einem regulierten Markt gehandelt werden, sind per Definition relevant. Als weitere Kriterien kennt Wikipedia noch die „innovative Vorreiterrolle“ oder „marktbeherrschende Stellung“.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Medien

Namensänderung mit 1,15 Millionen Aufklebern: Rückblick auf ein halbes Jahr „Rheinwerk Verlag“



Es ist eine große Nummer, sich innerhalb von 15 Jahren vom 6-Mann-Büro zum führenden Fachverlag für IT, Design und Fotografie „hochzuarbeiten“. Eine noch viel größere Nummer wird es aber dann, wenn man sich plötzlich gezwungen sieht, in kürzester Zeit den eigenen Namen aufzugeben. Dem Verlag Galileo Press ist dies passiert. Ein kommunikativer Kraftakt war die Folge. PR-Journal Redakteurin Annett Helbig ist der Sache auf den Grund gegangen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Mediaanalysen von IVW und agma: Woche der Wahrheit für die Medien

Für die deutschen Medien ist die 30. Kalenderwoche so etwas wie die Woche der Wahrheit. Binnen zwei Tagen veröffentlichten die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von

Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin, und die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) ihre Zahlen zu den Auflagen und Reichweiten. Die agma gab in der ma 2015 Pressemedien II die Reichweiten von 156 Zeitschriften, zwei Zeitungssupplements sowie die des Lesezirkels bekannt und in der ma 2015 Radio II die Reichweiten von 101 einzelnen Hörfunksendern und ebenso vielen Vermarktungskombinationen. Das Fazit: Fast alle Printmedien verlieren, nur im Bereich Radio gelang es knapp 50 Prozent der werberelevanten Sender Hörer hinzugewinnen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

PR-Fachmedien: Nur noch "prmagazin" meldet bei IVW

Nach einem passablen Start ins Jahr 2015 verzeichnet das PR-Fachmedium "prmagazin", Remagen-Rolandseck im 2. Quartal 2015 eine rückläufige Entwicklung. Laut Angaben der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin, ist die Zahl der Abonnenten für die zwölf jährlichen Ausgaben um mehr als zehn Prozent gesunken, die verkaufte Auflage insgesamt um rund sieben Prozent. Die aktuelle Entwicklung des in Hamburg erscheinenden "PR Reports" lässt sich hingegen aktuell nicht mehr nachvollziehen. Seit der im Oberauer-Verlag erscheinende "PR Report" seit Jahresbeginn nicht mehr an die IVW meldet, operiert der Verlag in seinen Mediadaten mit Zahlen aus dem 3. Quartal 2014. Die verkaufte Auflage für das zehnte Mal pro Jahr erscheinende Magazin beträgt demnach 883 Stück.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

CSR + Reputation

1. Deutscher CSR Kommunikationskongress - jetzt Tickets erhältlich

Am 13. November 2015 findet im Zentrum für Umweltkommunikation der Deutschen Bundesstiftung

Umwelt (DBU) der 1. Deutsche CSR-Kommunikationskongress statt. Veranstalter ist die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE). Ab sofort können Tickets für den spannenden Kongress gebucht werden, den das "PR-Journal" als Medienpartner unterstützt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

CSR compact (1) (30./31. KW 2015)

1. **Kanada genießt weltweit die beste Reputation:** Ermittelt hat das **Beratungsunternehmen Reputation Institute**. Rund 50.000 Menschen wurden in den G8-Ländern zum Ansehen der 55 Staaten mit dem höchsten Bruttoinlandsprodukt befragt. Die **Schlüsselfaktoren für Kanadas ersten Platz im Ranking: Schönheit und Sicherheit im Land, der aktive Lebensstil sowie die Freundlichkeit seiner Einwohner**. Die Plätze zwei und drei belegten Norwegen und Schweden. Ausführliche Informationen auf der Website, des in Kitzingen erscheinenden Magazins [„dmm Mobilitätsmanagers“](#).

