

PR-Journal Newsletter

Nr. 492 / 45. KW 2015

Seite 1

Schulterschluss-Vorschlag von GWA-Präsident Faecks: Agenturverbände zurückhaltend



Der Präsident der Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA), Uwe Kohrs (Foto l.), erteilte Wolf Ingomar Faecks (Foto r.)

eine Absage. Der frisch wiedergewählte Präsident des Gesamtverbandes Kommunikationsagenturen (GWA) hatte Ende Oktober plötzlich und unerwartet einen engeren Schulterschluss mit anderen Agenturverbänden angeregt. In der vergangenen Woche trafen nun beide bei einer Podiumsdiskussion im Rahmen des Effie-Kongresses aufeinander. Kohrs: „Wir sehen keinen Bedarf für größere Strukturen, die uns alle langsamer machen.“ Insgesamt äußerte sich der GPRA-Präsident skeptisch zur Initiative Faecks'. Zudem zeigte sich Kohrs überrascht über das plötzliche Interesse Faecks an mehr Zusammenarbeit zwischen den Agenturverbänden. Schließlich war es Faecks, der dies in den vergangenen Jahren bei einzelnen Initiativen immer wieder abgelehnt hatte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bild.de-CVD Dirk Benninghoff wird Chefredakteur bei fischerAppelt



Zum 1. Februar 2016 bekommt das fischerAppelt-Redaktionsteam einen neuen Kopf. Dirk Benninghoff (46) folgt auf Harald Ehren, der die Agentur am Jahresende verlässt, um zur DVV Media Group zu wechseln.

Benninghoff (Foto) verfügt über langjährige Erfahrung mit Onlinemedien. Nach seinem Volontariat und Stationen unter anderem bei dpa und der Berliner Morgenpost startete Benninghoff 2002 als Börsen-Korrespondent bei der damaligen Financial Times Deutschland. Dort war er später auch Blattmacher und Nachrichtenchef Online.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„Große Teile der Konzernzukunft von Volkswagen werden auf Stakeholderebene entschieden“

Wolfgang Griepentrog befragt Peter Szyszka zu dessen „PR-Journal“-Beitrag vom 22. Oktober



In seinem Beitrag „Volkswagen nach dem Vertrauens einbruch: Beziehungskapital muss neu aufgebaut werden“ in der vergangenen Woche im „PR-Journal“ hat Professor Peter Szyszka (Foto r.) unter anderem gefordert, Volkswagen müsse eine Antwort darauf geben, was der künftige USP des Konzerns rund um sein Zukunftsthema Massenmobilität sein könnte. Außerdem hat er diagnostiziert, für Volkswagen gehe es darum, Beziehungskapital wieder aufzubauen und zu befestigen. Das hat Diskussionen über den künftigen kommunikationpolitischen Weg von Volkswagen aufgeworfen. Nachfolgend beantwortet Szyszka die ersten beiden von fünf Fragen, die „PR-Journal“-Autor Wolfgang Griepentrog (Foto l.) an den Hannoveraner Professor gerichtet hat. Der zweite Teil der Antworten folgt in der kommenden Woche.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Inhaltsverzeichnis

Der 492. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 42 Einzelmeldungen.

1. *Schulterschluss-Vorschlag von GWA-Präsident Faecks: Agenturverbände zurückhaltend*
2. *Bild.de-CVD Dirk Benninghoff wird Chefredakteur bei fischerAppelt*
3. *„Große Teile der Konzernzukunft von Volkswagen werden auf Stakeholderebene entschieden“*
4. *Personalien compact - Sonstige (2) (45. KW-2015)*
5. *Personalien compact - Unternehmen (9) (45. KW-2015)*
6. *Personalien compact - Agenturen (8) (45. KW-2015)*
7. *Länderübergreifende Marketingkampagne für ostdeutsche Hochschulen*
8. *Etats compact (15) (45. KW-2015)*
9. *achtung! als erste Agentur mit PR-Herkunft im GWA*
10. *Positive Geschäftsentwicklung der GWA Agenturen setzt sich fort*
11. *DFB sucht nach geeigneter Agentur zur Krisenbewältigung*
12. *Agenturen compact (1) (45. KW-2015)*
13. *Kantar Media jetzt auch mitten in Berlin*
14. *Branche compact (1) (45. KW-2015)*
15. *„Bild“: Diekmann übergibt Chefredaktion an Tanit Koch*
16. *Verleger Oberauer klärt offene Chefposten: drei neue Chefredakteure*
17. *„Business Insider Deutschland“ startet am 16. November 2015*
18. *Medien compact (1) (45. KW-2015)*
19. *Interview: Den Dialog suchen – der richtige Umgang mit den Stakeholdergruppen*
20. *Studie: Social Media- und Community-Strategien in Unternehmen noch unterentwickelt*
21. *PR-Journal ist Medienpartner der Influencer Marketing-Konferenz #Inreach*
22. *Social Media compact (2) (45. KW-2015)*
23. *Mitarbeiter als Botschafter – Agentur-Recruiting in Social Media*
24. *Rezension: „Love Brands“: Der heilige, güldene Gral 4.0?*
25. *Gericht: Ganz dicke Dinger – Kürbis ist in*
26. *Gerücht: Hauptsache, wir haben eine Headline*
27. *Termine compact (3) (45. KW-2015)*
28. *Schweizer Institut für Krisenkommunikation gegründet*
29. *Studie: BMW, Google und Max-Planck-Gesellschaft beliebteste Arbeitgeber für junge Berufstätige*
30. *Studie: Es muss passen – auch zwischen CSR und Unternehmen*



31. *Einblicke in die wunderbare Welt der PR*
32. *Digitale Strategen gesucht: neuer „Thought Leadership Award“ von DPRG und Unicepta*
33. *Fünf Gold-Gewinner bei den GWA Effie Awards 2015*
34. *Internationale Kreativszene in Berlin: Red Dot Gala zu Ehren der Jahresbesten*
35. *Stamm Medien-Newsletter November 2015*
36. *Jobbörse*
37. *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

Personalien compact - Sonstige (2) (45. KW-2015)

1. **Bentlage neu beim Bundesverband privater Anbieter sozialer Dienste: Olaf Bentlage** (45) arbeitet seit dem 1. November als Leiter Kommunikation beim Bundesverband privater Anbieter sozialer Dienste (bpa), Düsseldorf. Die Position wurde neu geschaffen. Bentlage kam von Bundesagentur für Arbeit in Nürnberg, wo er als Pressesprecher tätig war. Er berichtet an den bpa-Präsidenten **Bernd Meurer** und den Präsidenten des bpa-Arbeitgeberverbands **Rainer Brüderle**.

