

NEWSLETTER 525

29./30. KW 2016

- ++ Neue Kommunikationschefin bei Kia Motors Deutschland ++
- ++ Bestes Online-Angebot für Journalisten: Audi auf Platz 1 ++
- ++ Von wegen Sommerloch: 35 neue Personalien, 29 neue Etats ++

TOP MELDUNGEN

Wrigley ernennt Jens Christmann zum Global Director →



Jens Christmann (39, Foto l.) übernimmt ab September 2016 die Position des Glo-

bal Director External Affairs bei Wrigley und wechselt damit in die Unternehmenszentrale nach Chicago. Darüber hinaus ist Iris Radière (32, Foto r.) seit Juli 2016 neue Pressesprecherin von Wrigley Deutschland. Als neues Mitglied des Corporate Affairs Leadership Teams wird Christmann künftig innerhalb von Mars Inc. die globale Media Relations-Strategie des Wrigley-Segments verantworten. Überdies steuert er zentral die Öffentlichkeitsarbeit und Public Affairs-Aktivitäten sowie das Issues- und Krisenmanagement des Konzernbereichs. Seine Karriere bei Wrigley begann bereits 2005. Zunächst verantwortete der studierte Politikwissenschaftler das Issues- und Krisenmanagement für Europa, Afrika, Nahost, Russland und Indien. In den letzten fünf Jahren leitete er als Mitglied der Geschäftsleitung die Corporate Affairs-Aktivitäten der Deutschlandzentrale in Unterhaching.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Marcus da Gloria Martins schafft Glaubwürdigkeit →



So schnell wird man – ungewollt – zum Medienstar: Marcus da Gloria Martins (Foto), Pressesprecher der Münchner Polizei, machte am Freitagabend beim

Münchner Amoklauf seine Arbeit, wie man sich das wünscht: sachlich, ruhig, kompetent, besonnen, einfach angemessen. Souverän und beruhigend erklärte er die Lage im Minutentakt. Auf teils blödsinnige Fragen reagierte er nicht genervt, sondern geduldig und vor allem beruhigend. Immer wieder verwies er darauf, dass die Fakten noch nicht ermittelt seien. Zwei Tage später, am Sonntagabend bei einer Sonderausgabe von „Hart aber fair“, legte er nach. Nachdenklich beantwortete er die Fragen nach möglichen Ursachen und verwies auf die Verantwortung der Elternhäuser. Wörtlich sagte er: „Wem geben wir jetzt eigentlich die Verantwortung für soziales Verhalten? Ist da nicht irgendwo einer zuständig? – Es fängt tatsächlich zuhause an. Es geht zuhause los. Es geht damit los, dass Eltern und Kinder ein vernünftiges Verhältnis zueinander haben können und einander vertrauen können. Vertrauen muss zuhause bestehen, in einer zweiten Ebene erst bei Pädagogen, in einer dritten Ebene bei Freunden.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 525. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 70 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1
Wrigley ernennt Christmann zum Global Director →	1
Marcus da Gloria Martins schafft Glaubwürdigkeit →	1
Nachklapp zum CEO-Wechsel bei Ketchum:	
Popp's Abgang erfolgte Knall auf Fall →	3
BAW stellt Studienbetrieb ein – Grundig Akademie rettet Standort Nürnberg →	3
Autorenbeitrag: Wie sich Europa gegen Populismus zur Wehr setzen kann →	3
Personalien	4
Mickan verantwortet Unternehmenskommunikation der deutschen Kia-Tochter →	4
Groth verlässt Bertelsmann Stiftung →	4
Kommunikationschef Michael Knippelmeyer von TNS-Infratest verstorben →	5
Personalien compact - Sonstige (6) (29./30. KW) →	5
Personalien compact - Unternehmen (10) (29./30. KW) →	6
Personalien compact - Agenturen (15) (29./30. KW) →	8
Etats	12
Element C kommuniziert für Hamburger Startup-Programm next media accelerator →	12
komm.passion stylt L'Oréal Paris →	12
Etats compact (27) (29./30. KW-2016) →	12
Agenturen	14
Serviceplan Gruppe weiter auf Wachstumskurs →	14
Schnellstes Strategie-Praktikum der Welt bei Scholz & Friends: So war's →	15
Agenturen compact (5) (29./30. KW-2016) →	15
Unternehmen	16
Bestes Online-Angebot für Journalisten: Audi verdrängt Deutsche Post DHL von Platz 1 →	16
Organisationen	16
DRPR weist Beschwerde gegen Microsoft und WMP zurück →	16
Neuer Präsident im Köln-Bonner Marketing-Club →	17
Organisationen compact (1) (29./30. KW-2016) →	17
Branche	17
Monatsrückblick zum Hören: „PRJ“-Podcast für Juli →	17
Neues Berufsbild für Markenstrategen in Österreich →	17
#30u30: Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Nachwuchsinitiative stehen fest →	18
Medien	18
Media-Analyse II 2016: Zeitungen stabil, Zeitschriften mit leichten Zuwächsen →	18
MA Radio: Radio NRW bleibt an der Spitze →	18