Autoren-Beiträge

Lachen erlaubt – über Humor in der professionellen Kommunikation



Von Alexander Pschera (Foto)

Wenn Kommunikation so richtig schiefgeht, dann ist sie lustig. Bester Beweis dafür sind die Audiofiles mit Edmund Stoibers most famous words (Spiegel: „Stoibers gestammelte Werke“) oder diverse rhetorische Ausrutscher hörbar überforderter Fußballprofis („Ich sag mal einfach jetzt ja gut sicherlich“). Das legt den Schluss nahe, dass professionelle Kommunikation alles daran legen muss, um eben nicht witzig zu sein, wenn sie professionell wirken oder gar sein will. Sachlich, klar, präzise - dann kann nichts schiefgehen. Damit ist aber nur die halbe Wahrheit ausgesprochen...

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Kommunikation: 100 Prozent – oder Null



Von Christian Krause (Foto)

Wir müssen hierzu kommunikativ etwas machen! Eine Aussage wie diese hat wohl fast jeder Kommunikator schon einmal gehört. Oftmals soll Kommunikation Strategien oder Projekte kurzfristig operativ unterstützen. In vielen Fällen allerdings startet die PR-Arbeit erst, wenn zentrale Entscheidungen bereits gefallen sind – und damit zu spät. Anders gesagt: Kommunikation muss von Anfang an in den strategischen Planungsprozess eingebunden werden und dabei eine zentrale Rolle spielen. Nachgelagerte PR-Aktivitäten sind oftmals vergeblich. Ganz oder gar nicht lautet daher die Devise! Das Dilemma vieler Kommunikatoren belegen auch die Ergebnisse des aktuellen European Communication Monitor. Zwar gaben 84,7 Prozent der Befragten an, dass in ihrer Organisation eine Kommunikationsstrategie vorhanden ist. Eine Verknüpfung mit der Strategie des Unternehmens ist jedoch nicht immer gegeben. So stellt die Verbindung von Kommunikations- und Unternehmensstrategie laut Studie die größte Herausforderung für PR-Experten dar: Rund jeder zweite Befragte (42,9%) gab das an.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kommentar: Kann nit verstan



Von Manfred Piwinger (Foto)

Tja, mit der Sprache ist das so eine Sache. Eigentlich soll sie dem Verstehen und der Verständigung dienen, Beziehungen knüpfen und die Sache verständlich bzw. verstehbar machen. Wenn das nur so leicht wäre. Kommunikationsfähigkeit scheitert häufig schon am mangelnden Sprachvermögen. Autoimmunes und resistentes Unvermögen, sich auszudrücken, ist in

Unternehmen vor allem in den Personalbereichen weit verbreitet. Und keiner und keine Autorität kritisiert und schilt das. Berichterstattung über Personal in Geschäftsberichten findet weitgehend unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt und versteckt sich im Lagebericht. Drum können sich die mit der „wichtigsten Ressource“, dem Personal, befassensten Entscheider in den Führungsetagen hier einmal richtig austoben und zeigen, was sie drauf haben. Eines von vielen, und darunter das schlechteste Beispiel, finden wir bei der Deutschen Telekom in deren Geschäftsbericht des Jahres 2014 auf Seite 128.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 131 - Stephan M. Cremer: „Unternehmen müssen die ‘Licence to operate’ bewahren“

Das PR-Interview" wird realisiert von [K1 Gesellschaft für Kommunikation](#)



Die Art und Weise, wie nachhaltig und verantwortungsbewusst ein Unternehmen handelt, entscheidet heute zunehmend über die Reputation und den Unternehmenserfolg.

Wir sprachen mit Stephan Cremer über die Notwendigkeiten und die Chancen von Corporate Social Responsibility (CSR). Stephan M. Cremer (Foto) ist Geschäftsführer der [topcom Communication GmbH](#), Frankfurt am Main.

PR-Journal: Sollten sich Unternehmen nicht vor allem darauf konzentrieren, erfolgreich zu wirtschaften und Gewinne zu erzielen?