2. **Bundesverband E-Commerce mit neuer Referentin: Josephine Schmitt** (27) arbeitet seit dem 15. Oktober als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Wirtschaftspolitik und Statistik beim Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh) in Berlin. Sie berichtet an das Präsidium und die Verbandsgeschäftsführung des bev. Zuvor war sie als Werkstudentin in der Unternehmenskommunikation der E-Plus-Gruppe tätig.

Personalien compact - Unternehmen (9) (45. KW-2015)

1. **Tui baut Bereich Corporate & External Affairs aus I: Martin Riecken** (49) leitet seit dem 1. November die Krisenkommunikation im Bereich Corporate & External Affairs der Tui Group in Hannover. Er berät die Ländergesellschaften, Konzerntöchter und Tui-Unternehmen sowie Partner in den Zielgebieten und verantwortet die Krisenkommunikation auf Konzernebene. Riecken war zuvor seit 2007 in verschiedenen Funktionen für die Deutsche Luft Hansa tätig. Bei Tui berichtet er an **Thomas Ellerbeck**, Mitglied des Group Executive Committee und Group Director Corporate & External Affairs.
2. **Tui baut Bereich Corporate & External Affairs aus II: Bernd Hoffmann** (45) arbeitet seit dem 1. November als Chef vom Dienst Internationale Märkte im Bereich Corporate & External Affairs der Tui Group in Hannover. Seine Aufgaben: Koordination der Zusammenarbeit der Presse- und PR-Teams der Konzerngesellschaften im Ausland sowie Ausbau der Produkt- und Markenkommunikation in den Auslandsmärkten. Hoffmann berichtet an **Thomas Ellerbeck**, Mitglied des Group Executive Committee und Group Director Corporate & External Affairs.
3. **Tui baut Bereich Corporate & External Affairs aus III: Magnus Kleditzsch** (29) heißt der neue Leiter der Digitalen Kommunikation der Tui Group in Hannover. Er soll die Social Media-Kanäle für die Konzernkommunikation ausbauen und die Digitalisierung der Medienarbeit und PR weiterentwickeln. Zudem wird Kleditzsch als Pressesprecher die Themen des globalen Marketings betreuen und die One-Brand-Strategie kommunikativ begleiten. Er berichtet an den Chef vom Dienst Internationale Märkte



- im Bereich Corporate & External Affairs, **Bernd Hoffmann**.
4. **Brötel rückt bei EnBW auf: Angela Brötel** (37) hat zum 1. November **Ulrich Schröder** in den Ämtern als Leiter der Medienkommunikation und Konzernpressesprecher bei EnBW in Stuttgart beerbt. Schröder hat das Unternehmen verlassen. Brötel war zuvor bereits seit 2012 stellvertretende Konzernpressesprecherin. Sie verantwortet nun neben der Konzernpressestelle auch die Abteilungen Regionale Kommunikation und Social Media.
5. **Tennet baut Kommunikation aus: Mathias Fischer** spricht ab sofort für den Übertragungsnetzbetreiber Tennet TSO GmbH, Hauptsitz in Bayreuth. In dieser Funktion ist er am Standort Lehrte Ansprechpartner für die Themen rund um den Netzausbau auf See und an Land mit Schwerpunkt Norddeutschland, inklusive der Seekabelverbindung „NordLink“. Zudem teilt sich Fischer die Kommunikationsfunktion zu Unternehmensthemen mit **Ulrike Hörchens**, die bereits seit 2011 für das Unternehmen spricht. Fischer und Hörchens berichten an **Martin Groll**, Leiter Corporate Communications.
6. **Plattform Weltsparen hat neue Kommunikationschefin: Nadja Hirsch** (37) leitet seit dem 1. September die Unternehmenskommunikation der Online-Plattform Weltsparen, Berlin. Die Position wurde neu geschaffen. Hirsch arbeitete zuvor bei der „Handelsblatt“- Global Edition als stellvertretende Geschäftsführerin. Bei Weltsparen berichtet sie direkt an den Chief Executive Officer **Tamaz Georgadze**.
7. **Bei TransnetBW wird Annett Urbaczka Nachfolgerin von Catrin Glücksmann:** Ab sofort übernimmt **Annett Urbaczka** die Leitung

der Unternehmenskommunikation der EnBW-Tochter TransnetBW. Sie kümmert sich um die externe, interne und Online-Kommunikation sowie die Markenkommunikation des Stuttgarter Stromnetzbetreibers. Urbaczka war zuletzt Leiterin der RWE-Konzernpressestelle. Vorgängerin **Glücksmann** ist Anfang September für den Energieversorger Envia Mitteldeutsche Energie (EnviaM) in Chemnitz als Leiterin der Unternehmenskommunikation tätig.

8. **TransnetBW verpflichtet PR-Manager von der Bundeswehr: Alexander Schilling** (36) arbeitet seit dem 15. Oktober als PR-Manager beim Übertragungsnetzbetreiber TransnetBW in Stuttgart. Schilling kam von der Bundeswehr, wo er zuletzt seit 2010 Presseoffizier beim Multinationalen Kommando Operative Führung in Ulm tätig war. Bei TransnetBW berichtet er an **Annett Urbaczka** die Leiterin der Unternehmenskommunikation.
9. **Claudia Kuehl wird Marketing Director bei Daedalic Entertainment:** Daedalic Entertainment, Hamburg, ein führender Anbieter von interaktiven Spielen für alle Plattformen, engagiert **Claudia Kuehl** als neue Marketing Direktorin. Sie ist knapp 20 Jahre in der Games-Branche tätig und übernimmt ab sofort die Leitung der Bereiche Marketing, PR, CM sowie Social Media und verantwortet damit die weltweite Kommunikation aller Daedalic Marken. Sie berichtet direkt an CEO **Carsten Fichtelmann**.

Personalien compact - Agenturen (8) (45. KW-2015)

1. **webguerillas erweitern ihre Münchner Geschäftsleitung:** Die webguerillas bauen ihre Führungscrew in München weiter aus und reagieren damit auf die verstärkte Nachfrage nach digitaler Transformation: Ab sofort zeichnen **Ares Georgoulas** (30) und **Christian Hartmann** (38) neben Inhaber **David Eicher** sowie **Martin Wittmann** als weitere Geschäftsführer verantwortlich. Georgoulas ist bereits seit 2009 für die webguerillas tätig. Seit April 2013 hatte er dort die Position des Chief Operating Officer (COO) inne. Hartmann leitet als Director Strategy & User Experience seit Mai 2013 die Bereiche Online- und Social Media-Strategie der Agentur.
2. **Hanebrink wechselt von Signum zur trio-group: Lennart Hanebrink** (50) leitet seit dem