Forum Media Group übernimmt niederländischen Zeitschriftenverlag BCM →	19
Medien compact (1) (29./30. KW-2016) →	19
CSR + Reputation	19
Ausschreibungsstart für Dt. CSR-Preis 2017 →	19
Social Media	20
Weber Shandwick entwickelt „Influencer Score“ →	20
Social Journalism-Studie: So nutzen deutsche Meinungsmacher soziale Medien →	20
Rezensionen	20
Rezension: Propaganda – ein großes, altes Buch →	20
Termine	21
Termine compact (2) (29./30. KW-2016) →	21
Seminare	21
Seminare compact (3) (29./30. KW-2016) →	21
Bildung	22
Erstes Online-Masterstudium „Crossmediale Marketingkommunikation“ bei der DAPR →	22
Studien	22
Fachmedien mögen es persönlich, kurz und visuell →	22
Wie sich Marketing-Entscheider heute informieren →	22
Lesehinweise	23
LobbyControl gibt „Reiseführer“ für den Berliner Politikdschungel heraus →	23
Klaus Eck zur Studie der Otto Brenner Stiftung über „Unternehmensjournalismus“ →	23
Preise und Awards	24
Deutscher PR-Preis 2017: Ausschreibung gestartet →	24
„Wirtschaftsjournalist“ und „PR Report“ küren Wirtschaftsredaktionen des Jahres →	24
Preise und Awards compact (1) (29./30. KW-2016) →	24
Internes - aus der Redaktion	25
PR-Journal im Juli 2016: 25.533 Besucher, 38 neue Jobangebote →	25
GPRA im Dialog	25
Koob-Geschäftsführer Rosenthal: „Erfolgsrezept war und ist das Team“ →	25
Jobangebote	25
Gesuche (3)	25
Angebote (47)	25
Volontariat/Trainee	26
Praktikum	26
Impressum	27

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

Bitte dran denken: Der nächste Newsletter erscheint in 14 Tagen am 16. August!

Nachklapp zum CEO-Wechsel bei Ketchum: Popp's Abgang erfolgte Knall auf Fall →



Die Trennung von Ketchum Pleon und dem bisherigen CEO Dirk Popp (Foto l.) ist nicht nur aus kommunikativer Sicht schlecht gelaufen. Das „**Kommunikationsdesaster**“ haben wir bereits ausführlich behandelt. Doch wie groß das Zerwürfnis zwischen dem früheren CEO Popp und Ketchum tatsächlich ist, zeigen weitere Entwicklungen. So war Popp bereits am 7. Juli – also zwei Tage nach dem offiziellen Bekanntwerden seines Abschieds – nicht mehr unter seiner E-Mail-Adresse von Ketchum Pleon erreichbar. Die automatische E-Mail-Antwort, die man erhielt, lautete: „Dirk Popp has left the company (returning 31.12.2036).“ Dies und die Tatsache, dass selbst Top-Führungskräfte intern nicht über den sofortigen Abschied Popp's informiert wurden, lassen auf einen mehr als überstürzten Abgang schließen. Hinzu kommt sein sofortiges Ausscheiden aus dem Präsidium der Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA).

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

BAW stellt Studienbetrieb ein – Grundig Akademie rettet Standort Nürnberg →



Auf der noch verbliebenen Website steht es in großen Lettern: Der „BAW Studienbetrieb endet“. Damit ist das Ende der 1949 ge-

gründeten Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing e.V. (BAW) in München besiegelt. Ende Juni verkündeten Präsident Heinrich Pöhlein und Schatzmeister Helmut Lallinger, dass der Vorstand



auf eigene Initiative beim Amtsgericht München einen Insolvenzantrag gestellt hat. In der Konsequenz musste der Fortbildungsbetrieb eingestellt werden. Das trifft auch die Teilnehmer laufender Fortbildungen. Abhilfe zu schaffen, ist lediglich am Standort Nürnberg gelungen, wo einem Bericht der „w&v“ zufolge, die Grundig Akademie (GA) eingesprungen ist. Die Dozenten dort haben es in Kooperation mit Grundig und der GA bewerkstelligt, ein neues Modell aufzusetzen. Immerhin können so 22 Studenten ihr an der BAW zu Anfang des Jahres 2016 begonnenes und bezahltes Studium an der GA fortsetzen und im Dezember ihren Abschluss machen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Autorenbeitrag: Wie sich Europa gegen Populismus zur Wehr setzen kann →



