

PR-Journal Newsletter

Nr. 488 / 41. KW 2015

Seite 1

GPR-Vertrauensindex: VW-Skandal reißt Imagewerte aller deutschen Autobauer in die Tiefe



Die VW-Krise zieht weiter ihre Kreise und hat dramatische Folgen für die gesamte Automobilbranche. Wie aus der neuesten repräsentativen Erhebung der Gesellschaft PR-Agenturen (GPR) hervorgeht, betrifft die Vertrauenskrise nicht nur die

VW-Marken, sondern hat die gesamte nationale Automobilindustrie erfasst. So ist die Autobranche im Vergleich zur Erhebung im Dezember 2014 im Ranking der 15 wichtigsten Industriebranchen von Platz 1 auf Platz 13 abgestürzt (siehe Grafik). Seit Beginn der GPR-Indexerhebung 2009 ist noch nie ein so großer Vertrauensverlust von 12,6 Indexpunkten vorgekommen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

#ThePitch4 mit Bling Bling, Charme und ganz viel Herz



Zum bereits vierten Mal luden die PR-Studenten Hannover, der PRSH e.V., Agenturvertreter zu sich nach Hannover ein. Zum allerersten Mal wurde am Ende über den „Best Pitcher 2015“ abgestimmt. Mit

von der Partie waren wieder einmal interessante Namen aus der Agenturlandschaft: Ion Linardatos (l.) von Straub & Linardatos, Christof Biggeleben (r.) von Ketchum Pleon, Alexander Fink (2. v. l.) von Burson-Marsteller und Frank Behrendt (2. v. r.) von fischerAppelt. Unter der Moderation von Peter Szyszka (M.), Professor an der Hochschule Hannover, diskutierten die Agenturvertreter zudem über Anforderungen an den PR-Nachwuchs von morgen. Im Viertelstundentakt warfen sich die vier Herren für uns so richtig ins Zeug: Am Ende gab es einen klaren Gewinner, an Bling-Bling wurde auch nicht gespart, so viel vorweg genommen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Doppel-Spitze für Corporate-Bereich: CB.e Clausecker | Bingel holt Jens Krämer



Jens Krämer (55, Foto © CB.e) Experte für Krisenkommunikation und Public Affairs leitet ab sofort gemeinsam mit Monika Maria Lehmann die Abteilung

Corporate bei CB.e Clausecker | Bingel AG in Berlin. Krämer bringt langjährige Beratungs- und Führungserfahrung mit und schärft das Profil der Kommunikationsagentur mit seinen Schwerpunktthemen Krisenkommunikation, Public und Corporate Affairs sowie Issues Management. In den letzten 15 Jahren in Berlin betreute er insbesondere Mandate an der Schaltstelle zwischen Unternehmenskommunikation und Public Affairs in stark regulierten Industrien. Dabei hatte er Leitungspositionen auf Geschäftsführungsebene inne – unter anderem bei ergo Unternehmenskommunikation, Hill + Knowlton Strategies und Ketchum Pleon.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Inhaltsverzeichnis

Der 488. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 40 Einzelmeldungen.

1. *GPRA-Vertrauensindex: VW-Skandal reißt Imagewerte aller deutschen Autobauer in die Tiefe*
2. *#ThePitch4 mit Bling Bling, Charme und ganz viel Herz*
3. *Doppel-Spitze für Corporate-Bereich: CB.e Clausecker | Bingel holt Jens Krämer*
4. *Personalien compact - Agenturen (5) (41. KW-2015)*
5. *Personalien compact - Sonstige (8) (41. KW-2015)*
6. *Personalien compact - Unternehmen (6) (41. KW-2015)*
7. *Etats compact (9) (41. KW-2015)*
8. *GPRA-Präsident Kohrs: "Vertrauensindex ist ein Erfolg für den Verband"*
9. *dna gründet Unit für Markteinführungen*
10. *Agenturen compact (2) (41. KW-2015)*
11. *DAX-Unternehmen: Ohne Social Media läuft nichts mehr*
12. *Branche compact (1) (41. KW-2015)*
13. *CSR: Interne Kommunikation entscheidet über den Erfolg*
14. *CSR compact (1) (41. KW 2015)*
15. *Studie "Connected Life": Instant Messaging Nutzung steigt weltweit um zwölf Prozent*
16. *VW Dieseldgate: Greenwashing ist Betrug am Verbraucher*
17. *Nominierung Friedensnobelpreis: Kommunikationsfalle für Angela Merkel*
18. *Rezension: Wird nicht funktionieren. Könnte. Beste Idee ever!*
19. *Gericht: Ein edler Vogel krönt die Tafel - Fasan mit Sauerkraut*
20. *Veranstaltungstipps: Leipziger PR-Studenten suchen Kontakt zur Praxis*
21. *Marketing und Unternehmenskommunikation: DPRG NRW lädt ein zur Podiumsdiskussion*
22. *Seminare compact (3) (41. KW-2015)*
23. *VW Skandal kostet die „Marke Deutschland“ 191 Milliarden US-Dollar*
24. *Studie: Digitaler Auftritt von Immobilienunternehmen geht am Bedarf vorbei*
25. *Studie: In innovativen Geschäftsmodellen sehen Unternehmen das größte Krisenrisiko*
26. *Lesehinweise compact (1) (41. KW-2015)*
27. *Preise für gute Stiftungsarbeit: „Kompass“ kürt Können*
28. *Preise und Awards compact (3) (41. KW-2015)*
29. *Kostenloses Beratungsangebot: PR Career Center checkt online Lebensläufe*
30. *PRSH: 10 Tipps für ein erfolgreiches Studienleben*



31. *Tipps compact (1) (41. KW-2015)*
32. *PR-Journal: 10.000 Follower bei Twitter und ein Rekordquartal für die Jobbörse*
33. *Jobbörse*
34. *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

Personalien compact - Agenturen (5) (41. KW-2015)

1. **Kulus erweitert Führungsteam Roth & Lorenz:**
Katharina Kulus (35) erweitert seit Juli das Führungsteam der Stuttgarter Agentur Roth & Lorenz. Kulus übernimmt die vakante Stelle als neue Group Head Public Relations in der PR-Unit. Die studierte Germanistin und Journalistin war zuletzt in einer leitenden Funktion bei der Panama PR GmbH tätig und betreute dort unter anderem Kunden wie Speidel Lingerie, p2 cosmetics oder den Deutschen Ärzte-Verlag. Gleichzeitig war sie als New-Business-Verantwortliche für die Neukundenakquise sowie die strategische Weiterentwicklung der Agentur zuständig.
2. **komm.passion wächst weiter: Alena Ney** (27) verstärkt als Junior Beraterin den Bereich Health Care der Kommunikations- und Unternehmensberatung komm.passion, Düsseldorf, und wird dort ihre Expertise im Digitalbereich

einbringen. Zuletzt arbeitete sie als Junior Account Manager PR & Social Media in einer Kölner Agentur. **Laura Sophie Fiehm** (26) unterstützt das Health Care Team frisch als Trainee. Zuvor schloss sie ihren Master in Kommunikationswissenschaft an der Universität Bamberg ab. Während des Studiums sammelte sie PR-Erfahrung bei Siemens Healthcare. Die dritte neue Mitarbeiterin ist die Mediengestalterin **Stella Gonzalez** (24). Ihre Ausbildung und den Berufseinstieg durchlief sie bei einem Spezialisten für „Druckerei+Verlag“.

