

PR-Journal Newsletter

Nr. 497 / 50. KW 2015

Seite 1

Studenteninitiativen zu GPRA-Mindeststandards: Attraktivität von Agenturen nicht erhöht

campus relations

kommoguntia e.V. KOMMO
DIE STUDENTISCHE PR-INITIATIVE

LPRS
LEIPZIGER PUBLIC RELATIONS STUDENTEN E.V.

PRSH.
Public Relations Studierende Hannover e.V.

Die Reaktion hat nicht lange auf sich warten lassen. Nur einen Tag nachdem die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) am 10. Dezember ihre Mindeststandards für Traineeships veröffentlichte, reagierten die PR-Studenteninitiativen aus Hannover, Leipzig, Münster und Mainz mit einer gemeinsamen Erklärung. Ihre Kritik richtet sich vor allem gegen die Höhe der Mindestvergütung in Höhe von 1.600 Euro im Monat und die Dauer der Ausbildung. Doch bei dieser Kritik lässt es der Nachwuchs nicht bewenden, er setzt sich insgesamt differenziert mit den GPRA-Mindeststandards auseinander. Die Stellungnahme im Wortlaut:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA verabschiedet Mindeststandards für Trainees



Nach Festlegung der Mindeststandards für Praktikanten hat die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) sich jetzt auch auf Mindeststandards für Trainees geeinigt. Sie bilden künftig die Basis für die Traineeausbildung in Mitgliedsagenturen der

GPRA. Die Standards sollen den Qualitätsanspruch der GPRA und das Engagement der Mitgliedsagenturen für transparente und gute Ausbildungsbedingungen unterstreichen. Festgelegt wurde unter anderem fachspezifische Inhalte, die vermittelt werden sollen. Dazu gehören unter anderem die Vermittlung von Grundlagen im Bereich Storytelling & Content Marketing, das „Erlernen operativer Arbeit in der Kommunikation“ und der Bereich Medienbeobachtung & Social Media Monitoring inklusive qualitativer Auswertungsmethoden / Kommunikationscontrolling. Die Dauer der Trainees soll – je nach Vorkenntnissen 12 bis 18 Monate umfassen und die Vergütung monatlich mindestens bei 1.600 Euro liegen. Die Mindeststandards im Wortlaut finden sich am Ende des Beitrags. GPRA-Präsident Uwe A. Kohrs (Foto) bewertete die Einigung im Kreis der Mitglieder positiv.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Wechsel in der Unternehmenskommunikation bei dpa



Chris Melzer (43, Foto l.; © Justin Lane/Michael Kappeler/dpa), derzeit Büroleiter der Deutschen Presse-Agentur (dpa) in New York, übernimmt am 1. Februar 2016 die Leitung der Pressestelle. Christian Röwekamp (45, r.) kehrt nach knapp fünf Jahren als Unternehmenssprecher in die Redaktion zurück und wird vom Februar 2016 an in Berlin den dpa-Themendienst leiten. Er folgt dort auf Andreas Heimann, der als Redakteur für Medienthemen ins Panoramaresort im dpa-Newsroom wechselt. Der Themendienst ist die Verbraucherthemen- und Ratgeberredaktion der dpa-Gruppe mit Ressorts von Reise & Tourismus über Beruf & Bildung und Gesundheit bis hin zu Auto / Verkehr, Bauen / Wohnen, Lifestyle / Mode sowie Geld / Finanzen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Inhaltsverzeichnis

Der 497. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 29 Einzelmeldungen.

1. *Studenteninitiativen zu GPRA-Mindeststandards: Attraktivität von Agenturen nicht erhöht*
2. *GPRA verabschiedet Mindeststandards für Trainees*
3. *Wechsel in der Unternehmenskommunikation bei der Nachrichtenagentur dpa*
4. *Personalien compact - Sonstige (2) (50. KW-2015)*
5. *Personalien compact - Agenturen (7) (50. KW-2015)*
6. *Personalien compact - Unternehmen (7) (50. KW-2015)*
7. *Faktor 3 kommuniziert für eBay in Deutschland*
8. *Etats compact (7) (50. KW-2015)*
9. *komm.passion-Dossier Oktober 2015: „Lass das mal den Papa machen“*
10. *Agenturen compact (1) (50. KW-2015)*
11. *Reputation ist den Unternehmen wichtig - aber nur wenige messen sie*
12. *Branche compact (1) (50. KW-2015)*
13. *Medien compact (1) (50. KW-2015)*
14. *Erster Influencer-Knigge auf der #INREACH vorgestellt*
15. *Social Media compact (1) (50. KW-2015)*
16. *Autorenbeitrag zur Priorisierung von Kommunikations-Projekten: „Alles wichtig oder was?“*
17. *Kommentar: Mindestvergütung: Die GPRA tappt in die Gehaltsfalle*
18. *Gericht: Unbekannte Kostbarkeiten – Pataten, Topinambur und Queller*
19. *Termine compact (1) (50. KW-2015)*
20. *Bildung compact (1) (50. KW-2015)*
21. *Per empirischer Studie ermittelt: Lächeln lässt CEOs positiv wirken*
22. *BCP Award heißt jetzt „Best of Content Marketing“*
23. *Tipps: Feedly und Google-Alert einrichten und keine (PR-)News mehr verpassen*
24. *Jobbörse*
25. *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 - Sonstige (2) (50. KW-2015)