Das Votum der Briten für den Brexit hat Europa erschüttert. Schließlich kann die Zukunft der Europäischen Union niemandem egal sein, schon gar nicht den

Unternehmen. Deren Kommunikationsmanager verfolgen die Entwicklungen und Entscheidungen in Brüssel stets mit großer Aufmerksamkeit. Sie betrachten Europa auch aus Sicht der professionellen Kommunikation. Einer von ihnen, „PR-Journal“-Autor Wolfgang Griepentrog (Foto), hat die Kommunikation der EU einer kritischen Prüfung unterzogen. Seine Einschätzung: Europa ist nach einem weitgehend unbemerkten Paradigmenwechsel zwar kommunikativ gut aufgestellt, leidet aber unter der Geißel des Populismus. Das Fehlen eines europäischen Leitbilds erschwert alle Bemühungen, den Zusammenhalt in Europa zu festigen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PERSONALIEN

Mickan verantwortet Unternehmenskommunikation der deutschen Kia-Tochter →



Susanne Mickan (49, Foto: © obs/Kia Motors Deutschland GmbH) hat zum 1. August die Leitung der Unternehmenskommunikation von Kia Motors Deutschland

übernommen. Die PR-Expertin und gelernte Journalistin verfügt über langjährige Erfahrungen in der Unternehmenskommunikation und in der Automobilbranche. Zuletzt war sie Director der Frankfurter Klenk & Hoursch AG, einer inhabergeführten Agentur für Unternehmens- und Markenkommunikation. Als General Manager Public Relations berichtet Mickan direkt an die Geschäftsführung von Kia Motors Deutschland, Woong Hur (CEO) und Steffen Cost (COO).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Kommunikationschef Groth verlässt Bertelsmann Stiftung →



Klaus-Henning Groth (57, Foto © Kai Uwe Oesterhelweg/Bertelsmann Stiftung), Senior Vice President Corporate Communications, wird die Bertelsmann

Stiftung, Gütersloh, zum Jahresende 2016 nach eigenen Angaben im besten Einvernehmen mit dem Vorstand nach vier Jahren verlassen, um sich neuen Aufgaben zu widmen. Im Namen des Vorstands bedauert der Vorsitzende, Aart De Geus, sein Ausscheiden und dankt Groth „bereits jetzt für seine äußerst erfolgreiche Arbeit“, die die Stiftung in den vergangenen Jahren in der Kommunikation sehr vorangebracht habe. Nach beruflichen Stationen mit Leitungsfunktion unter anderem beim WWF und der RAG-Stiftung hatte die Bertelsmann Stiftung Klaus-Henning Groth als neuen Kommunikationschef Anfang 2013 vom NABU geholt.

Kommunikationschef Michael Knippelmeyer von TNS-Infratest verstorben →



Michael Knippelmeyer (53), langjähriger Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von TNS-Infratest, Bielefeld, ist plötzlich und unerwartet am 22. Juli während seines Urlaubes in Namibia verstorben. Er hinterlässt seine zwei Söhne und seine Ehefrau. Am 1. Juni 1998 begann Knippelmeyer, damals noch bei TNS Emnid, als Verantwortlicher für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und übernahm diese Funktion in den folgenden 18 Jahren auch für die übrigen TNS Marken in Deutschland. In einem Nachruf charakterisierte TNS-Infratest Knippelmeyer als warmherzige Persönlichkeit und intensiven Netzwerker. Wörtlich hieß es: „Vielseitigkeit, Kreativität und persönliches Engagement machten ihn aus und er hinterlässt eine Lücke nicht nur bei TNS. Wir gedenken eines lieben Kollegen, den wir in guter Erinnerung behalten werden. Unser Mitgefühl gilt seiner ganzen Familie.“

Personalien compact - Sonstige (6)
(29./30. KW-2016) →

1. **Ex-„Welt“-Redakteur jetzt in Diensten der AfD: Günther Lachmann**, ehemaliger Redakteur bei der „Welt“, gestaltet nun die „strategische Kommunikation“ der AfD-Fraktion im thüringischen Landtag in Erfurt. Das berichtete am 1. August „Meedia.de“ unter Berufung auf eine Meldung von **Björn Höcke**, dem Fraktionschef der AfD in Thüringen. Lachmann hatte zuvor ein doppeltes Spiel getrieben. Obwohl er als Journalist für die „Welt“ über die AfD berichtete, unterbreitete er der rechtspopulistischen Partei Beratungsangebote. „Welt“-Chefredakteur **Stefan Aust** trennte sich darauf hin von dem Politikredakteur.