Stephan Cremer: Natürlich ist es das legitime Ziel einer jeden Unternehmung, wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Aber um die „Licence to operate“ auch für die Zukunft zu bewahren, müssen Unternehmen heute die gesellschaftlichen Anforderungen berücksichtigen, die an sie gestellt werden. Nachhaltiges Wirtschaften ist heute zum festen Bestandteil der

Wertschöpfungskette geworden – wer das nicht berücksichtigt, wird vom Markt irgendwann gemieden werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Öffentlichkeitsarbeit ist Geheimhaltungsstrategie



Titel: Geheimnisse – Dunkelkammern der Öffentlichkeit; Autor: Joachim Westerbarkey; Verlag: Lit Verlag 2015, 226 Seiten; 29,90 Euro; ISBN-13: 978-3643128461

In einer Assoziationskette mit dem Anfangsglied „Geheimnis“ wären wohl „Ägypten“, „Hieroglyphen“ und auch „Tempelritter“ Begriffe, die mir sofort in den Sinn kämen. Geheimnisse ziehen die Menschen an. Wir wollen Entdecker sein, Hüter von Geheimnissen und mystisch in einer Aura des Wissens. Nun ja, und ein bisschen Klatsch darf es dann wohl auch sein. Je nach dem

...

Professor Joachim Westerbarkey widmet sich in seinem aktuellen Buch den Dunkelkammern der Öffentlichkeit. Das Buch „Geheimnisse“ versucht Erkenntnisse aus Negationen zu gewinnen, heißt: „Wer was von wem nicht weiß, dass Menschen sich nur mangelhaft verständigen und sich oft missverstehen, nach welchen Regeln dies geschieht und warum und mit welchen Folgen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Vertrauen! Empathie! Vorbildfunktion!

Titel: Gescheiterte Titanen: Welche neuen Manager unsere Welt braucht; Autor: Carsten Knop; Verlag: Frankfurter Allgemeine Buch 2015, 224 Seiten; 19,90 Euro; ISBN-13: 978-3956010842

Die sozialen Netzwerke werden in vielen Belangen der Wirtschaft als Schlüssel zum Erfolg gehandelt. Und während die Mitarbeiter nach einer neuen



Form der Zusammenarbeit innerhalb der Unternehmen verlangen, sehen sich Chefs vor der Frage, wie genau sie erfolgreich, wie genau sie „gute Chefs“ sein können, die ihre Teams mitnehmen.

Carsten Knop geht in seinem aktuellen Buch der Frage nach, welche neuen Manager unsere Welt braucht. In „Gescheiterte Titanen“ sucht er nach Gründen für den schlechten Ruf der Manager und Zusammenhängen zwischen ihrem Scheitern und der zunehmenden Digitalisierung. Dabei lässt der Wirtschaftsredakteur in acht umfangreich recherchierten Kapiteln viele deutsche und internationale Top-Manager zu Wort kommen, betrachtet Führung in der öffentlichen Wahrnehmung, die Veränderung von Aufsichtsräten, Vorständen und Gehältern, schaut in Richtung Silicon Valley und betrachtet den Einfluss der neuen Technologie auf das Management.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gerücht: Bedingt demokratiebereit

Norbert Schulz-Bruhdoel (Foto) zur Anzeige wegen Landesverrats gegen „netzpolitik.org“



Manche Menschen leben im falschen Jahrhundert, mindestens aber in der falschen Weltgegend. Hans-Georg Maaßen, zum Beispiel, der Präsident des Bundesamtes für Verfassungsschutz. Wenn wir das Jahr 1962 hätten, als Rudolf Augstein und sechs weitere „Spiegel“-Redakteure wegen des Artikels „Bedingt abwehrbereit“ verhaftet wurden, würde Maaßen nicht weiter auffallen. Und Wladimir Putin oder Tayyip Erdoğan würden ihn heute sicher gerne beschäftigen – als Experten für Rechtsbeugung.