KOMM-PASSION

1. November Corporate Publishing und Content Marketing bei der Full-Service-Agentur trio-group in Mannheim. Zuvor war er für die ebenfalls in Mannheim angesiedelte Agentur Signum communication tätig. Dort arbeitete er als Leiter Konzeption und Produktion. Zuvor war Hanebrink Mitglied der Geschäftsführung der Gütersloher Kommunikationsagentur A3Plus. Beim neuen Arbeitgeber ist er in der für ihn neu geschaffenen Funktion für den Ausbau des Marketinggeschäfts verantwortlich.
3. **PR Agentur Frische Fische holt Sebastian Schmidt für Hauptstadt-Standort:** Die auf Technology PR spezialisierte Agentur Frische Fische verstärkt das Berliner Team mit Sebastian Schmidt (35) und baut so klassische PR-Expertise sowie Know-how in der Finanzkommunikation weiter aus. Als Account Director wird Schmidt unter anderem Kunden aus den Bereichen Cloud-Computing und Online-Marketing betreuen. Schmidt war zuvor sechs Jahre für das Beratungsunternehmen Dr. ZitellmannPB. GmbH tätig. Dort war er für Immobilien- und Finanzunternehmen und den Verband IVD in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig.
4. **Tobias Müller wird Managing Partner bei Klenk & Hoursch: Tobias Müller** (38) hat zum 1. Oktober 2015 Anteile an der Klenk & Hoursch AG erworben. Der ausgewiesene Krisenexperte startete 2006 in Frankfurt und gründete 2014 gemeinsam mit **Daniel J. Hanke** (41) und **Georg Kolb** (52) das Münchner Büro von Klenk & Hoursch. Müller betreut zahlreiche internationale Kunden und engagiert sich im weltweit größten Netzwerk unabhängiger PR- und Marketingagenturen PROI. Er hält Vorträge und leitet Workshops sowie komplexe Simulationen rund um Krisenkommunikation im digitalen Zeitalter. Müller ist nach Daniel J. Hanke und **Georg Lahme** (40) der dritte langjährige Mitarbeiter, der Mitinhaber der Klenk & Hoursch AG wird.

5. **Grayling weitet Digitalangebot aus: Christian Wilfer** (40) ist seit dem 1. November neuer „Senior Digital Strategic Planning Director“ bei Grayling in Frankfurt am Main. In der neu geschaffenen Position zeichnet Wilfer verantwortlich für digitale Kommunikationsstrategien in Zusammenarbeit mit den Kundenteams der deutschen Grayling Standorte. Vor seinem Wechsel war Wilfer als Brand Consultant selbständig, zuvor arbeitete er als Kreativgeschäftsführer für DSG in Hamburg. Mit Wilfer will Grayling die digitale Kompetenz in der DACH-Region stärken. Insgesamt sechs Digitalexperten in den Büros Zürich, Wien und Frankfurt sollen künftig als „Digital Hubs“ internationale Kampagnen und Strategien für Kunden betreuen. Das Düsseldorfer Büro wird im Zuge der Umstrukturierung geschlossen.
6. **G+J Corporate Editors baut Führungsteam aus: Britta Meyer** (40) verantwortet ab sofort in der neu geschaffenen Position als Head of Digital Content auf redaktioneller Ebene die digitalen Angebote des Corporate Publishing-Dienstleisters in Hamburg. Meyer kommt von der Audi AG, wo sie als Chefredakteurin Online und Social Media tätig war. Zuvor hatte die Diplom-Journalistin in verschiedenen Leitungspositionen bei Hubert Burda Media gearbeitet. Zuletzt war sie dort als Head of Corporate Media für die Leitung der Zentralredaktion und die Steuerung aller Kanäle der Konzernkommunikation verantwortlich.
7. **Weiß kehrt als Director Public Affairs zurück zu Advice Partners: Heiko Weiß** (47) steigt als Director Public Affairs bei der Advice Partners GmbH in Berlin ein. Nach sieben Jahren als Vice President Public Affairs bei der FleishmanHillard Germany GmbH und einem siebenmonatigen Gastspiel als Senior Public Affairs Manager bei der Deutschen Bank AG kehrt der Diplom-Volkswirt zurück zu seinem früheren Arbeitgeber. Zwischen 2006 und 2008 war Weiß bereits Senior Consultant bei Advice Partners. Er berät inzwischen seit über 16 Jahren Unternehmen auf nationaler und internationaler Ebene in den Bereichen politische Kommunikation und Profilbildung sowie Government Relations.
8. **Aulinger neu im B-to-B-Team bei Schwartz Public Relations:** Die Münchener PR-Agentur Schwartz Public Relations erweitert mit **Hermann Aulinger** (35) ihr B-to-B Team. Aulinger bringt sieben Jahre PR-Erfahrung im Tech-

Shell Studie: Digital Natives misstrauen Google, Facebook & Co.

Facebook und Google haben ein Reputationsproblem: Die Jugend ist gegenüber den Internet-Giganten misstrauisch geworden. Das ist eines der überraschenden Ergebnisse der neuen Shell Jugendstudie 2015.

Was das für Online-Kommunikatoren bedeutet, [lesen Sie hier](#).

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Sektor, davon sechs auf Agenturseite mit. Unter anderem war der studierte Literaturwissenschaftler für die Agenturgruppe fischerAppelt und die Harvard - Good Relations Group GmbH tätig. Bei Schwartz PR wird er als verantwortlicher Kundenberater für global agierende Unternehmen im Bereich IT und Energie eingesetzt.

Etats

Länderübergreifende Marketingkampagne für ostdeutsche Hochschulen



In enger Zusammenarbeit haben drei Agenturen der BBDO Group

Germany eine länderübergreifende Hochschulmarketing-Kampagne gestartet. Unter dem Motto „Mein Campus von Studieren in Fernost“ laden Ketchum Pleon, Interone und CraftWork junge Leute dazu ein, ihr Studium an einer ostdeutschen Hochschule oder Universität zu absolvieren. Mit Hilfe des neuen Hochschulführers mit innovativer 360-Grad-Technik vermitteln die Agenturen umfassende Einblicke und

ein informatives sowie detailliertes Bild der ostdeutschen Hochschullandschaft: Die virtuelle Campus-Tour können Studieninteressierte online und zu jeder Zeit 29 ostdeutsche Hochschulen erkunden. Die Kampagne macht gezielt westdeutsche Studieninteressierte auf die umfassenden Studienangebote in den ostdeutschen Ländern aufmerksam. Auftraggeber sind die Bildungsministerien aus Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Etats compact (15) (45. KW-2015)

1. **Modedesignerin Nicole Dannecker setzt auf LessingvonKlenze**
 wer: Kleiderhüllen-Hersteller ClothesKeeper, Au in der Hallertau
 was: Kommunikationsstrategie und Pressearbeit
 an: **LessingvonKlenze Kommunikationsberatung GmbH**, München
2. **Mattel setzt auf Collaborative Marketing**
 wer: Spielwarenhersteller Mattel GmbH, Frankfurt am Main
 was: Collaborative Marketing-Kampagne
 an: **trnd DACH GmbH**, München
3. **Ketchum Pleon und TVT creative media überarbeiten Auftritt der Marke Weltbild**
 wer: Buch- und Medienhändler Weltbild, Augsburg
 was: Neue Markenpositionierung und Erarbeitung einer Dachmarken- und Marktplatz-Kampagne
 an: **Ketchum Pleon** mit Filmproduktion **TVT creative media**, beide München
4. **„Community Messaging“ iAdvize beauftragt PR-Agentur Frau Wenk**
 wer: Französisches Unternehmen iAdvize, Nantes
 was: Unternehmens- und Produktkommunikation in der Region DACH
 an: **Agentur Frau Wenk**, Hamburg
5. **IKK classic lässt Printmagazine in die digitale Welt übertragen**
 wer: IKK classic, Dresden
 was: Überführung der Magazinkommunikation ins Responsive Web Design
 an: **corps. Corporate Publishing Services**, Düsseldorf

Wie läuft's?