2. **Neuer PR-Referent Verband für Reisemanagement: René Vorspohl** (31) arbeitet seit dem 1. Juli als neuer Referent für PR und Kommunikation beim Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) in Frankfurt am Main. Als Nachfolger von **Claudia Giese** ist er für die Koordination der internen und externen Kommunikationsaktivitäten des Verbands zuständig. Er berichtet direkt an Hauptgeschäftsführer **Hans-Ingo Biehl**. Zuletzt war Vorspohl als Leiter Kommunikation bei der Heraeus Bildungsstiftung tätig.
3. **Hessen Agentur schafft Stabsstelle für Kommunikation: Thorsten Schulte** (36) leitet seit dem 1. Juli die Stabsstelle für Unternehmenskommunikation, Strategische Projekte und das Büro der Geschäftsführung in der landeseigenen Dienstleistungsgesellschaft HA Hessen Agentur GmbH in Wiesbaden. Die Position wurde neu geschaffen. Bereits seit 2014 war Schulte bei der Hessen Agentur für strategische Projekte verantwortlich. Zuvor leitete er in der Hessischen Staatskanzlei das Referat für das Marketing zum Hesttag. Er berichtet an den Vorsitzenden der

Geschäftsführung **Folke Mühlhölzer** und an den Geschäftsführer **Rainer Waldschmidt**.

4. **Neue PR-Referentin bei Berliner Vertretung der Betriebskrankenkassen: Julia Meier** (33) hat zum 1. April die Stelle als neue Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Team der Berliner Repräsentanz des Vereins Interessengemeinschaft Betriebliche Krankenversicherung (BKV) übernommen. Sie wurde Nachfolgerin von **Wolf Witte** und verantwortet die interne und externe Kommunikation des Vereins. Meier war zuvor seit 2013 Assistentin und Mitarbeiterin im Bereich Kommunikation bei der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz. In ihrer neuen Position vertritt sie unter anderem die Interessen der unternehmensnahen Betriebskrankenkassen gegenüber der Politik. Sie berichtet an den Geschäftsführer **Norbert Schleert**.
5. **Hechler spricht für baden-württembergische Finanzministerin: Benjamin Hechler** (31) leitet seit dem 1. Juni die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im baden-württembergischen Ministerium für Finanzen in Stuttgart. Er spricht dort für die neue Finanzministerin **Edith Sitzmann** (Grüne). Hechler war zuvor in selber Funktion in der Fraktion der Grünen im Landtag von Baden-Württemberg tätig. Er folgt auf **Bastian Fleig**, der für Sitzmanns Vorgänger **Nils Schmid** (SPD) gesprochen hatte.
6. **Janßen neue Sprecherin der Kunsthochschule in Halle: Silke Janßen** ist seit dem 1. Juli neue Pressesprecherin und Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit für die Burg Giebichenstein Kunsthochschule in Halle. Sie wurde Nachfolgerin von **Anne Fleckstein**, die die Hochschule zum Ende des Vorjahres verlassen hat. Während der Vakanz hatte **Brigitte Beiling** die Aufgabe stellvertretend inne. Janßen, die zuvor stellvertretende Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Städel Museum und der Liebieghaus Skulpturensammlung in Frankfurt am Main war, berichtet an das Rektorat der Hochschule unter Vorsitz



von **Dieter Hofmann** sowie an **Wolfgang Stockert**, den Kanzler der Hochschule.

Personalien compact - Unternehmen (10) (29./30. KW-2016) →

1. **Start-up PaketButler hat neue Kommunikationschefin: Nicole Kolbe** (46) ist bei dem Hamburger Start-up PaketButler, ein Unternehmen für intelligente Paketannahme und Retourenabwicklung an der Wohnungstüre, neue Marketing- und Kommunikationschefin. Zuvor war sie unter anderem als Marketingmanagerin bei Konzernen wie Procter&Gamble sowie Wella tätig. Ihre Hauptaufgabe ist es, den Roll-Out des PaketButler erfolgreich zu begleiten. Für das Marketing setzen Kolbe und Unternehmensgründer **Rainer Hintzpeter** auf Social Media sowie Onlinekommunikation und Printkampagnen. Unterstützt wird Kolbe von **Anna Priczkat** (28), die als Projektmanagerin eingestellt wurde.
2. **Waber neuer Pressesprecher für die Lufthansa in Köln: Jörg Waber** (36), seit 2009 in unterschiedlichen Funktionen für die Deutsche Lufthansa tätig, übernimmt ab sofort die Aufgaben als Pressesprecher bei der Luffahrtgesellschaft in Köln. In der neu geschaffenen Position wird er in dem Bereich „Media Relations – Printmedien“ eingesetzt. Zuvor war Waber seit 2013 in der Unternehmenskommunikation von Lufthansa Systems tätig. Zuvor war er vom Jahr

2009 an für die Lufthansa Head of Corporate Communications Latin America. Er berichtet künftig an den Gruppenleiter Printmedien **Helmut Tolksdorf**.