3. **Kölner Kommunikations-Agentur „möller pr“ bekommt Zuwachs:** Seit Anfang Oktober unterstützt **Elena Vohl** (27) als Juniorberaterin den auf IT-, Industrie- und Beratungsunternehmen spezialisierten PR-Dienstleister. Die studierte Medienwissenschaftlerin war neben ihrem Masterstudium zwei Jahre als wissenschaftliche Hilfskraft in der Abteilung für Presse- und Öffentlichkeit der Universität Magdeburg tätig. Zuvor sammelte sie vielfältige Erfahrungen in lokalen Tageszeitungs- und landesweiten Fernsehredaktionen. Vohl wird in Köln unter anderem im Geschäftsbereich Krisen-PR der Agentur tätig sein und darüber hinaus Industriekunden betreuen.
4. **Havana Orange holt sich PR-Verstärkung:** **Guillermo Luz-y-Graf** (46) unterstützt als Director ab sofort das Marketing- und Kommunikations-Netzwerk Havana Orange, München. Im Rahmen seiner neuen Position betreut er B-to-B-, Technologie- und IT-Kunden in Sachen PR, Social Media und Content-Marketing. Zu seinem Aufgabengebiet gehört der gesamte Bereich der Pressearbeit und Content Creation – von der Planung über die Redaktion bis hin zur täglichen Umsetzung. Seit 15 Jahren ist Luz-y-Graf in der PR tätig. Der Fokus seiner Arbeit lag dabei in den Bereichen IT-Hardware, Security, Storage, Networking, und Business Software.
5. **Palmer Hargreaves holt Engeser von der „WiWo“:** **Manfred Engeser** (47), zuletzt Ressortleiter Management & Erfolg und Autor der „WirtschaftsWoche“, wird bei der Agentur für Marketing und Kommunikation Palmer Hargreaves, Köln, neuer Chefredakteur. Auf dem neu geschaffenen Posten verantwortet er den Auf- und Ausbau einer internen Redaktion. Zudem soll er als Mitglied des Palmer-Hargreaves-Management-Teams die Content-Marketing-Strategie der Agentur maßgeblich mitgestalten.



Personalien compact - Sonstige (8) (41. KW-2015)

1. **Dietrich wird neuer Pressesprecher des ZIA:** **Andy Dietrich** (28) wird als Nachfolger von **Denis McGee** (38) ab dem 1. November neuer Pressesprecher des Interessenverbandes Zentraler Immobilien Ausschuss (ZIA), Berlin. Vorgänger McGee (38) wird die Lobbyorganisation für die Immobilienwirtschaft zum gleichen Zeitpunkt verlassen, um als neuer Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Deutschen Rentenversicherung in Berlin-Brandenburg zu wechseln. Der neue Pressesprecher Dietrich berichtet direkt an ZIA-Geschäftsführer **Klaus-Peter Hesse**.
2. **BUND holt neue PR-Chefin aus der Politik:** **Yvonne Weber** (38) ist als Nachfolgerin von **Norbert Franck** seit dem 1. Oktober neue Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Bund Naturschutz Deutschland (BUND) in Berlin. Vorgänger Franck ist in den Ruhestand gegangen. Vor ihrem Wechsel zum BUND war Weber stellvertretende Leiterin Öffentlichkeitsarbeit bei der Fraktion Bündnis 90 / Die Grünen im Bayerischen Landtag. Beim BUND berichtet sie direkt an Bundesgeschäftsführer für die Ressorts Politik und Kommunikation **Olaf Bandt**.
3. **Hochschule Hannover legt PR in neue Hände:** **Sabine Chmielewski** (54) leitet seit dem 1. September Öffentlichkeitsarbeit und Marketing der Hochschule Hannover, gleichzeitig fungiert sie als Pressesprecherin. Vorgängerin **Ester Bekiermann**, hat innerhalb der

Hochschule eine andere Aufgabe übernommen. Chmielewski arbeitete zuletzt als selbstständige Kommunikationstrainerin und Coach. An der Hochschule Hannover berichtet sie an den Präsidenten **Josef von Helden**.

4. **IHK Wiesbaden befördert Dietz zur Kommunikationschefin: Melanie Dietz** (39) leitet seit dem 1. Oktober die Kommunikation der Industrie- und Handelskammer Wiesbaden und ist gleichzeitig Pressesprecherin. Vorgänger **Gordon Bonnet** wurde bei der IHK Wiesbaden zum Geschäftsführer für den Bereich Standort und Kommunikation berufen und ist ihr direkter Vorgesetzter. Dietz ist bereits seit zehn Jahren Pressereferentin und leitete seit 2011 zusätzlich die Redaktion des Unternehmermagazins der IHK.
5. **Neue Pressereferentin beim BDEW in Berlin: Manuela Wolter** (33) arbeitet seit dem 15. September als Nachfolgerin von **Henning Jess** als Pressereferentin im Geschäftsbereich Kommunikation des Bundesverbands der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW). Vorgänger Jess übernahm die Position des Chefredakteurs des BDEW-Magazins „Streitfragen!“. Wolter war zuvor bei der Stiftung Genshagen, wo sie für die europapolitische Öffentlichkeitsarbeit zuständig war. Beim BDEW berichtet sie an den Pressesprecher **Jan Ulland**.
6. **Kölle steigt bei Gesamtmetall auf: Daniel Kölle** (35) ist zum 1. Oktober zum Pressesprecher des Arbeitgeberverbands Gesamtmetall in Berlin befördert worden. Er war dort bereits als stellvertretender Sprecher und zuvor in derselben Funktion bei der FDP-Bundestagsfraktion tätig. Kölle berichtet auch weiterhin an den Leiter Kommunikation und Presse, **Martin Leutz**, sowie an Gesamtmetall-Hauptgeschäftsführer **Oliver Zander**.
7. **Müller übernimmt PR bei der HIS: Rainer Müller** (48) leitet seit dem 1. Oktober offiziell die PR- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Gremien- und Vorstandsangelegenheiten der HIS Hochschul-Informationssystem eG in Hannover. Zuvor war er bereits mehr als ein Jahr lang kommissarisch in dieser Funktion tätig. Seine Hauptaufgabe ist es nun, den Bereich weiter ausbauen und entwickeln. Vor seinem Wechsel zur HIS war er als Director Corporate Communications International für die Elster Group tätig. Müller berichtet an den Direktor Unternehmenskommunikation **Sven**



Gutow sowie an die Vorstände **Thomas Walter** und **Rudolf Becker**.