Leistungsdiagnose mit Lautenbach Sass.

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

6. **Ira Wülfing Kommunikation mit zwei neuen Kunden**
 wer: a) Vivonio Furniture GmbH, Vereinigung führender europäischer Möbelhersteller, München
 was: externe Unternehmenskommunikation
 wer: b) Risikokapitalgeber zfh Zukunftsfonds Heilbronn
 was: externe Unternehmenskommunikation, Herausarbeitung des Markenprofils
 an: **Ira Wülfing Kommunikation IWK GmbH**, München
7. **mediagami mobilisiert Corporate Publishing für Commerzbank-Magazin**
 wer: Commerzbank AG, Frankfurt am Main
 was: Digital Publishing Workflow für das Printmagazin „ideas“
 an: **mediagami / data-graphis GmbH**, Wiesbaden
8. **husare freut sich über drei neue Kunden**
 wer: a) SIMM Spielwaren GmbH, Roth-Eckersmühlen
 was: PR, Webauftritt, Social Media und Blogger Relations
 wer: b) Spezialisten für Schulbedarf und Schreibwaren Undercover GmbH, Nürnberg
 was: Entwicklung einer PR- und Social Media-Strategie sowie deren Umsetzung
 wer: c) DAF Trucks Deutschland GmbH, Frechen
 was: Präsenz des Unternehmens im Social

Web

an: **husare gmbh**, Emsdetten

9. **Agentur kl,company gewinnt zwei Neukunden**

wer: a) Spezialunternehmen für Kabelverlegung PUK-Werke KG, Berlin
was: Markenrelaunch und Neupositionierung
wer: b) Software-Spezialist WSCAD Electronic GmbH, Bergkirchen bei München
was: Neues Corporate Design und Begleitkommunikation
an: **kl,company gmbh Public Relations**, Würzburg

10. **Ecker & Partner begleitet Start der Frauenthal Service**

wer: Logistik- und Serviceanbieter Frauenthal Service GmbH, Wien
was: Kommunikationskonzept, Interne Kommunikation, Roadshows, Vertriebsunterstützung, Pressearbeit
an: **Ecker & Partner Öffentlichkeitsarbeit und Public Affairs GmbH**, Wien

11. **wirDesign erstellt Geschäftsbericht für Rational AG**

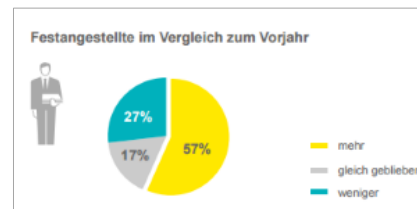
wer: Unternehmen für thermische Speisenzubereitung Rational AG, Landsberg am Lech
was: Erstellung Geschäftsbericht 2015
an: **wirDesign communications AG**, Berlin



sich als Ideen- und Kommunikationsagentur mit PR-DNA, die Menschen mit relevanten Ideen und inspirierendem Content für Marken und Unternehmen begeistert. Schwerpunkt der Agentur sind Ideen, die etwas anstoßen – realisiert mittels der jeweils passenden Kommunikationsgewerke. Mitglied im GWA ist sie seit dem 1. November. Geschäftsführer ist Mirko Kaminski (Foto).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Positive Geschäftsentwicklung der GWA Agenturen setzt sich fort



Für 2016 prognostizieren 84 Prozent der GWA Agenturen einen

Umsatzzuwachs und geben diesen im Schnitt mit 7,3 Prozent an. Damit soll sich die positive Entwicklung aus diesem Jahr fortsetzen. Die Agenturen realisierten 2015 eine Umsatzsteigerung in Höhe von 5,8 Prozent. Das sind einige der Ergebnisse des aktuellen Herbstmonitors, mit dem der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA die Geschäftsentwicklungen und -erwartungen seiner Mitglieder erhebt. Die Umsatzzuwächse führen dabei zu einem vermehrten Einsatz von Freelancern. Zwar hatten in diesem Jahr 57 Prozent der Agenturen mehr Festangestellte als noch im Vorjahr, jedoch haben auch 41 Prozent der Agenturen auf

Agenturen

achtung! als Agentur mit PR-Herkunft im GWA



Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA in Frankfurt am Main lässt seinen Ankündigungen Taten folgen. Nachdem Präsident Wolf Ingo-Mar Faecks sich kurz vor seiner Wiederwahl Ende Oktober für eine engere Zusammenarbeit mit anderen Agenturverbänden ausgesprochen hatte ([wir berichten an anderer Stelle über dieses Thema](#)), nimmt sein Verband mit der Hamburger Agentur achtung! ein Beratungsunternehmen mit PR-Hintergrund als neues Mitglied auf. achtung!, 2001 gegründet, beschäftigt heute 150 Mitarbeiter und sieht

mehr Freelancer gesetzt. Knapp ein Drittel der Befragten hatte 2015 weniger festangestellte Mitarbeiter als zum gleichen Zeitpunkt des Vorjahres.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

DFB sucht nach geeigneter Agentur zur Krisenbewältigung



An alle Agenturen, die noch Kapazitäten in Sachen Krisenkommunikation frei haben: Neben VW in Sachen Abgasskandal, der Bundesregierung in Sachen Koalitionsstreit hat auch der Deutsche Fußballbund (DFB) Bedarf an professioneller Beratung zur Krisenbewältigung. Noch können Sie sich bei der Verbandszentrale in Frankfurt am Main bewerben: Wie der „PR Report“ berichtet, ist noch nichts entschieden. Zwar bestätigte der DFB dem „PR Report“, dass es informelle Gespräche gegeben habe, aber: entschieden sei noch nichts. Angefragt wurden demnach die krisenerfahrenen PR-Beratungen CNC und WMP Eurocom. Weitere Informationen direkt auf der [„PR Report“-Website](#).