3. **Neuer Kommunikationschef bei John Deere: Ralf Lenge** (54) wird als Kommunikationschef Nachfolger von **Oliver Neumann** bei der John Deere GmbH & Co. KG in Bruchsal. Vorgänger Neumann, seit 1991 Leiter der PR-Aktivitäten von John Deere, geht zum 31. August in den Ruhestand. Lenge ist ausgebildeter Journalist und gehört bereits seit 2007 dem Kommunikationsteam der Europäischen Bereichsleitung von John Deere an. Als Manager des John Deere Forums leitete er das Mannheimer Besucherwesen und koordinierte die Aktivitäten mit den anderen Europäischen Einheiten. Zuvor war Ralf Lenge 17 Jahre als Redakteur beim deutschen Fachmagazin „Top Agrar“ für den Bereich Landtechnik verantwortlich. (*Quelle: „marketing-boerse.de“*)
4. **Landrock leitet Marketing & Kommunikation bei der IE Group: Sven Landrock** (40) hat zum 1. Juli die Leitung der Bereiche Marketing und Kommunikation bei der IE Group in München übernommen. Zu seinen Aufgabengebieten zählen die Weiterentwicklung, Ausrichtung und Umsetzung der strategischen Marketing- und Kommunikationsaktivitäten des Unternehmens. Vorgänger **Robert Alexander** hat das Unternehmen verlassen. Landrock war bereits in verschiedenen Marketingbereichen auf Agenturseite sowie in internationalen Unternehmen tätig. In seiner letzten Station beim Marcegaglia Konzern verantwortet er die Bereiche Marketing und Vertrieb der Tourismussparte Albarella.
5. **Panitz wechselt von Die Bayerische zur complexx AG: Michael Panitz** (29) wird zum 1. August neues Vorstandsmitglied beim Finanzdienstleister complexx Finanz AG in Regensburg. Dort soll er neben den Ressorts Personal, Produktmanagement, IT und Backoffice auch die Unterneh-

Stiftung Warentest rät: verklagt VW

„Viel Feind, viel Ehr!“ Wenn es nach diesem Motto geht, gebührt der Krisen-PR von Volkswagen höchster Respekt. Nun hat sich auch noch die Stiftung Warentest in den Dieselgate-Skandal eingeschaltet und rät den VW-Kunden, sich einer Massenklage von myRight in Deutschland anzuschließen.

Warum das für VW brandgefährlich ist, **lesen Sie hier**.



menskommunikation verantworten. Das Leitungsgremium wird auf drei Personen erweitert. Vorstand **Markus Brochenberger** leitet die Bereiche Vertrieb, Marketing, Recruiting und Führungskräfteentwicklung. Vorstandsvorsitzender **Jochen Schramm** ist für die Ressorts Strategie, M&A, Finanzen und Recht zuständig. Zuletzt war Panitz seit 2014 Geschäftsführer bei der Versicherungsgruppe Die Bayerische, die die Mehrheitsanteile an der complexx besitzt.

6. **Kittel folgt beim Rheingold Institut auf Kirschmeier: Sonja Kittel** (39) hat zum 1. Juli die Leitung der Unternehmenskommunikation des Marktforschungsinstituts Rheingold in Köln übernommen. Sie verantwortet die interne und externe Kommunikation sowie den Ausbau der Internationalisierung und der Digitalisierung des Unternehmens. Kittel wurde Nachfolgerin von **Thomas Kirschmeier**, der nun beim Verlag Wolters Kluwer beschäftigt ist. Vor ihrem Wechsel war Kittel in der Unternehmenskommunikation bei der Bauer Media Group in Hamburg tätig. Beim Rheingold Institut berichtet sie an den Gründer und Managing Partner **Stephan Grünwald**.