Hans-Georg Maaßen ist schon früh aufgefallen: 2002 erntete er für ein Gutachten viel Kritik, das er als Referatsleiter im Innenministerium angefertigt

hatte. Demzufolge sei dem seit acht Monaten unter falschem Terrorismus-Verdacht im US-Gefangenenlager Guantanamo inhaftierten Deutsch-Türken Murat Kurnaz die Einreise zu verweigern, weil er sich mehr als sechs Monate ständig im Ausland aufgehalten habe. Maaßens zynische Gedankenführung wurde 2005 gerichtlich als rechtswidrig eingestuft.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Termine

Termine compact (1) (30./31. KW-2015)

1. **Nächste DAPR-Online-Infoveranstaltung am 18. August 2015.** Welches Angebot passt am besten zu meinem bisherigen Werdegang? Wer sind die Teilnehmer und Studenten an der DAPR, welche Dozenten kommen zum Einsatz? Welche Inhalte werden wie vermittelt und was kosten die Angebote? Diese und andere Fragen beantwortet das DAPR-Team bei der nächsten Online-Infoveranstaltung am 18. August. Beginn ist um 18:30 Uhr, auf www.dapr.de kann man sich für das kostenlose Webinar anmelden.

Seminare

Neuer Anbieter für Kommunikationsseminare: kommaKlar



kommaKlar ist der Name eines neuen Anbieters von Kommunikationsseminaren mit Sitz in Du-

isburg. Vier Menschen mit Kommunikationserfahrung wollen in praxisnahen Seminaren und Workshops Klarheit und Struktur in die Kommunikationsprozesse ihrer Kunden bringen. Die Seminarangebote umfassen die Themen Blogger Relations, interne Kommunikation, Pressearbeit, Social Media, Employer Branding, EMail-Marketing, Web-Publishing, Behavioral Branding und Online PR. Das An-

gebot richtet sich an Einsteiger und Fortgeschrittene, Freelancer und Unternehmen gleichermaßen, denn die Seminare sollen – je nach Kenntnisstand und Anforderung der Teilnehmer – individuell aufgebaut werden. Dafür greift das vierköpfige kommaKlar-Team auf Praxiserfahrungen zurück, die es in seiner täglichen Arbeit unter anderem für nationale und internationale Kunden aus Industrie, Wirtschaft und Entertainment sammeln konnte. Hinter kommaKlar stehen Annika Wahl, Sandra Kirschbaum, Mirko Lemme und Daniel Heinen, allesamt ausgestattet mit Medien, Agentur- und Kommunikationserfahrung auf in unterschiedlichen Bereichen. Weitere Informationen direkt bei [kommaKlar auf der Website](#).

Noch freie Plätze für die Herbst-Angebote der DAPR

Gleich drei verschiedene Programme bietet die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR), Düsseldorf allen Weiterbildungs-Interessierten in diesen Herbst an: Mit der PR-Grundausbildung, dem Seminar zum Social-Media-Manager sowie dem berufsbegleitenden Masterstudium stehen kompakte Basiskurse, Spezialisierungs-Workshops sowie ein vertiefendes Studienangebot mit Universitätsabschluss zur Auswahl. Interessenten können sich im Internet unter www.dapr.de sowie beim nächsten DAPR-Webinar am 18. August über die verschiedenen Formate informieren.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

scm Berlin jetzt mit Tourismus-Kommunikationskursen

Die SCM – School for Communication, Berlin hat mit dem Herbstprogramm 2015 ihr Schulungsangebot um das Thema Tourismuskommunikation und -marketing erweitert. Hierzu findet im Herbst erstmalig ein dreimoduliger Intensivkurs in Berlin statt. - Der Kurs besteht aus drei einzeln buchbaren Modulen und richtet sich an alle Kommunikatoren und Mar-

ketingnachwuchskräften aus der Tourismusbranche, die sich in Unternehmen oder Agenturen professionell mit Tourismuskommunikation und -marketing beschäftigen. Die Termine: 1. Modul: PR im Tourismus: 08. bis 10. Oktober 2015; 2. Modul: Marketing im Tourismus: 19. bis 21. November 2015 und 3. Modul: Onlinekommunikation und Social Media im Tourismus: 10. bis 12. Dezember 2015. Weitere Informationen [hier auf der scm-Homepage](#).