8. **Neuer Vertriebsleiter bei zimpel: Birger Johannsen** (36) leitet ab sofort den Vertrieb von zimpel, der PR-Software von news aktuell, Hamburg. Als Teamleiter Sales verantwortet der Wirtschafts- und Arbeitsjurist den deutschlandweiten Vertrieb der Traditionsmarke. Der zweifache Familienvater war viele Jahre als Account Manager für verschiedene Geschäftsbereiche der dpa-Tochter tätig und bringt ein hohes Maß an Erfahrung in den Bereichen Verkauf und Kundenberatung in seine neue Aufgabe ein. Johannsen folgt auf **Clemens Hammacher**, der news aktuell auf eigenen Wunsch verlassen hat.

Personalien compact - Unternehmen (6) (41. KW-2015)

1. **Springer richtet PR-Stelle für Architektur und Kultur ein: Annette Kusche** leitet seit dem 1. Oktober die Kommunikation für die Bereiche Unternehmensarchitektur, Kulturprojekte und Events bei Axel Springer in Berlin. Die Position wurde neu eingerichtet und umfasst auch die Kommunikation für den geplanten Neubau des Axel Springer Campus. Zuletzt war Kusche fünfeinhalb Jahre Kommunikationsleiterin des Aufbau Hauses in Berlin. Sie berichtet an die Leiterin der Unternehmenskommunikation **Edda Fels**.
2. **Urich wechselt innerhalb der Versicherungsbranche: Regina Urich** (47) verantwortet seit dem 1. Oktober die Unternehmenskommunikation beim Versicherungskonzern BNP Paribas Cardif mit Sitz in Stuttgart. In der neuen Position ist sie als Nachfolgerin von **Jochen Weiß** verantwortlich für die interne und externe Kommunikation. Urich kam von den Ergo Direkt Versicherungen, wo sie zuletzt als

- Pressesprecherin arbeitete. Bei BNP Paribas ist direkt CEO **David Furtwängler** zugeordnet.
3. **Holidaycheck holt Hammer als PR-Chefin: Nina Hammer** (36) hat zum 1. September beim Hotelbewertungs- und Buchungsportal Holidaycheck in München die Funktion Head of PR für Europa übernommen. In Personalunion fungiert sie als neue Pressesprecherin. In Rahmen ihrer Aufgabe ist sie zuständig für den Ausbau der Markenbekanntheit in den europäischen Kernmärkten. Vorgänger **Ulrich Cramer** hatte das Unternehmen bereits im April verlassen. Hammer arbeitete zuletzt bei Britax Römer, wo sie Senior Communications Manager EMEA war. Bei Holidaycheck berichtet sie an **Verena Keimer**, Head of Marketing & CRM.
 4. **Biotech-Unternehmen Formycon mit neuem PR-Chef: Thorsten Schüller** (50) hat am 1. Oktober bei dem Biotechnologieunternehmen Formycon, Planegg bei München, die Leitung des Bereichs Kommunikation und Investor Relations übernommen. In dieser Funktion verantwortet er sowohl die Wirtschafts- und Produktkommunikation als auch die Finanzmarktkommunikation. Schüller berichtet an Finanzvorstand **Nicolas Combé**. Bis Oktober 2014 war Schüller mehr als fünf Jahre als Head of Media Relations Europe beim japanischen Pharmakonzern Daiichi Sankyo Europe tätig. Seitdem ist er Kommunikationsberater im Healthcare-Bereich.
 5. **Daedalic Entertainment engagiert weitere PR-Managerin: Sandra Friedrichs** (25), derzeit noch in der Endphase ihres Master-Studiums Kommunikationsmanagement, stößt nach ihrem Examen als PR-Managerin zum Kommunikationsteam von Daedalic Entertainment, einem Anbieter von interaktiven Spielen für alle Plattformen. Das Hamburger Unternehmen setzt damit den Ausbau seiner Kommunikation weiter fort. Friedrichs übernimmt zusammen mit **Kristin Splieth** (28) die Verantwortung für die internationale Pressearbeit.
 6. **Gräff wird XBOX and Gaming Communications Manager bei Microsoft: Maxi Gräff** (31) hat zum 1. Oktober 2015 die Position des XBOX and Gaming Communications Managers bei der Microsoft Deutschland GmbH übernommen. In dieser Funktion berichtet sie an **Ines Gensinger**, Leiterin Business and Consumer Communications. Zuvor war Gräff bei der IDG Entertainment GmbH beschäftigt. Dort leitete sie "Die Sims – Das offizielle Magazin" und schrieb für die Videospiele-Magazine



GamePro und GameStar. In den letzten drei Jahren arbeitete Gräff zudem für den YouTube-Channel "High5" als Host und Producer.

Etats

Etats compact (9) (41. KW-2015)

1. **Zwei Magazine zum „Tag der Deutschen Einheit“**
Deutscher Bundesrat, Berlin
was: 4. Ausgabe „Einblick“ und 3. Ausgabe „Drucksache“
an: **AD HOC Gesellschaft für Public Relations mbH**, Gütersloh
2. **M&C Saatchi Berlin unterstützt „Make Fruit Fair!“-Kampagne**
Nothilfe- und Entwicklungsorganisation Oxfam, Düsseldorf
was: Spot für Oxfams Kampagne „Make Fruit Fair!“
an: **M&C Saatchi Berlin**
3. **Serviceplan dehnt Mini-Etat nach Österreich aus**
BMW Austria GmbH, Salzburg
was: Umsetzung internationale Launchkampagne des neuen Mini Clubman
an: **Serviceplan Gruppe GmbH & Co. KG**, München
4. **Kruger Media launcht Bewertungsplattform für Strände**
Start-up-Unternehmen Beach-Inspector GmbH, Berlin
was: Markenbildung über klassische Kommunikationskanäle, TV- und Online-Medien
an: **Kruger Media GmbH**, Berlin