7. **Reiseverlag MairDumont hat neue PR-Chefin:**
Uta Niederstraßer (50) leitet seit dem 1. Juni den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Reiseverlagsgruppe MairDumont mit Sitz in Ostfildern. Vorgängerin **Brigitte Kehl** hat den Posten aus gesundheitlichen Gründen abgegeben, bleibt dem Unternehmen jedoch als Presse-referentin erhalten. Niederstraßer zeichnet jetzt für die strategische und operative PR verantwort-lich und berichtet an Geschäftsführerin **Stepha-nie Mair-Huydts**. In den vergangenen fünf Jah-ren leitete sie die Unternehmenskommunikation und den Bereich Social Media des Berlin Verlags.
8. **Krause übernimmt neue Aufgabe bei Daimler:**
Simon Krause (30) hat bei Daimler Nutzfahr-zeuge in Stuttgart eine neue Aufgabe übernom-men. Seit dem 15. Juli ist er dort neuer Presse-sprecher. Bisher war Krause bei Daimler in der Abteilung Internal Communications & Crossme-dia im Bereich Executive Communications des Vorstandsvorsitzenden tätig. In seiner neuen Funktion wird er die internationalen Märkte NAFTA und Lateinamerika betreuen. Er berichtet an **Maximilian Splittgerber**, der die globale Wirt-schaftskommunikation verantwortet.
9. **Carina Backhaus neue PR-Chefin der evd:**
Carina Backhaus (26) ist seit dem 1. Juli als Nachfolgerin von **Angelika Haas** neue Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit bei der evd energiever-sorgung dormagen gmbh. Vorgängerin Haas wechselte nach zehn Jahren in der Öffentlich-keitsarbeit in die Leitung des Fachbereichs Un-ternehmensentwicklung. Backhaus war zuvor Pressereferentin bei den Stadtwerken in Langen-feld. Bei der evd ist sie für die gesamte interne und externe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu-ständig und betreut dabei auch die Kundenzeit-schrift. Backhaus berichtet direkt an Geschäfts-führer **Klemens Diekmann**. (Quelle: "rp-on-line.de")
10. **Thomsen neue Kommunikationschefin der Yieldlab AG:** **Elke Thomsen** (51) ist ab sofort für

Wie
läuft's?

Leistungsdiagnose
mit Lautenbach Sass.

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

Marketing und Kommunikation beim Lösungsan-bieter für Premium Programmatic Advertising, der Yieldlab AG, zuständig. Als Director Marketing & PR zeichnet sie für die gesamte Marktkommuni-kation des Hamburger Technologie-Unterneh-mens verantwortlich. Während der vergangenen Jahre war sie als Marketing- und PR-Interim Ma-nagerin und -Freelancerin für die digitale Branche tätig, unter anderem für die Otto Group Media, wo sie die Marktkommunikation des otto-eigenen datenbasierten Werbeflächenvermarkters mit auf-baute.

Personalien compact - Agenturen (15) (29./30. KW-2016) →

1. **Nebel verlässt Publicis Pixelpark wieder:**
Harald Nebel (64), bis 2013 langjähriger Redak-teur beim Mediendienst „new business“ und seit-her Pressesprecher der Agentur-Gruppe Publicis Pixelpark, wird diese Aufgabe nach drei Jahren

wieder aufgeben. Wie „Redbox“ berichtet, ebenfalls ein Dienst, der im New Business Verlag erscheint, steht der Abschied Nebels in Zusammenhang mit der Neuaufstellung bei Publicis Pixelpark. Künftig soll die Publicis-Press-Arbeit von der PR-Tochter MSL mit Zentrale in Berlin gesteuert werden. Nebel hatte in den zurückliegenden drei Jahren für Publicis Pixelpark eine 17-köpfige Branded Content-Unit aufgebaut.

2. **Neuer Leiter des Teams Kreation bei Fink & Fuchs: Niclas Leipold** leitet seit März das Kreativ-Team bei Fink & Fuchs. Er verantwortet mit seinem mehrköpfigen Team die Konzeption und Umsetzung crossmedialer Kampagnen und Projekte für alle Kunden. Leipold bringt fast 15 Jahre Berufserfahrung in der Werbe- und Kommunikationsbranche mit. Zuletzt war er mehr als zwei Jahre lang als freier Creative Director für Agenturen und Unternehmen aus dem Mittelstand tätig. Vor seiner Selbstständigkeit hatte er die kreative Leitung der Online-Agentur 4WD Media in Darmstadt inne. Seit 2015 hat Leipold einen freien Lehrauftrag an der European School of Design in Frankfurt im Bereich Webdesign.
3. **Hill+Knowlton erweitert Content + Creative-Team: Axel Kammann** (29) ist seit dem 1. August als Junior Art Director im Content + Creative-Team von Hill+Knowlton Strategies tätig. Er leistet vom Standort Berlin aus operative und kreative Unterstützung für alle Bereiche und Kunden. Kammann ist ausgebildeter Mediengestalter und Fotograf und hat neben seiner langjährigen Expertise als Grafiker und Fotograf bei der Berliner Agentur vm-people bereits als Freelancer für Hill+Knowlton diverse Projekte begleitet. Der Bereich Content + Creative ist bei Hill+Knowlton in den vergangenen Monaten deutlich gewachsen. Kammann verstärkt das Team um Amos, Head of Creative + Digital.
4. **Neue Mitarbeiterin bei TN Hotel Media Consulting: Caroline von der Goltz** (25) unterstützt ab dem 1. August das Team der Hamburger Agentur



TN Hotel Media Consulting als Junior PR Managerin und Social Media Managerin. Die gebürtige Münsteranerin studierte Kommunikation an der Hamburger Akademie für Mode und Design (AMD) und hat erste berufliche Erfahrungen beim „Stern“ und bei „Brigitte.de“ gesammelt.