1. **Hauptthema "Flüchtlingspolitik" - Langenbach kommuniziert für Gesundheitssenatsverwaltung: Sascha Langenbach** (48) ist seit dem 1. Dezember Pressereferent in der Berliner Senatsverwaltung für Gesundheit und Soziales. Die Position wurde neu geschaffen. Langenbach soll sich vor allem um das Thema "Flüchtlingspolitik" kümmern. Er berichtet an die Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Senatsverwaltung, **Regina Kneiding**. Zuvor war Langenbach Bezirksamtssprecher für Friedrichshain-Kreuzberg. Der Senatsverwaltung untersteht das aktuell in die Schlagzeilen geratene Landesamt für Gesundheit und Soziales (La-GeSo).
2. **Tuffs leitet Unternehmenskommunikation des Klinikums Nürnberg: Annette Tuffs** (56) ist seit dem 1. Oktober Leiterin der Unternehmenskommunikation und Pressesprecherin beim Klinikum Nürnberg und bei der Paracelsus Medizinischen Privatuniversität in Nürnberg. Sie berichtet an den Vorstand des Klinikums Nürnberg, **Alfred Estelmann**, sowie an den Vize-Rektor der Paracelsus Medizinischen Privatuniversität, **Wolfgang Söllner**. Tuffs folgt auf **Peter Petrich**, der in den Ruhestand gegangen ist. Zuvor war sie Pressesprecherin des Universitätsklinikums Heidelberg.

**Personalien compact - Agenturen (7)
(50. KW-2015)**

1. **Serviceplan Content Hamburg erweitert Führungsstruktur:** Die auf Content Marketing spezialisierte Agentur Serviceplan Content Hamburg erweitert ihre Führungsstruktur: **Melanie Hart** (35) rückt zu **Thomas Wallek** in die Geschäftsführung auf; **Marek Sievers** (48) und **Jan Grothklags** (38) werden zusätzlich in die Geschäftsleitung berufen. Hart stieg 2009 bei Serviceplan Content als Etaddirektorin ein und war ab 2012 als Management Supervisor und ab 2014 als Geschäftsleiterin im Bereich der Beratung tätig. Thomas Wallek bleibt Partner von Serviceplan Content Hamburg und leitet zusätzlich das Haus der Kommunikation Hamburg. Sievers ist seit 2013 als Creative Director Text bei Serviceplan Content. Grothklags ist seit 2009 als Art Director bei Serviceplan in Hamburg.
2. **Marina Engelhardt-Temme von Grayling zu Hill+Knowlton: Marina Engelhardt-Temme** (29) ist seit dem 1. Dezember neue Beraterin im Technologie-Team der internationalen Kommunikations- und Markenberatung Hill + Knowlton Strategies in Deutschland. Sie arbeitet am Standort Düsseldorf für Kunden aus dem Consumer-Tech- und MarComms-Bereich. Engelhardt-Temme war zuvor bei Grayling in Düsseldorf beschäftigt, wo sie für Kunden aus den Bereichen Technologie und Lifestyle arbeitete und Erfahrung in Corporate Communications sammelte. Sie berichtet an **Ute Richter**, Board Director und Leiterin der Technologiesparte, arbeitet aber auch eng mit **Miriam Holbe**, Board Director und Head of Marketing Communications & Brand PR, zusammen.
3. **Guido Reinking steigt bei Hocke+Partner ein: Guido Reinking** tritt als Achter Partner in das Kommunikationsnetzwerk Hocke & Partner in Gütersloh ein. Der Journalist deckt das Themenspektrum um Mobilität, Automobilindustrie, Vernetzung und Digitalisierung ab. Reinking gilt als Kenner der Automobilindustrie. Neben seiner Agentur Guido Reinking Automotive Press GmbH, die unter anderem das Wirtschaftsmagazin „Capital“ mit Themen rund um das Auto versorgt, ist Reinking Chefredakteur der Messe- und Nachrichtenplattform „New Mobility World“. Zudem produziert er Beilagen mit Schwerpunkt automatisiertes Fahren