Agenturen compact (1) (45. KW-2015)

1. **Schweizerische PR-Agentur eröffnet Büro in Berlin:** Die Zürcher [PR-Agentur contcept communication](#) hat zum 1. November ein Büro in Berlin eröffnet. Leiterin des deutschen Büros ist **Stephanie Scheible**. Contcept Deutschland ist in Berlin Mitte beheimatet. Schon seit längerer Zeit betreut contcept communication Mandate im gesamten DACH-Raum, darunter für Kunden wie Rausch, Curaprox, Swiss Smile oder The Poncho Company. „Mit einem eigenen Büro in Berlin wollen wir die Präsenz in Deutschland stärken und ausbauen“, so Geschäftsleiter Andreas Messerli. Mit Standorten in Zürich und Berlin will contcept communication PR aus einem Guss anbieten – jeweils den lokalen Gegebenheiten angepasst.



Branche

Kantar Media jetzt auch mitten in Berlin



Kantar Media ist ab sofort in Berlin vertreten. Das neu eröffnete Hauptstadt-Office liegt zentral am Hackeschen Markt. „Dies ist der logische nächste Schritt bei der Fortsetzung unseres Expansionskurses: Mit dem neuen Berliner Büro können wir als weltweiter Marktführer im Bereich Reputation Intelligence nun auch direkt in Berlin Pressesprechern und Kommunikationsverantwortlichen die Basis für strategische Kommunikation liefern“, sagt Michael Maillinger, Geschäftsführer von Kantar Media Deutschland. Erster Ansprechpartner für die Kunden in der Bundeshauptstadt ist Frank Brachvogel (46, Foto) als Senior Consultant und Senior Account Director.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Branche compact (1) (45. KW-2015)

1. **news aktuell im neuen Online-Look:** Die dpa-Tochter news aktuell präsentiert sich in einem komplett neuen Look – zumindest online. Seit dem 4. November sind die [Homepage](#) und der [Blog „Treibstoff“](#) von Grund auf überarbeitet. Im Blog beschäftigt sich news aktuell mit den Themen Kommunikation, Pressearbeit und Social Media und blickt dabei weit über den eigenen Tellerrand hinaus. Welche Trends, welche Apps, welche Tools bewegen Kommunikationsfachleute heute? Wie sieht der Arbeitstag aus? Was ist wichtig für die Karriere? Darum geht es in „Treibstoff“. News aktuell will zeigen, was die Branche antreibt.



Medien

„Bild“: Diekmann übergibt Chefredaktion an Tanit Koch



Die „Bild“-Gruppe strukturiert ihre Redaktionsspitze zum 1. Januar 2016 neu. Kai

Diekmann (51, Foto l., © Axel Springer SE), „Bild“-Chefredakteur und Herausgeber „Bild“-Gruppe, gibt die Funktion des Chefredakteurs ab und übernimmt als Herausgeber der Gruppe die Führung der Chefredakteure, die künftig direkt an ihn berichten. Er wird die gesamte Markensteuerung aller „Bild“-Angebote, die publizistische Ausrichtung sowie Weiterentwicklung der „Bild“-Marken in den Mittelpunkt seiner Aufgaben stellen. Die operative, tagesaktuelle redaktionelle Steuerung der einzelnen Titel übernimmt die neue Chefredakteurin Tanit Koch (38, Foto r., © Axel Springer SE).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Verleger Oberauer klärt offene Chefposten: drei neue Chefredakteure

Markus Wiegand wird seine Aufgaben als Chefredakteur "Schweizer Journalist" und "Wirtschaftsjournalist" zum Jahresende beenden. Kurt W. Zimmermann übernimmt interimistisch vorerst für ein Jahr die Aufgaben des Chefredakteurs "Schweizer Journalist". Zimmermann zählt zu den bekanntesten Journalisten der Schweiz. Der "Wirtschaftsjournalist" wird künftig von Susanne Lang als Chefredakteurin verantwortet. Lang war unter anderem Ressortleiterin bei "taz" und "Der Freitag". Als Freie arbeitet sie seit 2014 für Gruner & Jahr.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„Business Insider Deutschland“ startet am 16. November 2015



Die Axel Springer AG bringt die deutsche Fassung des [Onlinemagazins „Business Insider“](#) erstmalig am 16. November 2015 heraus.

In Aufmachung und Themenwahl wird sich „Business Insider Deutschland“ an dem erfolgreichen Ansatz von „Business Insider“ in den USA orientieren, gleichzeitig aber eigene, auf den deutschen Markt zugeschnittene Akzente setzen. In den Ressorts „Wirtschaft & Finanzen“, „Strategy &

Karriere“, „Tech“ und „Wissenschaft“ wird die Redaktion unter anderem Interviews mit Persönlichkeiten aus der Wirtschaft, umfangreiche Bilderstrecken sowie Videos präsentieren. Die Chefredakteurin der deutschen Ausgabe, Christin Martens (Foto), verpricht: „Mit viel Start-Up-Mentalität wollen wir ein neuartiges Angebot für Wirtschaftsberichterstattung in Deutschland schaffen. Wir werden viel ausprobieren, eng mit ‚Business‘ Insider in den USA zusammenarbeiten und auch eigene Geschichten mit Fokus auf der deutschen Wirtschaft umsetzen.“

Business Insider Deutschland wird von finanzen.net – Deutschlands größtes Finanzportal und ein Unternehmen der Axel Springer SE – betrieben. Ende September 2015 hatte Axel Springer die Mehrheitsübernahme von „Business Insider“ in den USA angekündigt und zu Ende Oktober 2015 umgesetzt.

Medien compact (1) (45. KW-2015)

1. **Fischer wird neuer Chefredakteur der Thüringer Allgemeine: Johannes M. Fischer** (55) wird neuer Chefredakteur der „Thüringer Allgemeine“ (TA). Er folgt damit auf **Paul-Josef Raue**, der seit 2009 Chefredakteur der Regionalzeitung der Funke Mediengruppe war und zum 31. Oktober 2015 seine Tätigkeit beendet hat. Fischer war seit 2010 Chefredakteur der „Lausitzer Rundschau“. Davor war er vier Jahre lang stellvertretender Chefredakteur bei der „Freie Presse Chemnitz“, wo er die Einführung von Regionaldesks verantwortete und die crossmediale Arbeitsweise am Desk vorantrieb.