5. **Kommunikationsagentur Origo spielt mit Jumbo**
 Spielwarenhersteller Jumbo Spiele GmbH, Ratingen
 was: Kampagne zur Einführung von Rummikub With a Twist
 an: **Origo Agentur für Marketing GmbH**, Leipzig
6. **Saint Elmo's verantwortet Kommunikation von Lloyd Shoes**
 Lloyd Shoes GmbH, Sulingen
 was: Markenauftritt emotionalisieren und weiterentwickeln
 an: **Saint Elmo's**, Hamburg
7. **Konzept PR kommuniziert für sichere Rechenzentren**
 DC-Datacenter-Group GmbH, Wallmentroth
 was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 an: **Konzept PR**, Augsburg
8. **Dirk Metz betreut Krisenkommunikation für Sparkasse Waldeck-Frankenberg**
 Sparkasse Waldeck-Frankenberg, Korbach
 was: Krisenkommunikation bei Rufmordkampagne/Cyber-Mobbing
 an: **Dirk Metz Kommunikation**, Frankfurt
9. **achtung! und Tom Tailor Group starten im Social Web durch**
 Tom Tailor Holding AG, Hamburg
 was: Beratung, Content, Community-Management
 an: **achtung! GmbH**, Hamburg

Agenturen

GPRA-Präsident Kohrs: "Vertrauensindex ist ein Erfolg für den Verband"



Der Vertrauensindex ist für die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) zu einem validen Kommunikationsinstrument geworden. Seit 2009 erscheinen im halbjährlichen Abstand repräsentative Untersuchungen, die das Ansehen und die Veränderungen im Image ganzer Branchen ausweisen. Der Vertrauensindex sorgt in der Wirtschaft und auf Seiten der Medien für substanzialen Gesprächsstoff. GPRA-Präsident Uwe A. Kohrs (Foto) freut sich über die zunehmend gute Resonanz. Zum einen habe es der Agenturverband

Lidl: Whistleblower willkommen!

Lidl geht in die Reputationsoffensive: Der Discounter hat ein Meldesystem für Compliance-Verstöße eingeführt. Mitarbeiter und Geschäftspartner von Lidl können darüber Verstöße gegen geltendes Recht oder interne Richtlinien melden – vertraulich und auf Wunsch auch anonym. Bei der Realisierung derartiger Meldesysteme gibt es viele Stolperfallen.

[Lesen Sie hier](#), worauf Sie achten müssen.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

geschafft, das Thema Vertrauen glaubwürdig zu besetzen, zum anderen komme man über dieses Thema mit vielen Redaktionen ins Gespräch. Kohrs: „Immer wieder gelingt es uns, auch wichtige Entscheidermedien für die vertiefende Berichterstattung über den Vertrauensindex zu gewinnen. Wenn man bedenkt, welche Berührungängste von Seiten der Medien gegenüber PR und Kommunikation bestehen, ist das ein echter Erfolg.“ Im Gespräch mit dem „PR-Journal“ nahm Kohrs außerdem Stellung zum Vertrauenseinbruch, den VW in Folge des Dieselgate erlebt. – Wir berichten an anderer Stelle über die [Ergebnisse des aktuellen Vertrauensindex](#).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

dna gründet Unit für Markteinführungen



dna baut ihr Serviceportfolio in Deutschland aus. Unter der Leitung von **Hubert Kümper** (Foto) ging zum 1. Oktober 2015 die neue Unit dna Market Access mit Niederlassungen in Berlin und Köln an den Start. dna ist eine Agentur für globale Healthcare-Kommunikation.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Agenturen compact (2) (41. KW-2015)

1. **Piabo mit frischer Corporate Identity:** Piabo steuert auf ihren zehnjährigen Geburtstag zu – dieses Jubiläum nimmt die Digital-Agentur zum Anlass für ein umfangreiches Rebranding. Mit der neuen Corporate Identity sollen Kompetenzen in den Bereichen PR, Social Media und Content Marketing betont werden. Bedingt durch die digitale DNA sieht sich Piabo als erste Adresse, wenn es um die zunehmende Verschmelzung von Kommunikationsdisziplinen geht. Der neue Claim „The Leading Partner for Smart Brands“ soll das Selbstverständnis eines ganzheitlichen Partners an der Seite seiner Kunden unterstreichen.
2. **Eurocom Worldwide erweitert sein Netzwerk in die Türkei:** Das internationale PR-Netzwerk Eurocom Worldwide begrüßt mit **Guide Communications** eine neue Partneragentur für die Türkei. Guide ist eine unabhängige PR- und Kommunikationsagentur, die im Herzen **Istanbuls** auf integrierte Kommunikationsstrategien vor allem im Technologie- und Medizinbereich spezialisiert ist. Eurocom Worldwide ist ein internationales PR-Netzwerk, das aus 31 unabhängigen, inhabergeführten Agenturen besteht, die ihren Fokus auf PR, Marketing-Kommunikation und Reputationsmanagement legen. In der DACH-Region wird das Netzwerk von der **Münchener Agentur Schwartz Public Relations** vertreten.

Zu schnell für Ziele?

Kommunikationsplanung mit
Lautenbach Sass.

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

Reporting auch digital an. Bei den klassischen Nachhaltigkeitsberichten sind Print- und Digitalformate gleichermaßen beliebt. Das Thema Compliance gewinnt als Imagekomponente sowie als strategischer Marktvorteil immer mehr an Bedeutung und wird von den meisten Unternehmen, mehr oder weniger prominent, thematisiert. Bei den klassischen Kundenmedien, dem Ursprung des Corporate Publishings, halten es die DAX- Unternehmen (noch) wie folgt: Mehr als die Hälfte setzt auf Print und Digital, bei etwas mehr als einem Drittel hat das haptische Erlebnis noch Vorrang, nur wenige Unternehmen haben sich für „digital only“ entschieden.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Unternehmen

DAX-Unternehmen: Ohne Social Media läuft nichts mehr



Investor-Relations-Kommunikation gehört bei den DAX-

Unternehmen zum Pflichtprogramm, Social Media unisono zur Kür. Dies ergab eine Umfrage der aktuellen „CP Monitor“. Alle DAX-Unternehmen setzen auf gedruckte Geschäftsberichte, zwei Drittel bieten das

Branche

Branche compact (1) (41. KW-2015)

1. **Trurnit bloggt über Kommunikation:** Die Trurnit Gruppe, München, hat Anfang Oktober einen Corporate Blog gestartet. Themen sind Kommunikation, Digitalisierung und Vernetzung. Laut **Frank Trurnit**, CEO der Trurnit Gruppe, will das Unternehmen auf dem Blog

das vielfältige Wissen seiner Experten mit anderen Menschen teilen. Der Blog ist [hier zu finden](#).

CSR + Reputation

Interne Kommunikation entscheidet über den Erfolg

Wie CSR in der internen Kommunikation funktioniert, erläutern Riccardo Wagner, Geschäftsführer der Agentur Better Relations und Nicole Roschker von PwC im Interview.

PR-Journal: Welche Rolle spielt die interne Kommunikation bei der Implementierung von CSR in Unternehmen und Organisationen?