- und Vernetzung, die in der „Wirtschaftswoche“ erscheinen.
4. **Neuer Head of Brands bei Kontrast Communication Services: Dirk Jasperneite** ist neuer Head of Brands der Düsseldorfer Full-Service-Agentur Kontrast Communication Services. Jasperneite kommt von Grey Healthcare, wo er acht Jahre tätig war. Zuvor war er unter anderem bei McCann Erickson und Euro RSCG (heute Havas Worldwide) und als systemischer Coach tätig. Bei Kontrast leitet Dirk Jasperneite den Bereich Gesundheitswesen. Als Head of Brands steuert er zudem die Entwicklung und strategische Beratung von Kontrast-Kunden.
 5. **Grendel wird CMO der Agenturgruppe Vertikom: Ilja Grendel** (46) ist ab dem 1. Januar 2016 Chief Marketing Officer der Agenturgruppe Vertikom und verstärkt das Führungsteam um CEO **Oliver Walter** und CSO **Gert Pieplow**. 2014 startete er bei der Dialogfeld Communication Group (heutige Vertikom) als Director Corporate Communications. Im Januar 2015 hatte er zusätzlich die neugeschaffene Position des Director Corporate Strategy übernommen ([wir berichteten](#)). In seiner neuen Funktion verantwortet Grendel die Bereiche Strategie, Marketing und Kommunikation der Agenturgruppe.
 6. **Holtkamp wechselt zu CB.e Clausecker | Bingel AG: Carsten Holtkamp** (38) verstärkt seit dem 1. Dezember die Abteilung Corporate bei der CB.e Clausecker | Bingel AG in Berlin. Der studierte Kommunikations- und Politikwissenschaftler wird vornehmlich Kunden aus der Energiewirtschaft beraten und das Profil der Agentur im Bereich Public Affairs und Krisenkommunikation erweitern. Seit 2007 ist Holtkamp im Agenturgeschäft, mit Stationen bei

Ketchum Pleon, ergo Kommunikation sowie als freier Berater.

7. **Bundschuh leitet HSK-Niederlassung in Bern:** **Anja Bundschuh** (47) leitet ab dem 1. Januar 2016 die neu eröffnete Niederlassung der Agentur Hartmut Schultz Kommunikation GmbH (HSK) in der Schweiz. Vom Standort Bern aus wird sie neben der Kommunikationsberatung für Kunden in der Schweiz insbesondere auch den Bereich Public Affairs für die HSK für schweizerische und deutsche Kunden aufbauen. Während der vergangenen vier Jahren war sie als Interim-Managerin und Expertin für strategische Kommunikation und Public Relations für Unternehmen und Institutionen in der Schweiz tätig. Zuvor leitete sie über sieben Jahre den Bereich Public Affairs Europe der eBay International AG in Bern.

Personalien compact - Unternehmen (7) (50. KW-2015)

1. **Radau leitet Kommunikation bei Teads:** **Björn Radau** (37) ist seit dem 1. Dezember Director Marketing & Communications DACH beim Videovermarkter Teads, Hamburg. Er berichtet an den Managing Director DACH & Eastern Europe, **Christian Griesbach**. Radau war zuvor Director Public Relations bei der Ströer Digital Group. Er folgt auf **Florian Brill**, der das Unternehmen verlassen hat.
2. **Spörk kommuniziert für Telekom Austria:** **Ingrid Spörk** (45) ist seit dem 1. Oktober Leiterin Corporate Communications & Sustainability der Telekom Austria Group und deren Tochter A1, Wien. Zuständig ist sie für die konzernweite externe und interne Kommunikation sowie für die Nachhaltigkeitsthemen des Konzerns. Zuletzt war Spörk Managing Director bei der Agentur Grayling. Sie folgt auf **Peter Schiefer**, der das Unternehmen Ende September verlassen hatte.
3. **Knapp Social Media Managerin bei Michelin:** **Ines Knapp** (38) ist neue Social Media Managerin für Deutschland, Österreich und die Schweiz beim Reifenhersteller Michelin, Karlsruhe. Sie berichtet an die Direktorin Kommunikation, **Gudrun Langer**. Zuletzt war Knapp für Michelin Restaurants im Bereich Marketing und Kommunikation tätig.
4. **Hempstead leitet Kommunikation bei Lafarge Holcim:** **Caroline Hempstead** (58) ist

KOMM-PASSION

seit dem 1. Dezember Head of Communications, Public Affairs und Sustainable Development bei Lafarge Holcim mit Sitz in Rapperswil-Jona, Schweiz. Sie berichtet an Chief Executive Officer **Eric Olsen**. Zuletzt war sie beim Pharmaunternehmen Astra Zeneca als Head of Corporate Affairs tätig.