Bildung

Bildung compact (1) (30./31. KW-2015)

1. **LSoM vergibt Stipendien für berufsbegleitende Studiengänge:** Wer sich zum kommenden Wintersemester für ein Masterstudium an der Leipzig School of Media (LSoM) bewirbt, kann von einer finanziellen Förderung profitieren. Die **LSoM vergibt in ihren vier berufsbegleitenden Studiengängen je ein Teilstipendium**. Die Höhe der Stipendien beträgt jeweils 25 Prozent der gesamten Studiengebühren. Dadurch ermäßigt sich das Studienentgelt im Masterprogramm Mobile Marketing beispielsweise um 4500 Euro, im Studiengang Corporate Media um 4.125,00 Euro. Für das Stipendium kann sich jeder bewerben, der die Voraussetzungen für das Studium erfüllt. Weitere Informationen auf der [LSoM-Website](#).

Studien

Unternehmen verstärken Kommunikationsanstrengungen, um Fachkräfte zu gewinnen

Immer mehr deutsche Unternehmen merken, dass Fachkräfte in bestimmten Bereichen fehlen, und reagieren: Für 88 Prozent der Firmen ist eine digitale Kommunikationsstrategie ein wichtiges Mittel, um dem demografiebedingten Fachkräftemangel entgegenzuwirken und stärker für sich als Arbeitgeber zu werben. 71 Prozent der Unternehmen arbeiten

intensiver an ihrer Arbeitgeberattraktivität, um sich bei den raren Spezialisten als interessanter Arbeitgeber zu empfehlen. Das ergibt eine aktuelle Studie der Beratungsgesellschaft Kienbaum.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Unicepta-Imageranking: Marijn Dekkers führt den DAX an

Marijn Dekkers ist der Vorstandsvorsitzende mit dem besten Image unter allen DAX-30-Unternehmen – gemessen an der Auswertung von Artikeln in deutschen Leitmedien. Der Bayer-CEO behauptet im aktuellen Ranking von Unicepta die Spitzenposition vor Kasper Rorsted, Henkel, und Dieter Zetsche, Daimler. Das Ranking basiert auf mehr als 17.000 Beiträgen in deutschen Leitmedien im ersten Halbjahr 2015. Unicepta erhebt diese Daten kontinuierlich für den „DAX-Benchmark“. Mit diesem erfasst das Medienanalyseunternehmen für viele Kunden fortlaufend die Tonalität der Berichterstattung zu allen DAX-Konzernen und ihren CEOs. Im Beobachtungszeitraum Dezember 2014 bis einschließlich März 2015 war Bayer-CEO Dekkers bereits der Manager mit dem besten medialen Image. Auf Rang 2 landete damals ebenfalls Henkels Vorstandsvorsitzender Kasper Rorsted, vor Norbert Reithofer (damals noch CEO von BMW) auf Rang 3. Damals lag die Auswertung von rund 11.000 Beiträgen zugrunde. Im aktuellen Ranking hat sich Dieter Zetsche somit von Platz 4 auf Platz 3 verbessert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PRtransfer: Ehrliche CSR-Kommunikation punktet bei Stakeholdern




Wer auch eigennützige Motive hinter CSR-Aktivitäten zugibt, kann bei Stakeholdern Skepsis reduzieren und sogar Kaufabsichten ankurbeln. Dies gilt insbesondere für reputationsschwache Unternehmen. Das ist das Ergebnis einer Untersuchung von Yeonsoo Kim von

der James Madison University (USA). Sie wollte herausfinden, mit welcher Kommunikationsstrategie Unternehmen mit hoher bzw. niedriger Reputation die Skepsis gegenüber CSR-Kampagnen verringern können. Die Teilnehmer der Studie erhielten dazu unterschiedliche Presseartikel, in denen verschiedene Motive für die CSR-Aktivitäten von Unternehmen genannt wurden. Ergebnis: Sie zeigten eindeutig weniger Skepsis, wenn Unternehmen sowohl soziale als auch eigennützige Motive kommunizierten. Und es wird noch konkreter: Bei glaubwürdiger Kommunikation steigt auch die Absicht, bei diesem Unternehmen zu arbeiten, einzukaufen, zu investieren oder es ganz allgemein zu unterstützen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Controlling-Orientierung steigert Stellenwert von Marketingabteilungen in der Industrie