CSR + Reputation

Interview: Den Dialog suchen – der richtige Umgang mit den Stakeholdergruppen

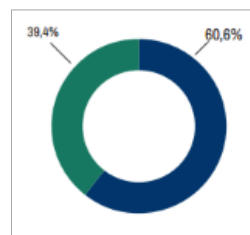
Die Gesellschaft wandelt sich stetig, was Folgen für die strategische Ausrichtung der Unternehmenskommunikation hat. Da Menschen ökologischen und sozialen Themen mehr und mehr Bedeutung

beimessen, bewerten sie Unternehmen auch zunehmend danach, wie sie mit der Umwelt und den Menschen umgehen. Deshalb hat der Dialog mit den Stakeholdern in der Verantwortungskommunikation, auch Corporate Social Responsibility (CSR) genannt, eine besondere Bedeutung. Ziel ist es, alle Stakeholdergruppen zu betrachten und strategisch in Diskussions- und Entscheidungsprozesse zu integrieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media

Studie: Social Media- und Community-Strategien in Unternehmen noch unterentwickelt



Nur ein kleiner Teil der deutschen Unternehmen haben nach objektiven Kriterien ein ausreichendes Community Management. So fehlt es vielen an digitalen Strategien, konkreten Zielen und

daraus messbaren Erfolgen für Social Media. Das ergab eine von David Wagner und Ben Ellermann initiierte Studie des Bundesverbands Community Management (BVCM) und der German Graduate School of Management & Law Heilbronn (GGS), unterstützt von der Kommunikationsagentur Ketchum Pleon. Ein weiteres dramatisches Ergebnis der Umfrage unter 256 Community Managern: 39 Prozent der Unternehmen haben kein Konzept zur Erfolgsmessung (siehe Grafik) und nur 35 Prozent messen mit KPIs auch businessrelevante Faktoren. „Kommunikation muss aber unbedingt auf den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens einzahlen. Das gilt natürlich auch für alle Social-Media-Maßnahmen“, sagt Patrick Lithander, Geschäftsführer Digital bei Ketchum Pleon. Besonders erschreckend: Weniger als ein Viertel der Befragten gab an, überhaupt einen Erfolg der eigenen Tätigkeit nachweisen zu können.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Journal ist Medienpartner der Influencer Marketing-Konferenz #Inreach



Mit der #Inreach findet am 7. Dezember in Berlin die erste Konferenz für Influencer Marketing in Deutschland statt. Veranstalter sind "futurebiz" und "Influencer.db". Das "PR-Journal" ist Medienpartner der Konferenz, an der bekannte Blogger und YouTube teilzunehmen. Die Keynote hält Bianca Heinicke, deren YouTube Kanal "BibisBeautyPalace" mit über 2,4 Millionen Abonnenten derzeit zu den erfolgreichsten gehört.

Marken wie Thomas Cook zeigen auf der #Inreach, wie die Bekanntheit der YouTube Stars in Kommunikationskampagnen genutzt werden kann. Auch Audi hat langjährige Erfahrungen in der Beziehung zu Influencern und entwickelt eigene Formate für Blogger, die auf der Konferenz vorgestellt werden. Vertreter der Otto Gründungen "Edited" und "About You" und des Startups Glossybox erläutern auf der Konferenz, wie Reichweite in Partnerschaft mit Bloggern oder Instagramern aufgebaut werden kann.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Social Media compact (2) (45. KW-2015)

1. **Whitepaper zum Thema „Content und SEO“:** Die Münchner Kommunikationsberatung „schmitt kommuniziert“ hat ein Whitepaper zum Thema „Der richtige Content für bessere SEO“ veröffentlicht. Darin wird beschrieben, wie der Zusammenhang zwischen Content Marketing und Suchmaschinenoptimierung (SEO) seit dem Panda-Update im Detail aussieht, was technisch dahinter steckt und wie sich Unternehmen dies zunutze machen können. Zentral ist die Frage, wie sich glaubwürdige Kommunikation mit SEO verbinden lässt. Das Whitepaper steht für Interessierte auf der [Website von „schmitt kommuniziert“](#) zum Download zur Verfügung.
2. **c't wissen: Sonderheft zum Thema Bloggen**
Das im Heise-Verlag in Hannover erscheinende Magazin „c't“ hat eine Sonderausgabe

zum Thema Bloggen veröffentlicht. Das Heft stellt neue Plug-ins von WordPress vor, warnt jedoch auch vor den Gefahren. Denn zu viele Plug-ins könnten das System ausbremsen, heißt es bei „c't“. Das Magazin „c't wissen Bloggen“, das sich auch den Bereichen Marketing und Sicherheit beim Bloggen widmet, gibt es ab sofort für 8,90 Euro im Handel oder im [Heise-Webshop](#).

Autoren-Beiträge

Mitarbeiter als Botschafter – Agentur-Recruiting in Social Media



Von Christian Finstad

Geeignete und talentierte Mitarbeiter zu finden, ist nicht immer leicht, denn gute Nachwuchskräfte sind rar. So müssen sich nicht nur Jobsuchende in einem guten Licht darstellen. Durch die stark wachsende Agenturlandschaft stehen sowohl kleine als auch große Agenturen ständig unter Druck, sich nach außen möglichst ansprechend zu präsentieren, um perfekte Mitarbeiter für sich zu gewinnen. Ganz selbstverständlich kommen in dieser Mission auch zunehmend soziale Netzwerke zum Einsatz. Doch was machen die Agenturen genau in Social Media, um neue Mitarbeiter zu generieren?

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Rezensionen

Rezension: „Love Brands“: Der heilige, güldene Gral 4.0?

Gedankensprünge von Annett Bergk und Paula Slomian zum Buch

Titel: Love Brands - Communiting - Marketing 4.0 - SSP. So lieben Kunden Ihre Marke und werden zu Markenbotschaftern; Autor: Silvia Danne; Verlag: Linde 2015, 256 Seiten; 29,90 Euro; ISBN-13: 978-3709306048



Paula Slomian: Ein Buch, das mir verrät, wie Kunden meine Marke lieben lernen und zu echten Markenbotschaftern werden, klingt ein bisschen nach heiligem Gral. Gefüllt ist eben dieser zunächst mit reichlich Denglisch: Communiting, SSP, Marketing 4.0 –

wie originell ...

Annett Bergk: Ähnliche Gedanken hatte ich auch, als ich das Buch zum ersten Mal in den Händen hielt. Ein bisschen bizzig und dazu noch so „unglaublich gülden“, dass meine Oma vor gespielter Ehrfurcht die Lippen spitzen und die Augenbrauen hochziehen würde. „Love Brands“ – so scheint es – ist die Louis Vuitton Tasche unter den Fachbüchern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Ganz dicke Dinger – Kürbis ist in



(nsb) Der schwerste wog mehr als eine Tonne, ein anderer flog genau 1.690,25 Meter weit. Die Rede ist von Kürbissen: Den Gewichts-Champion

schaffte im Oktober 2014 der Schweizer Züchter Beni Meier, der Rekord im Kürbis-Weitwurf gelang mittels einer Luftdruck-Kanone 2010 im Städtchen Moab im US-Bundesstaat Utah. Kürbis ist neben alledem eine essbare Frucht, genau genommen sogar eine Beere. Seit mindestens 10 000 Jahren werden Kürbisse gezüchtet, für die Ureinwohner Amerikas waren sie ebenso wichtig wie Mais oder Kartoffeln. Wir denken üblicherweise an mehr oder minder kugelige Formen – aber auch die Zucchini gehören zur großen Familie der Kürbisse.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gerücht: Hauptsache, wir haben eine Headline