5. **Kesper führt Pressebüro von WestLotto:** **Viktoria Kesper** (28) ist seit dem 1. Dezember neue Referentin für Presse und Kommunikation bei Deutschlands größtem Lotterieveranstalter WestLotto in Münster. Sie folgt auf **Yvonne Quadt**, die in Elternzeit gegangen ist. Kesper war zuvor für die Zeitung „Express“ in Köln tätig. Sie berichtet bei WestLotto an den Leiter der Unternehmenskommunikation, **Axel Weber**.
6. **Reemtsma mit neuer Kommunikationschefin:** **Doreen Schink** (37) hat zum 1. November die Leitung der Corporate Communications bei den Reemtsma Cigarettenfabriken in Hamburg übernommen. Gleichzeitig ist sie Pressesprecherin und somit zuständig für die gesamte externe und interne Kommunikation. Vorgängerin **Svea Schröder** verantwortet im Bereich Group Communication nun die interne Kommunikation für den Bereich Manufacturing, Supply and Research & Development (MSRD) innerhalb der gesamten Gruppe. Schink arbeitete vorher als freie Kommunikationsberaterin unter anderem für die Unternehmens- und Finanzkommunikation von Beate Uhse. Sie berichtet künftig an den Director Corporate Affairs, **Christian Cordes**.
7. **Bianca Bauer yammert bei Microsoft Deutschland:** **Bianca Bauer** (26) ist seit dem 1. Dezember Communications Manager Social Business bei der Microsoft Deutschland GmbH, Unterschleißheim. Zuvor startete sie im August 2014 als Volontärin mit den Schwerpunktthemen Social Media und Interne Kommunikation bei Microsoft Deutschland. In ihrer

neuen Funktion verantwortet sie die interne Kommunikation rund um die Social Enterprise Plattform Yammer. Sie berichtet in ihrer Rolle an **Anna-Lena Müller**, ebenfalls in neuer Funktion als Communications Manager influencer Relations.

Etats

Faktor 3 kommuniziert für eBay in Deutschland



Die Hamburger Kommunikationsagentur Faktor 3 verantwortet seit Kurzem die kontinuierliche sowie projektbezogene Kommunikation von eBay im Bereich Corporate. Dies beinhaltet die Content-Entwicklung, das Reputation Management sowie die Bereiche Media Relations und Issues Management. „Faktor 3 konnte uns im Pitch mit einem starken Strategie-Part sowie kreativen Ideen für zukünftige Kampagnen überzeugen. Gemeinsam werden wir insbesondere die Positionierung von eBay als starker Partner des Handels weiter vorantreiben“, so Maike Fuest, Director Communications eBay Germany.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Etats compact (7) (50. KW-2015)

1. **FRL Communication gewinnt Uhrenlabel Pop-Pilot**
wer: Uhrenlabel Pop-Pilot, Hamburg
was: Klassische PR, Celebrity Endorsement und Social Influencer Relations
an: **FRL Communication**, Hamburg
2. **Neukunde für segara Kommunikation**
wer: Chiva-Som, Hua Hin, Thailand
was: Pressearbeit im DACH Raum für das Resort
an: **segara Kommunikation GmbH**, München
3. **Smart PR betreut Online-Magazin von Škoda**
wer: Škoda Auto Deutschland GmbH,



- Weiterstadt
was: Konzeption & redaktionelle Betreuung Online-Magazin "extratouch"
an: **Smart PR GmbH**, Düsseldorf
4. **Hirschtec gewinnt Ritter Sport**
wer: Alfred Ritter GmbH & Co. KG, Waldenbuch
was: Konzept & Roll-Out des Intranets
an: **Hirschtec GmbH & Co. KG**, Hamburg
 5. **Werbewelt promotet Nahrungsergänzungsmittel Men's Health Pro**
wer: Omega Pharma Deutschland GmbH, Herrenberg
was: PR, Social Media und TV Commercials
an: **Werbewelt AG**, Stuttgart
 6. **Schwartz PR kommuniziert für Webhosting-Plattform Weebly**
wer: Tech Startup Weebly, Europaheadquarter in Berlin
was: Produkt- und Unternehmenskommunikation
an: **Schwartz PR**, München
 7. **KHS Gruppe beauftragt PR-Agentur Sputnik**
wer: Systemanbieter von Abfüll- und Verpackungsanlagen KHS Gruppe, Dortmund
was: Pressearbeit im In- und Ausland, Messebegleitung
an: **Sputnik GmbH**, Münster