5. **Mannheimer Agentur Signum mit fünf Neuzugängen:** Mit einer ganzen Reihe von neuen Mitarbeitern will die Mannheimer Agentur Signum communication ihre Position in den Kerngeschäftsfeldern Mitarbeiter-, Kunden- und Technische Kommunikation stärken. **René Haller** (35) soll die Beratungskompetenz bei Signum in Sachen Social Intranets für die Mitarbeiterkommunikation ausbauen. Zuvor war er bei der Unternehmensberatung Campana & Schott. Kommunikationsdesigner **Jörg Volz** ist Rückkehrer, gemeinsam mit **Oliver Weidmann** ist er für die Kreation der Agentur verantwortlich. Weitere Neuzugänge sind **Eva Bauer** (28), Bewegtbild, **Elena Herberger** (27), Grafik, und **Felix Gadinger** (27), Technische Kommunikation.
6. **Neuer Account Director bei marbet in München: Nicola Ilyes** (32) verantwortet seit dem 1. Juli die Key-Accounts der Agentur für Live-Kommunikation marbet am Standort München. Zuvor war Ilyes bereits als Freelancerin für marbet tätig. Nun ist sie zuständig für Kunden wie Audi und Yahoo! Ilyes übernimmt dabei Aufgaben von **Daniela Hamoshi**, die bisher die Fäden in München

in der Hand hielt und sich nun aber vornehmlich ihren Aufgaben als werdende Mutter widmen wird.

7. **Stefanie Jung wechselt von DocCheck zu antwerpes:** Nach acht Jahren in der Marktforschung des Schwesterunternehmens DocCheck wechselte **Stefanie Jung** als Account Directorin in die Campaigning-Unit von antwerpes in Köln. Durch ihren Marktforschungs-Background bringt sie so unter anderem zusätzliche Impulse für die insight-basierte Kampagnenentwicklung mit. Seit 2008 ist Jung bereits für die DocCheck-Gruppe tätig und sammelte im Bereich der Marktforschung Erkenntnisse zu den Zielgruppen der Healthcare-Kommunikation und verantwortete als Teamleiterin Projekte im Rx- und OTC-Bereich.
8. **Uniplan-CEO reitet bei Olympia für Palästina: Christian Zimmermann** (54), Inhaber und Group CEO von Uniplan, einer Kölner Agentur für Live Communication, geht bei den Olympischen Sommerspielen in Rio de Janeiro im Dressurreiten für Palästina an den Start. Der Kölner Unternehmer tritt beim Grand Prix als einziger Reiter für Palästina an. Die Entscheidung hat er sich reiflich überlegt. Bereits seit 2012 startet er für Palästina. Das Ziel des Agenturinhabers: ein Platz unter den ersten 50. Doch für Zimmermann zählt vor allem eines: „Wenn ich mit der Olympiateilnahme einen kleinen Teil dazu beitragen kann, der Region und allen Menschen dort mehr Gehör zu verschaffen, dann ist das bereits ein Erfolg.“
9. **Peters baut Brand Marketing bei Edelman.ergo aus: Thorsten Peters** (48) wird ab August Managing Director bei Edelman.ergo und führt das Brand Marketing-Team, das auf Konsumgütermarketing spezialisiert ist. Zudem übernimmt er die Leitung des Standortes Hamburg. Peters berichtet an Edelman.ergo CEO **Susanne Marell**. Er verfügt über langjährige Erfahrung in Media und digitalem Marketing. Peters kommt von pilot in Hamburg. Dort übernahm er 2015 die Führung der digital ausgerichteten pilot Kreation



- und fusionierte diese mit den Units Social Media, Content Marketing und Social Advertising.
10. **SinnerSchradler besetzt NEXT-Leitung und Unternehmens-PR neu: Carmen Fesenbeck** (41) ist neue Leiterin der Unternehmenskommunikation bei der Hamburger Agentur SinnerSchradler. Als Head of Corporate Communications verantwortet sie die externe Kommunikation der Agentur. Vor ihrem Wechsel war sie innerhalb des WPP Netzwerkes bei Scholz&Friends Brand Affairs sowie Ressourcenreich für PR und Social Media zuständig, zuletzt arbeitete sie als Director Communications bei der Fluent AG. Beim Tochterunternehmen NEXT Conference gibt es einen Wechsel in der Führung: **Ina Feistritz** (38) hat zum 1. Juli die Gesamtleitung von NEXT Co-Gründer **Martin Reck** übernommen. Feistritz ist seit knapp fünf Jahren bei NEXT.
 11. **Thesing verantwortet PR-Arbeit für Hirschtec: Kathrin Thesing** (31) übernimmt ab sofort die Leitung des Public Relations Teams bei der Hamburger Full-Service Intranet Agentur Hirschtec. Zu den Aufgaben Thesings gehören unter anderem Strategie und Umsetzung der Kommunikation für die Marke Hirschtec. Ziel ist es, öffentlichkeitswirksam auf die Bedeutung innovativer Kommunikationsplattformen für Unternehmen