(nsb) „Das Herz einer Frau, der Magen einer Sau, der Inhalt einer Worscht, sind noch immer unerforscht!“ Dieser Spruch warnte schon lange, bevor es die Weltgesundheitsorganisation (WHO) gab, davor, einer Wurst allzu viel Vertrauen zu schenken. Nun ist die WHO auch dahinter gekommen. Wurst sei krebserregend, und alles Fleisch von Schwein, Rind, Lamm, Wild oder Pferd könne Darmtumore auslösen, so hätten 22 Krebsforscher in einer Meta-Studie herausgefunden. – Endlich hatten die Medienmacher einen Grund, ihre Schlagzeilen nicht dauernd aus dem Flüchtlingsandrang oder Seehofers diesbezüglichen Bannflüchen gen Berlin ableiten zu müssen.

„Müssen wir alle Vegetarier werden?“, sorgte sich sogar die seriöse „F.A.Z.“. Die „Bild“-Zeitung war schon auf der Suche nach der „gefährlichsten Wurstsorte.“ Wer „WHO + Wurst“ googelt, bekommt fast 1,2 Millionen Treffer. Dabei ist die dem Medienhype zugrunde liegende Studie noch gar nicht veröffentlicht. Alle Aufregung beruht lediglich auf einer Pressemitteilung. (Foto: Heinz Ober / pixelio.de)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Termine compact (3) (45. KW-2015)

1. **42. Deutscher Marketing Tag am 3. Dezember:** „Individualisierung 4.0“ – so lautet das Motto des 42. Deutschen Marketing Tags, der am **3. Dezember im Congresscenter Stuttgart** stattfindet. Über Herausforderungen für das Marketing der Zukunft sprechen in diesem Jahr mehr als 40 Referenten vor rund 1.000 Teilnehmern, die erwartet werden. Unter den Gastrednern sind Julia Jäkel, Vorsitzende der Geschäftsführung von Gruner+Jahr, Claudia Bunte, Director Knowledge, Insights & Planning bei Coca-Cola und Olaf Markhoff, Director Communications bei Nike in Deutschland. Weitere Informationen zum Programm direkt auf der [Website zum Marketing Tag](#).

2. **LPRS: Schädler bei WISSEnschaftPRAXIS**
 Unter dem Titel „Streik - Wie man bewegt, wenn nichts mehr fliegt“ wird **Barbara Schädler, Kommunikationschefin der Lufthansa AG**, in Leipzig berichten, wie ihr Unternehmen mit strategisch geplanter Kommunikation auch bei Streiks einen kühlen Kopf und die Meinungshoheit intern wie extern bewahren will. In der Reihe „WISSEnschaftPRAXIS“ wird Schädler auf Einladung der **Leipziger PR-Studenten (LPRS)** am **19. November ab 19 Uhr** ihren Vortrag im Gebäude Burgstraße 21, Raum 5.30 halten. Für alle die nicht vor Ort sein können, ist eine Live-Übertragung per Periscope vorgesehen.
3. **Österreichs PR Gala 2015 am 26. November:** Der österreichische „Staatspreis Public Relations“ sowie die **Ehrung Kommunikator oder Kommunikatorin des Jahres 2015** werden am 26. November in Wien durch das Wirtschaftsministerium und den PR-Verband Austria (PRVA) vergeben. Im Rahmen der **PR-Gala** im Studio 44 der Österreichischen Lotterien in Wien werden ab 18:30 Uhr auch die Sieger in den einzelnen Kategorien bekannt gegeben. Die Festansprache hält PRVA-Präsidentin Susanne Senft. Karten sind über die **PRVA-Website** noch bis zum 20. November erhältlich.

und Kommunikationsfachleute sowie an Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens in der Schweiz, Deutschland und Österreich (Politiker, Sportler, Prominente etc). Eine weitere wichtige Zielgruppe sind PR-Agenturen, Anwaltskanzleien und Berater, die bei ihrer Arbeit mit Krisenthemen oder öffentlich ausgetragenen Rechtsstreitigkeiten („Litigation-PR“) konfrontiert werden.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Studien

Studie: BMW, Google und Max-Planck-Gesellschaft beliebteste Arbeitgeber für junge Berufstätige



BMW ist der beliebteste Arbeitgeber bei jungen Berufstätigen mit wirtschafts- und ingenieurwissenschaftlichem Studienabschluss (siehe Infografik).

Bei den Informatikern liegt Google vorn und bei den Naturwissenschaftlern die Max-Planck-Gesellschaft. Ein attraktives Grundgehalt, Anerkennung von Leistung und eine anspruchsvolle Tätigkeit sind die wichtigsten Faktoren, die ein Unternehmen als Arbeitgeber attraktiv machen. Obwohl die jungen Berufstätigen mit ihrem aktuellen Arbeitgeber mehrheitlich zufrieden sind, will etwa ein Drittel den Job innerhalb des kommenden Jahres wechseln. Dies sind Ergebnisse einer Umfrage der Employer Branding-Beratung Universum, Köln, die mehr als 7.800 Young Professionals zu ihren Erwartungen an Arbeitgeber und Themen rund um Beruf und Karriere befragte.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Bildung

Schweizer Institut für Krisenkommunikation gegründet



Täglich spielen sich in der Öffentlichkeit Krisen und Skandale ab. In den wenigsten Fällen sind die betroffenen Exponenten in der Lage, rasch und glaubwürdig genug zu agieren. Das von Roland Binz (42, Foto) neu gegründete Schweizer Institut für Krisenkommunikation (SIKK) bietet die Möglichkeit, in speziellen Kursen und Seminaren die Fähigkeit zu erwerben, kritische Situationen von Beginn weg glaubwürdig und wirksam zu bewältigen – oder im Idealfall ganz zu vermeiden. Die Schulungen richten sich an Führungskräfte, PR-

Studie: Es muss passen – auch zwischen CSR und Unternehmen



Die Studie kommt gerade recht: Wenige Tage vor dem Beginn des 1. Deutschen CSR Kommunikationskongresses, veranstaltet durch die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) in Kooperation mit dem Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE) am 12. und 13. November in Osnabrück, beschäftigt sich der Blog PRtransfer mit den Einflussfaktoren auf die Bildung eines CSR-Images bei Unternehmen. Für ein positives CSR-Image sollten Unternehmen demnach vor allem Initiativen unterstützen, die mit ihrem Kerngeschäft übereinstimmen – und zwar aus Überzeugung. Dies lässt Unternehmen glaubwürdig erscheinen, sowohl bei Männern als auch bei Frauen, unabhängig von Alter und Bildungsgrad. Zu diesen Erkenntnissen kamen A. Pérez und I. Rodríguez del Bosque, indem sie spanische Bankkunden zum CSR-Image ihrer Banken befragten. Das Ziel der Studie: Die Ermittlung von Einflussfaktoren auf die Bildung des CSR-Image.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Einblicke in die wunderbare Welt der PR