Agenturen

komm.passion-Dossier Oktober 2015: „Lass das mal den Papa machen“



„Lass das mal den Papa machen“ war nicht nur der Titel der Film-

Komödie „Stromberg – Der Film“. Mit dieser Überschrift hat die Düsseldorfer Kommunikationsagentur komm.passion auch ihr neuestes Dossier versehen. Nicht ganz zufällig: Denn die Film-Komödie war in Deutschland bisher eines der erfolgreichsten Crowdinvesting-Projekte. Und genau zu diesem Thema hat komm.passion jetzt die Erfolgsformel „AUTO“ zusammen mit zehn Goldenen Regeln für professionelle Kommunikation entwickelt. AUTO steht dabei für Authentisch, Unmittelbar, Transparent und Offen. Die zehn „Goldenen Regeln“ umreißen für die Kommunikation, wie sehr es auf Transparenz, Professionalität, Servicequalität und Schnelligkeit ankommt. Agenturchef Alexander Güttler (Foto r.) und Michael Ewert (l.) aus der kaufmännischen Beratung zeigen auf, wie sich die Zielgruppen mobilisieren lassen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (1) (50. KW-2015)

1. **Plan.Net gründet Agentur für Content Marketing:** Mit 25 Mitarbeitern und Kunden wie Bosch Home Appliances, Germanwings, Schaeffler und Western Union geht Plan.Net Content Marketing an den Start. Die Agentur entsteht aus dem gleichnamigen Geschäftsbereich der Münchner Serviceplan-Tochter, der im Januar 2014 gegründet wurde. Die Leitung übernehmen **Marcus Ambrus** als Geschäftsführer sowie **Jan Woratschek** als Geschäftsführer. **Sonja Kellinger** (Director Strategy) und **Verena Schoy** (Director Operations) komplettieren das Führungsteam. Plan.Net Content Marketing bietet End-to-End-Lösungen im Be-

Wenn „moderner Journalismus“ den Journalismus abschafft...

Die FAZ durchleuchtet mit Hilfe des gemeinnützigen Recherchezentrums CORRECT!V das Geschäftsmodell der Sparkassen.

Lesen Sie hier, wie der Sparkassen-Kommunikationschef Christian Achilles über diesen neuen Rechercheansatz denkt – und was der FAZ-Online-Chef Mathias Müller von Blumencron *ihm darauf antwortet*.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

reich Content Marketing an – von der Strategieentwicklung über die Erstellung redaktioneller Inhalte bis hin zu zielgenauer Ansprache und Erfolgsmessung.

Branche

Reputation ist den Unternehmen wichtig - aber nur wenige messen sie



Nur jedes vierte Unternehmen in Deutschland untersucht regelmäßig, wie sich die eigene Reputation entwickelt.

Außerdem setzen Kommunikationsprofis in erster Linie auf Pressearbeit, um positiv auf den guten Ruf einzuwirken. So lautet das Fazit des neuen PR-Trendmonitors "Reputationsmanagement" der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor. Dazu wurden im Oktober 513 Beschäftigte in Pressestellen und PR-Agenturen befragt. Die Ergebnisse sind in einem kostenlosen Whitepaper erhältlich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (1) (50. KW-2015)

1. **Kreativkartell - Netzwerk von Freelancern gegründet:** Fachleute aus Marketing und Kommunikation aus dem Rhein-Main-Gebiet haben sich zusammengeschlossen – zum „Kreativkartell“ in Frankfurt am Main. Es ist zunächst im Rhein-Main Gebiet vernetzt und vereint aktuell 14 Freelancer für Marketing und Kommunikation. Alle Mitglieder arbeiten für regionale, nationale und internationale Unternehmen. Die Idee des Kreativkartells: ganz nach den Anforderungen von Projekten in flexiblen Teams zusammen arbeiten und den Kunden ohne administrativen Ballast direkt ans Ziel führen. Das Netzwerk der Kreativen, das sich nicht als Agentur versteht, startet aktuell. Weitere Informationen gibt es auf der [Kreativkartell-Website](#).