 Marketing- und Kommunikationsabteilungen in deutschen Industriebetrieben haben einen geringen Einfluss auf strategische Unternehmensentscheidungen. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „B-to-B-Marketing-Budgets 2014“ des Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik), Augsburg. Lediglich 28 Prozent der 104 befragten Marketing- und Kommunikationsverantwortlichen gaben an, dass ihre Abteilung einen starken Einfluss auf die strategische Ausrichtung des Unternehmens habe. Im B-to-B-Bereich wird den Marketing- und Kommunikationsaktivitäten häufig eine untergeordnete Bedeutung für den Geschäftserfolg beigemessen. Nicht selten beklagen Marketer außerdem die fehlende Wertschätzung ihrer Arbeit innerhalb des Unternehmens. Und das, obwohl die Tätigkeitsfelder der Verantwortlichen im Zuge von Digitalisierung und Globalisierung stark angewachsen sind. Die Befragung wurde von TNS-Infratest durchgeführt und fand vom 18. November bis zum 20. Dezember des vergangenen Jahres statt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Lesehinweise

„Seitenblicke – Wurzeln der Kommunikation“

Unter der Überschrift „Seitenblicke – Wurzeln der Kommunikation“ haben sich die beiden Autoren Vazrik Bazil und Manfred Piwinger im Handbuch Kommunikationsmanagement, Luchterhand 2001 ff., mit der Geschichte der Kommunikation beschäftigt. Ausführlich legen sie dar, dass sich die Gelehrten schon in früheren Zeiten mit dem Thema intensiv auseinandergesetzt haben, die Themen der Kommunikation über die Jahrhunderte unverändert geblieben sind und die Erkenntnisse unverändert Gültigkeit besitzen. Im Fazit zum Aufsatz heißt es: „Gerade in unserer Zeit, in der Technik uns in ihren Bann schlägt, ist es sinnvoll, die menschliche Kommunikation auf ihre ursprüngliche Form zurückgeführt zu betrachten, und vielleicht gelingt es, die Werke und Seitenblicke vergangener Autoren studierend, Neues und Überraschendes für uns heute aus den tiefen Brunnen der Vergangenheit herauszuholen.“ Vielleicht finden Sie Zeit und Muße, dies in den Urlaubstagen zu tun.

Der Aufsatz „Seitenblicke – Wurzeln der Kommunikation“ ist im Juli 2015 im Loseblattwerk „Kommunikationsmanagement – Strategien, Wissen, Lösungen (Loseblattwerk mit jährlich ca. 12 Ergänzungslieferungen) erschienen. Herausgeber: Professor Günter Bentele, Manfred Piwinger und Gregor Schönborn; Preis für Grundwerk und Online-Archiv: 148,00 Euro; ISBN 978-3-472-04906-7, Luchterhand (eine Marke von Wolters Kluwer Deutschland).

Lesehinweise compact (2) (30./31. KW-2015)

1. **Wie findet man die richtige PR-Agentur?** Antworten auf diese Frage gibt **Maren Fliegner**, Geschäftsführerin und Gründerin der Berliner Agentur M3 PR, in der „W&V“. In einem

Gastbeitrag gibt sie fünf Tipps, was bei der Suche nach dem richtigen PR-Partner zu beachten ist. Ihr Fazit: „Nicht nur Augen und Ohren offen halten, sondern auch auf seinen Bauch hören.“ Wer den Beitrag „Fünf Tipps zum Finden der richtigen PR-Agentur“ in Gänze bei „W&V“ lesen möchte, bitte [hier klicken](#).

2. **Whitepaper Content Marketing im Mittelstand:** Die Initiative Mittelstand hat im Verbund mit der Huber Verlag für Neue Medien GmbH, Karlsruhe, ein Whitepaper zum Thema „Content Marketing im Mittelstand“ veröffentlicht. Das Papier richtet sich an alle Marketing- und PR-Fachleute in kleineren und mittelständischen Unternehmen, die mehr über die Möglichkeiten und die konkrete Umsetzung von Content Marketing erfahren möchten. Auf 20 Seiten liefert das Whitepaper theoretisches Fachwissen – übersichtlich und verständlich aufbereitet, sowie wertvolle Tipps aus der Praxis. Das Whitepaper steht auf der [Webiste „Trafficgenerator“](#) des Huber-Verlags kostenfrei zum Download zur Verfügung.