Für mehr Durchblick in der PR-Welt haben nun Studierende der Kommunikationswissenschaften an der Universität Hohenheim selbst gesorgt. Die Studierenden haben eine Broschüre zum Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit konzipiert, die Inhalte recherchiert, Beiträge geschrieben und ins Layout gebracht. Das Ergebnis ist die 60-seitige **Broschüre „Durchblick – Die Welt der PR“**. Unter fachkundiger Anleitung von Veit Mathauer, Geschäftsführer

der Stuttgarter PR-Agentur Sympra GmbH und Lehrbeauftragter an der Universität Hohenheim, sowie in Kooperation mit der Landesgruppe Baden-Württemberg der Deutschen Public Relations Gesellschaft e. V. (DPRG) ist eine faktenreicher Beitrag über die Welt der PR entstanden. In „Durchblick“ beleuchten die Studierenden das Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit aus unterschiedlichen Perspektiven. Mathauer betreute an der Hochschule das Seminar „Zielgruppengerecht texten“.

Preise und Awards

Digitale Strategien gesucht: neuer „Thought Leadership Award“ von DPRG und Unicepta

Das Kölner Medienanalyseunternehmen Unicepta und die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Berlin, suchen die innovativsten Kommunikatoren Deutschlands. Dafür heben sie zusammen den „Thought Leadership Award“ aus der Taufe. Gesucht, identifiziert und prämiert werden Public-Relations-Profis, die es schaffen, ihre Organisation bei einem jährlich neu definierten Megathema nachhaltig in der öffentlichen Debatte zu positionieren. Im Fokus des ersten Wettbewerbs steht das Thema „Digitalisierung“: Welche Unternehmen sind medial besonders sichtbar – und zwar in den Bereichen Social Media, Print- und Online-Kommunikation? Welche werden dabei zudem positiv besprochen? Und bringen sich kontinuierlich mit einer konsistenten Story in die relevanten Diskurse ein?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Fünf Gold-Gewinner bei den GWA Effie Awards 2015

Bei einer Gala im Gesellschaftshaus Palmengarten in Frankfurt am Main wurden am 5. November die GWA Effie Awards verliehen. Insgesamt fünf Einreichungen erhielten die begehrten Trophäen in Gold. Zu diesen Gewinnern zählen die Rügenwalder

Mühle mit der Agentur BrawandRieken in der Kategorie „New-New“, Three Sixty Vodka und die Agentur Track in der Kategorie „David vs. Goliath“ sowie



die Kampagne „Umparken im Kopf“ von Opel und Scholz & Friends, die sich als „Comeback“ durchsetzte. Außerdem gewannen Hornbach und die Agentur Heimat sowie Astra mit der Agentur Philipp und Keuntje jeweils eine Gold-Trophäe in der Kategorie „Evergreen“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationale Kreativszene in Berlin: Red Dot Gala zu Ehren der Jahresbesten



Am 6. November wurden im Konzerthaus Berlin die Sieger des „Red Dot Award: Communication Design 2015“ geehrt. In Anwesenheit von 1.400 Gästen erhielten sieben Kreativprojekte die höchste Einzelauszeichnung im Wettbewerb: den Red Dot: Grand Prix. Einen dieser begehrten Preise konnte sich die Werbeagentur Scholz & Friends für ihre Kampagne „Closed for Inventory“ sichern. Auch Strichpunkt Design hat es geschafft, diesmal mit dem Jahresbericht für die Trumpf GmbH. Red Dot: Agency of the Year 2015 wurde die Agenturgruppe Leo Burnett (Foto), Red Dot: Brand of the Year 2015 wurde LG Electronics.

Für alle, die nicht dabei sein konnten: Die 82 Siegerarbeiten der Preisträger des Red Dot: Best of the Best und Red Dot: Grand Prix werden ab dem 8. November 2015 im Museum für Kommunikation gezeigt. Die Ausstellung „Best Communication Design – Red Dot Winners Selection 2015“, die zudem alle ausgezeichneten Projekte der diesjährigen Red Dot: Agency of the Year präsentiert, läuft bis zum 10. Januar 2016.

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter November

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (ca. 24.000) in Deutschland (Print / Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk / Radio + Fernsehen, Online (seit 2003)). Im Oktober 2015 wurden 10.432 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 15.075 Medien. Der monatliche „Stamm Medien-Newsletter“ informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (49)

Volontariat/Trainee

Die 11 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- [Senior Account Manager \(m/w\) PR & Digital, Stuttgart](#)
- [Komm zu uns als Berater Consumer Electronics \(m/w\), Hamburg](#)

- Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Bauen und Wohnen, Hamburg
- Senior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Lifestyle, Hamburg
- PR-Berater (m/w) & PR-Junior-Berater (m/w), Willich
- (Senior) Content Strategist (m/w), Hamburg
- Redakteur (m/w) mit ausgewiesener IT/TK-Kompetenz, Köln
- PR-Trainee, PR-Assistent/in mit Tatendrang und Ambition, Hamburg
- PR-Berater (m/w) für die Themen Wein & Genuss, Speyer
- Jeschenko MedienAgentur Berlin sucht Junior PR-Berater (m/w)
- Junior-PR-Berater (m/w), München
- Junior Consultant (m/w), München
- (Junior) Berater Marken-PR (m/w), München/Düsseldorf/Hamburg
- PR-Berater und Projektmanager (m/w) in Karlsruhe
- Junior-PR-Berater/-in Schwerpunkt Technik und Industrie, Köln
- PR- Manager (m/w) bei BAGO DIWA \ WORKS, Berlin
- schönknecht : kommunikation sucht PR-Juniorberater/in, Hamburg
- Senior Account Manager PR / Stellv. Teamleitung (m/w), Hamburg
- PR- und Social Media-Berater/in, Düsseldorf
- Publik sucht eine/n Corporate-Publishing-Redakteur/in, Ludwigshafen a.R.
- Essener Agentur sucht PR-Junior-Redakteurin und -Berater/in
- PR / Pressereferent/in, Bozen
- 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

Medien

- Jungredakteur/in, Köln

Unternehmen

- (Senior) Public Relations Manager (m/w), München
- Manager Marketing & Unternehmenskommunikation (m/w), Heidelberg

Verbände (Non-Profit)

- PR-Referent (m/w), Berlin
- Mitarbeiter/in für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Speyer

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 9. November 2015 um 18:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.970 aktive Empfänger** versandt. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 17.538 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 Page-Impressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 942 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,4 Seiten aufgerufen.