Medien

Medien compact (1) (50. KW-2015)

1. **Fredrich neue Chefredakteurin der „Wirtschaftswoche Online“:** Silke Fredrich (37) leitet seit dem 1. Dezember als Nachfolgerin von Franziska Bluhm die Online-Redaktion der „Wirtschaftswoche“ in Düsseldorf. Sie ist verantwortlich für sämtliche redaktionelle Inhalte sowie den Ausbau der Website als Themen- und Debattenportal für Wirtschaft, Politik und Finanzen. Gleichzeitig ist sie damit Mitglied der Chefredaktion der „Wirtschaftswoche“. Vorgängerin Bluhm hat als Leiterin für Digitale Vernetzung markenübergreifenden Aufgaben in der Verlagsgruppe Handelsblatt übernommen. Fredrich berichtet an die Chefredakteurin der "Wirtschaftswoche", Miriam Meckel.

Social Media

Erster Influencer-Knigge auf der #INREACH vorgestellt

Die Zusammenarbeit mit Influencern ist "the next big thing", meint eine amerikanische Fachzeitschrift. Damit diese nicht in beiderseitiger Enttäuschung endet, hat die Berliner Agentur Brandpunkt

Wie läuft's?

Leistungsdiagnose mit Lautenbach Sass.

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

einen Knigge für den richtigen Umgang mit diesen Meinungsführern mit hoher Reichweite in den sozialen Netzwerken vorgestellt. Anlass war die [#Inreach](#), Deutschlands erste Konferenz für Influencer Marketing, die am 7. Dezember in Berlin stattfand. Das "PR-Journal" war Medienpartner der Konferenz, an der bekannte Blogger, Instagrammer, YouTube sowie Vertreter von Unternehmen teilnahmen.



Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Social Media compact (1) (50. KW-2015)

1. **Google zeichnet meinestadt.de-App "Jobbörse" aus:** In Deutschland gab es im Juli 2015 laut Statista rund 46 Millionen Besitzer

von Smartphones. Die jungen Bewerber nutzen es fast ausschließlich zur Jobsuche, aber immerhin auch noch 63 Prozent der 30 bis 34jährigen. Job Apps zeichnen sich dabei nicht immer durch große Beliebtheit aus. Zu unklar ist der Nutzen. Ausnahmen machen die Apps der führenden Jobbörsen. Ein Beleg dafür: Die Smartphone-App "[Jobbörse](#)" von [meine-stadt.de](#) ist auf der "Best of Play Store 2015"-Liste von Google – als einzige Job-App überhaupt. Die Google-Play-Bestenliste ist ein Ranking des deutschen Google-Play-Teams, das von mehreren Kriterien beeinflusst wird, etwa ob eine App gut bewertet oder regelmäßig aktualisiert wurde.

Autoren-Beiträge

Autorenbeitrag zur Priorisierung von Kommunikations-Projekten: „Alles wichtig oder was?“



Gute Kommunikation beginnt nicht mit ausgeklügelten Strategien, sondern mit der Berücksichtigung einfacher Grundsätze. Von diesem Motiv geleitet, hat sich „PR-Journal“-Autor Wolfgang Griepentrog (Foto) in diesem Jahr in etlichen Beiträgen mit der Planung und der Qualitätssicherung im Kommunikationsmanagement befasst. Konsequenter fügt er seinen Betrachtungen nun einen weiteren Aspekt hinzu und weist aktuell auf ein kleines, aber aus seiner Sicht wesentliches Detail hin, das Kommunikationsmanager gerne vernachlässigen: die Einordnung von Maßnahmen und Projekten mit Blick auf ihren Beitrag zum Kommunikationsprofil und zum Unternehmenserfolg. Griepentrog plädiert dafür, die konsequente Differenzierung und Priorisierung der Kommunikationsaktivitäten in Basis-, Service- und Highlight-Aktivitäten ernst zu nehmen. Seine Botschaft hat er in drei Teile unterteilt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Kommentare

Kommentar: Mindestvergütung: Die GPRA tappt in die Gehaltsfalle

Die schlechte Botschaft vorab: So werden die GPRA-Agenturen keine motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewinnen, PR-Absolventen schon einmal gar nicht. Mit den [gestern veröffentlichten Mindeststandards](#) für Trainees und einer Mindestvergütung von 1.600 Euro im Monat hat die Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) einen der Grundsätze im Personalmanagement missachtet. Dieser lautet: Das Gehalt muss als angemessen empfunden werden. Was angemessen ist, das beurteilen nicht die Arbeitgeber, in diesem Fall die Agenturen oder der Verband, sondern die Bewerber.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Unbekannte Kostbarkeiten – Pataten, Topinambur und Queller



(nsb) Kein Mensch weiß, wann die Menschen gelernt haben, welche Frucht essbar ist und welche nicht. Wir wissen

nur, welche erstaunliche Vielfalt uns die Natur anbietet, damit wir nicht hungern müssen. Die größten Sattmacher seit der Erfindung des Ackerbaus sind Getreide, Reis und Mais. Aber viel früher schon müssen die Menschen Wurzeln und Knollen ausgegraben haben, um sich davon zu ernähren. Aber wer kennt Pataten und Topinambur? Und was macht man mit Queller?