Preise und Awards

Track und Kolle Rebbe holen Gold für ihre Websites

Zum siebten Mal haben cherrypicker, die Hamburger Beratung für Agentur-Management, und die „w&v“ mit Marketing-Entscheidern die Agentur-Websites des Jahres gewählt. 30 Web-Präsenzen von Agenturen der deutschen Kreativbranche standen zur Auswahl. Gewinner der Network-Agenturen ist [Track](#), das Ranking der inhabergeführten Agenturen führt [Kolle Rebbe](#) an. cherrypicker will mit dem Wettbewerb die hohe Relevanz einer überzeugenden Agenturwebsite in den Vordergrund zu stellen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage



Tipps

Tipps zu Pressemitteilungen gehen immer: Hier zehn wichtige für Erstellung und Verbreitung

Die DPA-Tochter news aktuell hat sich für eine hauseigene Veranstaltungsreihe mit den wichtigsten Fragen rund um das Erstellen und Verbreiten von Pressemitteilungen beschäftigt. Anhand aktueller Fallbeispiele und praktischer Tipps zeigt der Beitrag auf, wie PR-Inhalte eine möglichst hohe Aufmerksamkeit bei Journalisten und Öffentlichkeit erzielen. „Ob Trainee oder PR-Professional – jeder von uns kann ab und an eine Auffrischung seiner PR-Basics gebrauchen“, meint Julia-Marie Ruß, Produktmanagerin des news aktuell-Angebots ots (Originaltextservice), die den Beitrag verfasst hat. Lesen Sie hier ihre zehn Tipps für ein gutes Gelingen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 31.205 Besucher im Juli 2015; 46 neue Jobangebote; 23,9 % nutzen Mobilversionen

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das "PR-Journal" im Juli 2015 insgesamt 31.205 Besucher lt. Zählung der **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 1.007 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,2 Seiten an - daraus errechnen sich 69.300 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im Juli festgestellt; 71,1 Prozent waren neue Besucher. 54,2 Prozent der Besucher sind männlich, 45,8 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. 23,9 Prozent der Besucher rufen die PRJ-

Seiten über mobile Geräte (Smartphones und Tablets) auf - im Januar 2014 lag dieser Wert noch bei 14 Prozent.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 5 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (61)

Volontariat/Trainee

Die 17 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *Erfahrener PR-Berater (m/w), München*
- *PR-Manager (m/w), Berlin*
- *Junior-PR-Berater/-in mit echter Content-Kompetenz, Montabaur*
- *PR-Berater (w/m), Hamburg*
- *Projektmanager/in, Berlin*
- *PR-Manager(in), Berlin*
- *Sinnstiftender Wirkungsraum als PR-Berater/in in München (ab September 2015)*
- *PR-Consultant Consumer für kleine, aber feine Lifestyle-Agentur in Hamburg*
- *GeSK in Berlin sucht (Junior-) PR-Berater/-in*
- *Junior PR-Berater (m/w), Wiesbaden*
- *Wir suchen Trainees / Junior Consultants (w/m), München*
- *Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Food & Lifestyle, Hamburg*
- *Account Executive/Junior PR-Berater (m/w), München*
- *Consultants (m/w) für Berlin*
- *(Senior) Account Manager PR (m/w) Corporate- & Krisenkommunikation, Hamburg*