Wagner: Die interne Kommunikation hat eine ganz maßgebliche Rolle bei der Umsetzung von CSR in Organisationen. Sie erläutert, welche Beweggründe die Organisation hat, sich mit dem Thema CSR zu beschäftigen und informiert über relevante Fakten zum Thema CSR. Darüber hinaus sollte sie über ihre Kanäle auch die Möglichkeit zum Dialog und zur Beteiligung für Mitarbeiter und Führungskräfte bieten. CSR kann nur erfolgreich umgesetzt werden, wenn es in der Organisation akzeptiert wird - vom Management wie der Belegschaft gleichermaßen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

CSR compact (1) (41. KW 2015)

1. **CSR-Forum verleiht Sonderpreis für "Flüchtlingsunterstützung":** Das 12. Deutsche CSR-Forum wird am 5. April 2016 erstmalig einen Sonderpreis für "Gelungene Maßnahmen zur Flüchtlingsunterstützung" verleihen. Ausgezeichnet werden Maßnahmen, die einen nachweisbaren Nutzen für bestimmte Gruppen oder die Allgemeinheit stiften und über die unternehmerische Routine hinausgehen. Die Einreichungsfrist endet am 30. November 2015. Ebenfalls zum ersten Mal wer-



den Auszeichnungen für **CSR-Kommunikation** und für **Mitarbeiterengagement** vergeben. Die Preise sind Bestandteile des Deutschen CSR-Preises, der in 2016 zum siebten Mal verliehen wird. Weitere Infos sind [hier zu finden](#).

Social Media

Studie "Connected Life": Instant Messaging Nutzung steigt weltweit um zwölf Prozent

Weltweit entscheiden sich immer mehr Menschen für geschlossene Messaging-Plattformen wie WhatsApp, Facebook Messenger und Viber. 55 Prozent der weltweiten Internetnutzer kommunizieren täglich über Instant Messaging (IM). Dies sind zwölf Prozent mehr als im Vorjahr. 76 Prozent nutzen IM mindestens einmal pro Woche. Zu diesen Ergebnissen kommt die Studie "Connected Life" von TNS, die weltweit über 60.000 Internetnutzer zu ihrem Verhalten und ihren Einstellungen befragt hat.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Autoren-Beiträge

VW Dieselgate: Greenwashing ist Betrug am Verbraucher



Von Frank Brodmerkel
(Foto), München

In den letzten fünf Jahren hat sich das Thema Nachhaltigkeit endgültig in der Wirtschaft etabliert, kaum ein Unternehmen, das heute noch ohne umfassende CSR-Strategie und Abteilung sowie professionellen Nachhaltigkeitsbericht auskommt. „Nachhaltigkeit“ und „Verantwortung“ sind Begriffe, die Unternehmenschefs heute locker von den Lippen perlen. Doch spätestens „Dieselgate“, der VW-Abgasskandal mit elf Millionen Dieselmotoren, die mit betrügerischer Software den schönen Schein der Umweltfreundlichkeit wahren sollten, offenbart, was die Nachhaltigkeits-Versprechen vieler Unternehmen wirklich sind: Greenwashing und Betrug am Verbraucher.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Nominierung Friedensnobelpreis: Kommunikationsfalle für Angela Merkel



Von Claus Rämmer und Bernd Oliver Bühler, Gschwend

Friedensnobelpreis ist ein Kind des Krieges, ins Leben gerufen durch Alfred Bernhard Nobel (1833 – 1896), einem schwedischen Rüstungsindustriellen, Chemiker und Erfinder. Nobel erfand unter anderem das berühmte Dynamit. Der Preis wird jedes Jahr erneut verliehen. Er zeichnet die Lebensleistung bedeutender Menschen und Organisationen aus, die sich für Frieden, Völkerfreundschaft, Verständigung und Aussöhnung einsetzen. Es geht bei diesen Aus-



zeichnungen nie um die Menschen und Organisationen, sondern um deren Taten. Somit geht es in diesem Jahr – wenn es denn so käme – auch nicht um die Person Angela Merkel (Foto © Tim Reckmann / pixelio.de), sondern um die Frage, ob die Ergebnisse der merkelschen Politik eine solche Nominierung oder sogar die Vergabe des Preises rechtfertigen. Man darf gespannt sein, wie das Nobelpreis-Komitee am 9. Oktober entscheidet. Lesen Sie nachfolgend welche Folgen es für Merkel ihr Image und ihre Glaubwürdigkeit hätte, wenn sie wirklich nominiert oder gar ausgezeichnet würde.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Rezension: Wird nicht funktionieren. Könnte. Beste Idee ever!



Titel: *Digitales Erzählen. Die Dramaturgie der Neuen Medien*; Autor: Dennis Eick; Verlag: UVK 2015, 252 Seiten; 24,99 Euro; ISBN-13: 978-3867644006

Die Neuen Medien. Hach. Schon wieder ein Buch über die Neuen Medien. (Und ich traf den Präsidenten der Vereinigten Staaten schon wieder, wie Forrest Gump es formulierte.) Aber

wenn ein Thema nun einmal allseits präsent ist – unbeabsichtigtes Wortspiel –, dann hat es in der Literatur seine absolute Berechtigung. Also los, Herr Eick! Was haben Sie digital zu erzählen? In seinem aktuellen Buch „Digitales Erzählen – Die Dramaturgie der Neuen Medien“ untersucht Dennis Eick die Auswirkungen der Digitalisierung auf unsere Erzählungen. Dabei sieht er sich Viral-Spots, Web-Serien, Games und E-Books an und gipfelt im „transmedialen Erzählen“. (Für die Buzzword-Fans unter uns: Er meint damit „crossmedial“, „Storytelling“, „Content Marketing“.)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Ein edler Vogel krönt die Tafel – Fasan mit Sauerkraut



Von Norbert Schulz-Bruhdoel (Foto), Remagen

(nsb) Der Sage nach hat Jason, mit seinen Argonauten auf der Suche nach dem Goldenen Vlies, den ersten Fasan vom Ostufer des Schwarzen Meeres nach Griechenland gebracht. Das könnte sogar stimmen, denn die Steppegebiete zwischen dem Schwarzen Meer und Ostasien sind der natürliche Verbreitungsraum des bunten Hühnervogels. Die Griechen waren begeistert und richteten die ersten Fasanenzuchten ein. Mit den Römern gelangte der Vogel nach Westeuropa. Von Karl dem Großen wissen wir, dass er in seinen Residenzen Fasane halten ließ, weil er ihr zartes Fleisch überaus schätzte. Im Laufe des Mittelalters ließen die Fürsten tausende der Zuchttiere aussetzen – denn noch mehr Freude bereitete es den adligen Herren, ihre Mahlzeit vorher selbst zu erlegen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Veranstaltungstipps: Leipziger PR-Studenten suchen Kontakt zur Praxis