Pataten haben im englischen Sprachraum ihren Namen an die Kartoffel abgegeben – potatoes haben aber mit der Süßkartoffel (Foto), so kennt man sie in Deutschland, wenig gemein. Vielmehr gehören Pataten in die gleiche Pflanzengruppe wie ein lästiges Unkraut unserer Gärten, die Ackerwinde. In Peru haben sich Reste von Süßkartoffelsamen aus der Zeit vor 10000 Jahren erhalten, wir haben es mit einer der ältesten Kulturpflanzen überhaupt zu tun. Verbreitet hat sich ihr Anbau über die gesamten Tropen und Subtropen. Weltweit stehen Pataten auf einem der Spitzenplätze der Sattmacher, mit 103 Millionen Tonnen erreichen sie nach Kartoffeln und Maniok den dritten Platz unter den Knollengewächsen. Allein in China werden 70 Prozent davon erzeugt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Termine

Termine compact (1) (50. KW-2015)

1. **DPRG-NRW lädt ein zum Neujahrsempfang:** Save the date. Am **2. Februar 2016** ist die Lan-



desgruppe Nordrhein-Westfalen der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) ab **18:30 Uhr** zu Gast bei einem der führenden Immobilienunternehmen Deutschlands, der Vonovia SE in Bochum. Kommunikationsleiter Klaus Markus und sein Team werden an diesem Abend Einblick geben in den Change-Prozess des Unternehmens – von der Leitbildentwicklung über die Erarbeitung einer Corporate Identity bis hin zu neuem Namen und Logo. Zugleich begeht die DPRG-NRW an diesem Abend ihren Neujahrsempfang.

Bildung

Bildung compact (1) (50. KW-2015)

1. **Leipzig School of Media präsentiert neues Kursprogramm:** Die Leipzig School of Media (LSoM) hat ihr **Kurs- und Seminarprogramm für 2016** veröffentlicht. Journalisten, Marketing-Verantwortliche und andere Medienschaffende können an der LSoM im kommenden Jahr zwischen mehr als drei Dutzend Veranstaltungen wählen. Das Themenspektrum reicht von Brand Storytelling über Content-Marketing und Social-Media-Management bis hin zu Audio- und Videoproduktion. Interessierte können das Kursprogramm über die [LSoM-Website](#) einsehen und herunterladen.

Studien

Per empirischer Studie ermittelt: Lächeln lässt CEOs positiv wirken



Es gibt gute Nachrichten für die Kommunikationsverantwortlichen, deren CEOs auf Fotos einen ernsten Gesichtsausdruck zeigen, weil sie meinen, dies würde

sie kompetenter wirken lassen. Die guten Nachrichten kommen von Jan Schwentke. Jan Schwentke hat im Sommersemester 2013 an der Hochschule Hannover seine Masterarbeit zum Thema „Die Wirkung fotografischer Darstellungen von Spitzenführungspersonal“ geschrieben. Eines der Ergebnisse seiner empirischen Studie an der Hochschule Hannover: Der ernste Gesichtsausdruck muss nicht sein. Das Gegenteil ist der Fall. Lächeln lässt CEOs positiv wirken. Allerdings vermitteln unterschiedliche Mimiken der Freude verschiedene Attribute. Ein echtes Lachen wirkt in erster Linie sympathisch und attraktiv. Glaubwürdigkeit wird bei weiblichen CEOs am ehesten durch ein Zahnlächeln (siehe Foto) in Kombination mit einer zugewandten Gestik vermittelt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Preise und Awards

BCP Award heißt jetzt „Best of Content Marketing“



Mit neuem Namen und neuen Kategorien startet am 7. Januar 2016 der Wettbewerb „Best of Content Marketing“ (BCM). Ausrichter des Awards, der von 2003 bis 2015 „BCP Best of Corporate Publishing“ hieß, ist der Verband Content Marketing Forum (CMF) in

München. Unternehmen und Content-Marketing-Dienstleister können sich mit ihren Publikationen bis zum 5. Februar 2016 bewerben, Unternehmensberichte können bis zum 12. April für den BCM 2016 eingereicht werden. Im Zuge der Neupositionierung und Umbenennung des Forums wurden auch der Wettbewerb und der damit verbundene Kongress weiterentwickelt und umbenannt. Die Kategorien des „Best of Content Marketing“ unterteilen sich in die Bereiche Customer, Internal, Reporting und Specials, in denen jeweils nach Zielgruppen, Branchen und Medienformen unterschieden wird. Neu hinzugekommen sind die beiden Bereiche Campaign und Sales.