- *Junior Account Manager PR (m/w), Hamburg*
- *International tätige Agentur im Rhein-Neckar-Raum sucht PR-Berater/in (auch Junior)*
- *Consultant (m/w) Consumer und Lifestyle PR, Düsseldorf*
- *redroses communications Hamburg sucht erfahrenen PR-Berater (m/w)*
- *Projektleiter/-in PR und Social Media in Lifestyle-Agentur, Berlin*
- *Havas PR Hamburg sucht (Junior) PR-Berater/in*
- *Junior PR Manager Tourismus in Lifestyle-Agentur, Berlin*
- *PR-Berater/in für den Bereich Marken-PR, Ludwigshafen a.R.*
- *Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Food & Lifestyle, Hamburg*
- *PR Berater (m/w) Schwerpunkt Health & Brands*
- *Junior PR-Berater/in, Köln*
- *Mann beißt Hund – Agentur für Kommunikation GmbH sucht PR-Berater/in, Hamburg*
- *PR-Berater und Juniorberater "Unternehmenskommunikation/Presse" (w/m), München*
- *Junior PR-Berater (m/w) Consumer- und Lifestyle PR, Stuttgart*
- *markenzeichen Frankfurt sucht Senior Berater(in) für starke Marken*
- *PR-Junior-Berater (m/w) für E-Commerce-, Mobile- und 3D-Themen, München*
- *Hamburger PR-Agentur sucht PR-Berater und PR-Senior-Berater (m/w)*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*

Unternehmen

- *PR-Referent/in in Berlin*
- *Referent/in Pressearbeit, Düsseldorf*
- *Internal Communication Manager (m/f) Global Injectables Platform, Frankfurt a.M.*
- *PR Manager B2B/IT (m/w), Schwalbach/Taunus*
- *Junior Manager Communications (m/w), München*
- *Internal Communications Manager (m/f), Neu-Isenburg*
- *Junior PR Manager (m/w), Berlin*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 3. August 2015 um 17:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **11.044 Empfänger**
versandt.

Impressum

Gründer + Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg (seit 2004/1996), (pfeffer@pr-journal.de), Chefredakteur von 11/2004 bis 04/2014
Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg (USt-IdNr.: DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)



Redaktion: Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (dillmann@pr-journal.de),

Postadresse: Linzer Strasse 72 b, 53604 Bad Honnef, Telefon: 02224 901616,

Telefax: 02224 901615, Mobil: 0171 3326139;

Redaktionsschluss für Newsletter: montags um 16 Uhr an redaktion@pr-journal.de.

Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Riccardo Wagner, Köln - Ressort: "CSR + Reputation"; Helge Weinberg, Hamburg.

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview":

Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Karte, Rahel Camps und Gunter Ortlieb.

Rubrik "PR-Jobbörse":

Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere@pr-journal.de).

Korrespondenten:

Berlin/Potsdam: N.N.

Düsseldorf/Rhein-Ruhr: Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, Agentur Fürstenberg

Frankfurt a.M./Rhein-Main: Marcus Eichhorn, Frankfurt am Main, BetterRelations

Hamburg/Norddeutschland: Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation

Köln/Bonn/Aachen: Riccardo Wagner, Köln, BetterRelations

München/Oberbayern: Frederic Sturm, München, Indoc-Film

Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner

Neuseeland: Linda Sasse, Wellington

USA: Dr. Markus Lemmens, New York.

Rezensionen:

Annett Helbig, Hamburg (helbig@mastermedia.de);

Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach; Manfred Piwinger, Wuppertal.

Autoren:

Dr. Wolfgang Griepentrog, Leichlingen; Christian Krause, München; Manfred Piwinger, Wuppertal; Mathias Scheben, Andernach; Mike Schnoor, Köln.

Die Gesichter zu den Namen der "Mitmacher" in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir auf unserer neuen Serviceseite dokumentiert: www.pr-journal.de/fotos.html.

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (Anschrift + Telefon siehe nachfolgend), E-Mail: anzeigen@pr-journal.de.

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721, Siegburg,

Telefon: 02241 2013060, Telefax: 02241 2013061,

Mobilfon: 0160 94635777

E-Mail: redaktion@pr-journal.de

URL: www.pr-journal.de; www.prjournal.de; www.pr-journal.ch; www.pr-journal.at; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info; www.pr-journal.net; www.agenturcafe.de; www.neues-prportal.de; www.jobs.pr-journal.de.



Auflage kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin. Für 2014 wurden von InfOnline, Bonn für

die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: 343.712 Visits und 828.038 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 942 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,4 Seiten aufgerufen.