Der Leipziger Public Relations Studenten e.V., LPRS, kündigt eine ganze Reihe von interessanten Veranstaltungsformaten für seine Mitglieder und weitere Interessanten an. In dem Bemühen den Studierenden der Kommunikationswissenschaft ausreichenden Kontakt zur PR-Praxis zu verschaffen lädt der LPRS für das Wintersemester zu den folgenden Veranstaltungen ein:

- 19. November - **WISSENSCHAFTPRAXIS mit Barbara Schädler**, Senior Vice President Group Communications Deutsche Lufthansa
- 24. November - **PR-Salon mit Stephan Fink**, Gründer und Vorstandsvorsitzender Fink & Fuchs Public Relations AG
- 26. November - **Workshop mit Thomas Lüdeke**, Geschäftsführender Gesellschafter PRCC Personal- und Unternehmensberatung
- 20. Januar 2016 - **WISSENSCHAFTPRAXIS mit Birgit Ziesche**, Head of Internal Communications Henkel AG

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Marketing und Unternehmenskommunikation: DPRG NRW lädt ein zur Podiumsdiskussion



„Marketing und Unternehmenskommunikation – Positionen, Parallelen, Konflikte“. So lautet das Thema einer Podiumsdiskussion an

der Westfälischen Wilhelms-Universität zu Münster, zu der die Landesgruppe Nordrhein-Westfalen der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) einlädt. Am 3. November ab 18:30 Uhr diskutieren im Schloss zu Münster die beiden Münsteraner Professoren Ulrike Röttger (Foto l.), Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, und Thorsten Hennig-Thurau (r.), Lehrstuhl für Marketing und Medien.

Moderator ist Markus Richard Spiecker, Mitglied im DPRG Landesvorstand NRW. Er will herausarbeiten lassen warum das Verhältnis von Unternehmenskommunikation und Marketing in der unternehmerischen Praxis oft von Gegensätzen, Konflikten und Rivalitäten geprägt ist. Zudem will er wissen, wo es Gemeinsamkeiten und Parallelen der beiden Disziplinen gibt und wohin der Weg beider Disziplinen in der Zukunft führt. Weitere Informationen und eine Anmeldemöglichkeit finden sich auf [dieser Website zur Veranstaltung](#). Der Anmeldeschluss ist am 31. Oktober.

Seminare

Seminare compact (3) (41. KW-2015)

1. **PR-Intensivtraining bei der AFK:** Die **Akademie Führung und Kommunikation** bietet vom 16. bis 20. November das **B1 Basistraining PR, 1. Teil** an. Das Einführungsseminar findet in Oberursel (Taunus) statt. Auf dem Seminarprogramm stehen unter anderem: Einführung in die Medienarbeit und das journalistische Schreiben und Denken, Konzeptionstechnik, Veranstaltungskommunikation sowie Interne Kommunikation und Corporate Communications. Das B1 richtet sich an PR-Fachleute am Anfang ihrer Karriere oder solche, die bereits erste Berufspraxis gesammelt haben und diese mit einer soliden Basis untermauern wollen. Weitere Informationen auf der [AFK-Website](#).
2. **Fachtagung Krisenkommunikation in Frankfurt am Main:** Die **SCM – School for Communication and Management** veranstaltet am **17. November** die Fachtagung Krisenkommunikation in der Mainmetropole. Kommunikationsexperten aus verschiedenen Unternehmen und Verbänden erläutern, wie man es schafft, mit kommunikativen Mitteln aus der Krise zu gelangen. Referenten sind unter anderem Martin Büllsbach, Bilfinger, Ursula Fuchs, Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe, Lothar Lambert, RWE Generation, Hartmut Spiesecke, Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie,



- und Johannes Winter, Condor Flugdienst. Weitere Informationen zum Programm und den Referenten finden sich auf der [SCM-Website](#).
3. **Zertifikatskurs „PR- und Communications Manager“:** Die Akademie der Deutschen Medien in München veranstaltet vom 9. bis zum 12. November den Zertifikatskurs „PR- und Communications Manager“. Vermittelt wird Praxiswissen für eine zeitgemäße Pressearbeit und PR-Management. Die Tagesschwerpunkte lauten Operative PR, PR-Konzeption, Online-Konzeption und Textwerkstatt. Referenten sind Rebecca Belvederesi-Kochs, Geschäftsführerin von Social Media Aachen, Bernhard Kellner, Verlagsleiter des Gräfe und Unzer Verlags, sowie Andreas J. Schneider, Kommunikations- und Text-Experte. Die Teilnahme kostet 1.690 Euro. Weitere Informationen auf der [Website der Medien-Akademie](#).

Studien

VW Skandal kostet die „Marke Deutschland“ 191 Milliarden US-Dollar



Der Dieseldiesel kratzt nicht nur am guten Ruf von VW, sondern wirkt sich negativ auf die gesamte deutsche Staatsmarke aus. Dem unabhängigen Markenbewertungs- und Strategieberatungs-Unternehmen Brand Finance zufolge hat Deutschland dadurch seine Stellung als stärkste Staatsmarke verloren. Brand Finance bewertet für die 100 erfolgreichsten Länder, welchen finanziellen Einfluss Image und Ruf

Der Dieseldiesel kratzt nicht nur am guten Ruf von VW, sondern wirkt sich negativ auf die gesamte deutsche Staatsmarke aus. Dem unabhängigen Markenbewertungs- und Strategieberatungs-Unternehmen Brand Finance zufolge hat Deutschland dadurch seine Stellung als stärkste Staatsmarke verloren. Brand Finance bewertet für die 100 erfolgreichsten Länder, welchen finanziellen Einfluss Image und Ruf

auf den Wert der Staatsmarke haben. Die Ergebnisse werden in ihrer jährlichen Studie, dem **Brand Finance Nation Brands Bericht**, veröffentlicht. Der Bericht zeigt messbare Schäden am langfristigen



Finanzpotential der „Marke Deutschland“, deren Wert um 191 Milliarden US-Dollar auf 4,2 Billionen US-Dollar gefallen ist, vier Prozent niedriger

als noch im Jahr 2014.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Studie: Digitaler Auftritt von Immobilienunternehmen geht am Bedarf vorbei



Unternehmens-Websites von Immobilienunternehmen lassen aus Sicht der Zielgruppen zu wünschen übrig. Insbesondere den Fachbesuchern fehlt es an Einschätzungen zu aktuellen Branchenentwicklungen und konkreten Projektbeispiele und Hintergrundberichten zum Unternehmen und seinen Märkten. Das sind Ergebnisse aus zwei aktuellen Untersuchungen von ergo Kommunikation, die am 6. Oktober im Rahmen der Immobilienmesse Expo Real der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Grundsätzlich gewinnen aber Unternehmens-Websites als Vertriebsunterstützung im B-to-B-Bereich an Bedeutung. Sie sind der einzige Informationskanal, dessen Relevanz im Vergleich zur Umfrage des Vorjahres (50,6 %) um gut neun Prozent zugenommen hat. Dennoch liegen die Corporate Websites weit hinter den Print- und Online-Fachmedien, die von 90,5 beziehungsweise 86,1 Prozent der Befragten als sehr wichtig oder wichtig angesehen werden. In einer Online-Umfrage hat ergo rund 270 Vertreter von Unternehmen der Immobilienbranche nach ihren Kommunikations- und Informationsgewohnheiten befragt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Studie: In innovativen Geschäftsmodellen sehen Unternehmen das größte Krisenrisiko