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps

Feedly und Google-Alert einrichten und keine (PR-)News mehr verpassen

Nie mehr die neuesten Nachrichten vom „PR-Journal“ verpassen! Das funktioniert mit Hilfe von „Feedly“ oder mit „Google-Alert“. Beide Tools helfen, sich Tag für Tag gewünschte Nachrichten zu

ganz unterschiedlichen Themen zusammenstellen zu lassen. Das gilt natürlich nicht nur für Nachrichten aus dem PR-Umfeld, sondern für News und Posts aller Art und aller Quellen. So werden auf einen Blick relevante News, RSS-Feeds und Twitter-Postings angezeigt. Bei „Feedly“ handelt sich um einen Cloud-Dienst, der gewünschte Feeds übersichtlich nach Kategorien sortiert anbietet. „Feedly“ stellt abonnierte Seiten auf Wunsch als Liste, Magazin-, Kachel- oder Volltextansicht dar und bietet Filter-Einstellungen, die beispielsweise bereits gelesene Artikel automatisch ausblenden. Zudem lassen sich Artikel in einer Leseliste für später speichern und in sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter oder Google+ teilen. Feedly ist in der Standard-Version kostenlos, jedoch ist nach Angaben von „heise.de“ ein Gmail-Konto Voraussetzung, um den Dienst nutzen zu können. „Google-Alert“ lässt sich ebenfalls ganz einfach für den eigenen Bedarf konfigurieren.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage



Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (50)

Volontariat/Trainee

Die 9 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- *PR-Berater (m/w), Frankfurt*
- *Junior PR-Berater (m/w), Frankfurt*
- *Junior-PR-Berater (m/w), München*
- *Berater (m/w) für Finanz- und Wirtschaftskommunikation, München*
- *Public Relations Traineeship ab sofort in Berlin*
- *Junior-Berater/in Public Relations, Berlin*
- *Senior-PR-Berater/in für München oder Frankfurt*
- *Leiter Unternehmenskommunikation/Pressesprecher (m/w), Hamburg/Berlin*
- *Berater (m/w) Arbeitgeberkommunikation und Arbeitgebermarke, Wiesbaden*
- *PR-Berater / Redakteur (m/w), Mannheim*
- *Junior Consultant (w/m), München*
- *Team-Assistenz (w/m), Frankfurt a.M.*
- *Junior PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *Consultants (m/w) für Berlin und Leipzig*
- *PR-Berater/in, Berlin*
- *PR-Berater/Junior-Berater/PR-Account Director (m/w) Energie/Technologie/Digitale Wirtschaft, Hamburg*
- *PR-Volontär/in und PR-Manager/in in Münchner Kommunikationsagentur*
- *PR Account Manager (m/w) IT/Wirtschaft bei Akima in München*

- (Junior) PR-Berater (m/w), Hamburg
- PR-Berater (m/w) in Berlin
- Senior PR Berater (m/w) Schwerpunkt Healthcare, Köln
- Kundenberater Food / Lifestyle (w/m), Frankfurt
- PR-Manager Health-Care (m/w), Stuttgart
- 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)

Behörden (Öffentl.Dienst)

- Wissenschaftliches PR-Volontariat, München
- Sachbearbeitung im Stabsbereich Presse und Kommunikation am Standort Bonn

Unternehmen

- PR & Communications Manager (m/w), bei München
- Mitarbeiter (m/w) Unternehmenskommunikation, Kleve
- Referenten (w/m) für Unternehmenskommunikation und Marketing, Lahnstein

Verbände (Non-Profit)

- Leiter/in Digitale Kommunikation, Bonn
- Fachkraft für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit in Freetown, Sierra Leone

Redaktionsschluss

dieser Ausgabe:
Montag, 14. Dezember 2015 um 19:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.893 aktive Empfänger** versandt. Der Gesamtverteiler bei Clever-Reach, Oldenburg, umfasst 17.893 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.