Neue Geschäftsmodelle bergen aufgrund der digitalen Transformation für Unternehmen neuartige Krisenrisiken. Das ist eines der zentralen Ergebnisse der EMEA-weiten Krisenumfrage, die heute von der internationalen PR- und Kommunikationsagentur Burson-Marsteller veröffentlicht wurde. Die von Penn Schoen Berland (PSB) durchgeführte Befragung von 426 Entscheidungsträgern zeigt, dass strittige interne Firmenentwicklungen die häufigste Ursache für eine Unternehmenskrise in den vergangenen zwölf Monaten waren. Als zweitwichtigsten Grund nannten die Befragten das Eindringen neuer, innovativer Geschäftsmodelle in ihre jeweiligen Märkte. Der Umfrage zufolge werden als weitere Krisenrisiken Logistikprobleme innerhalb der Wertschöpfungskette (Platz 3), Ausfälle von digital gestützten Geschäftsprozessen (Platz 4), reputations-schädigende Kampagnen in den sozialen Medien (Platz 5) sowie ein verändertes regulatorisches Umfeld genannt (Platz 6).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Lesehinweise

Lesehinweise compact (1) (41. KW-2015)

1. **GWA Jahrbuch Healthcare Kommunikation 2015 erschienen:** Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA) hat es als Nachschlagewerk für Trends im Marketing für Gesundheitsthemen herausgebracht. Auf den rund 110 Seiten finden sich Best Practice-Beispiele aus dem Healthcare-Marketing und Empfehlungen für die reibungslose Zusammenarbeit von Healthcare-Agenturen und Kunden insbesondere zur Agenturauswahl und zum Briefing. Im zweiten Teil folgen Portraits von Agenturen im Bereich Healthcare Kommunikation. Das GWA Jahrbuch Healthcare Kommunikation 2015 ist ab sofort für 49,90 Euro im [FAZ-Buch-Verlag unter diesem Link](#) erhältlich.

Preise und Awards

Preise für gute Stiftungsarbeit: „Kompass“ kürt Können



Auch in diesem Jahr hat der Bundesverband Deutscher Stiftungen wieder den „Kompass“-Preis für gute Stiftungsarbeit ausgeteilt. Am 12. November ist soweit, im Deutschen Technikmuseum

werden ab 19 Uhr an diesem Tag die Auszeichnungen vergeben. Der Preis ist aus dem seit 2006 verliehenen Preis für gute Stiftungskommunikation hervorgegangen. In der Kategorie Stiftungskommunikation werden nach wie vor Kampagnen, Websites oder Jahresberichte prämiert. In diesem Jahr nominierte die 21-köpfige Jury unter dem Vorsitz von Roland Kaehlbrandt, Vorstandsvorsitzender der Stiftung Polytechnische Gesellschaft, drei Stiftungen in dieser Kategorie. Qualifiziert für die Shortlist für gute Stiftungskommunikation haben sich die Bürgerstiftung Hannover, die Deutsche Stiftung Weltbevölkerung und die Stiftung Schüler helfen Leben. Weitere sechs Stiftungen wurden für Auszeichnungen in den Kategorien Projekte und Management vorausgewählt.

Preise und Awards compact (3) (41. KW-2015)

1. **„Horizont“ vergibt Sportbusiness-Awards:** IOC-Präsident Thomas Bach, die Commerzbank und Sky Deutschland sind die Preisträger der diesjährigen „Horizont“-Sportbusiness-Awards. Mit dem Preis zeichnet „Horizont“, dfv Mediengruppe in Frankfurt am Main, Persönlichkeiten und Unternehmen aus, die das Sportbusiness prägen und vorantreiben. Als „Player des Jahres 2015“ wurde Thomas Bach ausgezeichnet. Die Commerzbank ist der „Sponsor des Jahres 2015“. Die Auszeichnung als „Medium des Jahres“ ging an Sky Deutschland. Die Verleihung der Preise fand am 8. Ok-

tober in der Frankfurter Rudergesellschaft Germania vor 120 geladenen Gästen aus Sport, Wirtschaft und Medien statt.

2. **Einreichungsfrist für Politikaward Award endet bald:** Nur noch bis zum 22. Oktober (23.59 Uhr) können sich Unternehmen, Verbände und Agenturen für den **Politikaward** bewerben, der vom Berliner Helios Verlag ausgeschrieben wird. Vergeben wird der Award in den drei Feldern „Kampagnen politischer Sektor“, „Kampagnen öffentlicher Sektor“ sowie „Kampagnen gesellschaftlicher & privater Sektor“. Einen Überblick zu den einzelnen **Kategorien** und weitere Informationen zu den Einreichungsmodalitäten finden sich auf der Website zum Politikaward. Die Preise werden nach **Juryentscheid** am 30. November im Tipi am Kanzleramt vergeben.
3. **Unternehmen mit zukunftsweisender Arbeitskultur gesucht:** Wie wollen wir künftig arbeiten? Das **Karrierenetzwerk Xing** will es wissen und schreibt zum dritten Mal den **New Work Award** aus. Gesucht werden innovative Arbeitsansätze, die dem vielschichtigen Wandel in der Arbeitswelt Rechnung tragen und somit Vorbild für andere Unternehmen sind. Ab sofort können sich alle Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum – ob Startup, KMU oder Großunternehmen – um den New Work Award bewerben. Die Bewerbungsfrist endet am 15. November, die Teilnahme ist kostenfrei. Weitere Informationen sowie die Bewerbungsunterlagen finden sich auf der **Website zum Preis**.

Tipps

Kostenloses Beratungsangebot: PR Career Center checkt online Lebensläufe



Ab sofort bietet das Karriereportal PR Career Center einen kostenlosen CV-Check an. Auf der

Website des PR Career Center können Einsteiger und Veränderungswillige aus der Kommunikationsbranche ihren Lebenslauf in einem Schritt hochladen und erhalten zeitnahe Rückmeldung. Das Ver-

sprechen lautet: Ausführliches Feedback nach spätestens zehn Tagen. Die Lebensläufe werden auf Übersichtlichkeit und Gestaltung ebenso wie auf Inhalt, Text und Leserfreundlichkeit geprüft. Danach erhält der Bewerber ein Auswertungsdokument via E-Mail, in dem alle Hinweise zusammengefasst werden. Der CV-Check ist zugeschnitten auf die PR- und Kommunikationsbranche und will Kandidaten kostenlos Tipps und Tricks bei der Erstellung eines guten Lebenslaufes bieten. Wer tiefer einsteigen möchte, kann zudem ein Karrieregespräch mit einem PRCC-Berater buchen.

PRSH: 10 Tipps für ein erfolgreiches Studienleben



Mit seinen „10 ernsthaften Ratschlägen, wie man lockerer durchs (Berufs)Leben kommt“ hat Frank Behrendt in der vergangenen Woche einen Coup gelandet.

Die Print-Ausgabe von „Clap“ war keinen halben Tag alt, als die zehn Thesen des fischerAppelt-Vorstands in den sozialen Netzwerken viral gingen. Inzwischen haben Medien wie „Bild“, „Huffington Post“, „manager magazin“, „Spiegel online“, „WirtschaftsWoche online“ und „stern.de“ die Ratschläge aufgegriffen. Im Blog der dapr wird sogar dafür plädiert, die Kampagne für einen PR-Preis in der Kategorie „Employer Branding“ einzureichen. Auf persönliche Anregung von Frank Behrendt selbst haben die PR-Studenten aus Hannover zehn Ratschläge zusammengestellt, wie man tiefenentspannt erfolgreich durchs Studienleben kommt.

Foto: Autorin und frühere PRSH-Vorsitzende Lan Anh Nguyen (Mitte) mit ihrer Nachfolgerin Loreen Abedi (r.) und PRSH-Mitglied und Masterstudentin Anja Fricke (l.).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Tipps compact (1) (41. KW-2015)

1. **Service für das Management von Kommunikationsmaßnahmen:** Der Büroartikelhändler Office Depot aus Großostheim will in Deutschland Marketingabteilungen bei der Umsetzung von Kampagnen begleiten. Mit der **Unternehmenstochter „Vital Communications“** unterstützt Office Depot Kampagnen, wie sie beispielsweise bei Fusionen oder einem Re-Branding benötigt werden. Vital Communications übernimmt dabei die gesamte Kommunikation mit Druckereien und Agenturen sowie die Lagerung und Auslieferung des Materials. Die Software „Epoch“ soll die Abläufe automatisieren und für Transparenz sorgen. Hier geht's zur [deutschen Website](#).

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 10.000 Follower bei Twitter und ein Rekordquartal für die Jobbörse

Die Schallmauer ist geknackt: das „PR-Journal“ freut sich über mehr als 10.000 Follower auf Twitter. Insgesamt stieg die Zahl der „Anhänger“ und „Freunde“ in fünf sozialen Netzwerken bis Ende September 2015 auf über 16.700. PR-Journal-Gründer und -Herausgeber Gerhard A. Pfeffer: „Das spricht für hohe Akzeptanz und Relevanz unserer Informationen und den sich daraus ergebenden Austausch mit der Community.“ Beachtlich seien die Zahlen für Twitter, Facebook, Pinterest, LinkedIn und Xing auch deshalb, erklärt Pfeffer, weil sich das „PR-Journal“ zuletzt von Google plus verabschiedet habe – und eine weitere Steigerung erreicht habe, obwohl man dort nicht mehr aktiv sei. Zudem erfreut sich die PR-Jobbörse im „PR-Journal“ großer Nachfrage.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 6 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (38)

Volontariat/Trainee

Die 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *Publik sucht eine/n Corporate-Publishing-Redakteur/in, Ludwigshafen a.R.*
- *Junior PR-Berater (w/m), Berlin*
- *Essener Agentur sucht PR-Junior-Redakteurin und -Berater/in*
- *PR / Pressereferent/in, Bozen*
- *PR- Manager (m/w) bei BAGO DIWA \ WORKS, Düsseldorf*
- *Junior-Berater(in), Essen*
- *PR-Juniorberater (m/w), Köln*
- *PR-Berater (m/w) gesucht für Agentur in Berlin*
- *TEXT-COM sucht Junior PR-Berater (m/w) für Technologiekommunikation, Rhein-Main-Gebiet*
- *Essener PR-Agentur freut sich auf engagierte/n PR-Redakteur/in*
- *Berufseinsteiger als Account Executive PR (m/w), Hamburg*
- *PR Account Executive (m/w) oder Senior PR Account Executive (m/w), bei München vom Hoff Kommunikation sucht einen PR-Berater (m/w), Düsseldorf*
- *Kölner PR-Agentur sucht so bald als möglich PR-Redakteur/in und/oder Volontär/in*
- *Junior Berater Marken PR, München oder Düsseldorf*

- *Seniorberater/-in für Bildungskommunikation und Online, Hamburg*
- *Kölner PR-Agentur VOCATO sucht PR-Juniorberater/in*
- *Kohl PR stellt ein: Juniorberater / Trainee (m/w), Berlin*
- *(Junior) Consultant (m/w), Frankfurt a.M.*
- *PR-Berater (m/w) – Digital, Berlin*
- *PR-Berater (m/w) – Healthcare, Berlin*
- *PR-Manager (m/w) in München und Frankfurt*
- *Junior Consultant Public Relations (m/w), Stuttgart*

Unternehmen

- *Referent Marketingkommunikation (m/w), Düsseldorf*
- *Referent Kommunikation / Pressesprecher (m/w), Braunschweig*
- *PR-Redakteur Corporate Communication (m/w), Waldkirch*
- *Junior Communication Manager (m/w), Schwalbach a.T.*

Verbände (Non-Profit)

- *Mitarbeiter/in für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Speyer*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 12. Oktober 2015 um 17:20 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.982 aktive Empfänger** versandt. Der Gesamtverteiler bei Clever-Reach, Oldenburg, umfasst 17.315 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;

Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen; Riccardo Wagner, Köln; Helge Weinberg, Hamburg; E-Mail: redaktion@pr-journal.de

Redaktionsrubrik „Das PR-Interview“:

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

Redaktionsschluss für Newsletter:

montags 16:00 Uhr.

Rubrik „PR-Jobbörse“:

Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de). www.jobs.pr-journal.de.

Namen, Daten und Fotos der Autoren und Korrespondenten des PR-Journals entnehmen Sie bitte dieser Website www.pr-journal.de/fotos.html. Zum ausführlichen **Impressum** geht es hier: www.pr-journal.de/impressum.html

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg, E-Mail: [anzeigen\[at\]pr-journal.de](mailto:anzeigen[at]pr-journal.de).

Anschrift (Verlag):

Lendersbergstraße 86, 53721 Siegburg, Telefon: 02241 2013060, Telefax: 02241 2013061, Mobil: 0160 94635777;

E-Mail: redaktion@pr-journal.de

URL: www.pr-journal.de.

Auflage kontrolliert durch die



Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin.

Für 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.