im digitalen Zeitalter hinzuweisen. Thesing kommt von der Hamburger PR-Agentur a+o, wo sie zuletzt als Leiterin eines Teams für Teilbereiche des Kunden Google Germany tätig war. In gleicher Funktion verantwortete sie die Etats von Google for Work und der Klarna Group.

12. **Brite Benedict Arora kommt zu C3: Benedict Arora**, britischer Digital-Experte, wird Content Director International bei C3 am Standort München. Er kommt aus London, wo er zuletzt als Direktor der Crowdestates tätig war und dort Projekte mit Schwerpunkt B-to-B und Finance leitete. Bei C3 München wird Arora für die Entwicklung und Umsetzung integrierter Content Konzepte für internationale Marken verantwortlich sein und das internationale Redaktionsteam in München leiten. Er wird neben **Regine Runte**, die sich als Executive Director International Business verstärkt um den Ausbau länderübergreifender Geschäftspotentiale für C3 kümmern wird, maßgeschneiderte Content Lösungen für internationale Kunden entwickeln.
13. **Blume PR hat zweifachen Zuwachs: Svenja Eggert** und **Jana Wenzel** sind seit kurzer Zeit neue Senior-Beraterinnen für Markenkommunikation im „Blume PR“-Team rund um Geschäftsführerin **Monika Brune**. Eggert arbeitete zuvor in der Markenkommunikation für die Agentur Brandzeichen GmbH am Standort Hamburg. Wenzel kam von der international tätigen Messeagentur step one GmbH, wo sie für die Bereiche Marketing und PR bei tätig war. Darüber hinaus wurde **Sarah Menz** befördert: Nach ihrem Wiedereinstieg im Januar 2016 als Senior-Beraterin verantwortet sie seit Juli gemeinsam mit Monika Brune die Bereiche Akquise, Personal und die damit verbundene interne Kommunikation für Blume-PR.
14. **Neuer Corporate Communications Chef bei FleishmanHillard: Volker Pulskamp** (46) ist neuer Corporate Communications Chef bei FleishmanHillard Deutschland in Frankfurt am



Main. Pulskamp war zuletzt als Vice President Global Marketing bei der WMF Group tätig. Zuvor war er insgesamt acht Jahre bei Hering Schuppenner, unter anderem als Managing Director für den Bereich Corporate Communications. Bei FleishmanHillard berichtet er als Head of Corporate Communications direkt an den Deutschland-CEO **Hanning Kempe** und ist Mitglied der Geschäftsleitung der Kommunikationsberatung mit Standorten in Frankfurt, Berlin, Düsseldorf und München.

15. **Wake up Communications vergrößert sich: Romina Zeller** (27) und **Charlotte Heyer** (24) sind neue Mitarbeiterinnen der Düsseldorfer Agentur Wake up Communications. Zeller steigt als Junior Consultant PR & Social Media bei Wake up ein. Die studierte Anglistin startet mit einem neuen Kunden aus dem Food-Segment; sie wird die türkische Feinkostmarke Sera im Bereich Social Media und Influencer Relations unterstützen. Seit Kurzem ist auch Charlotte Heyer als Trainee PR & Social Media an Bord. Damit ist die Agentur von Inhaberin **Nadja Amireh** seit der Gründung im Jahr 2013 auf inzwischen zehn feste Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewachsen.

ETATS

Element C kommuniziert für Hamburger Startup-Programm next media accelerator →



Der next media accelerator (nma), eine Initiative der dpa Deutsche Presse-Agentur und führender deut-

scher Medien, setzt für das Brand Building ab sofort auf das Team von Element C. Die inhabergeführte Agentur für PR und Design spricht künftig für den Hamburger Accelerator und begleitet die diversen Initiativen, mit denen der nma die digitale Transformation der Medienbranche unterstützt. Den Fokus legen die Kommunikationsspezialisten vor allem auf die Positionierung und den strategischen Aufbau der Marke nma. „Unser Ziel ist es, die internationale Präsenz des next media accelerators in den kommenden Monaten weiter auszubauen. Mit Element C haben wir Kommunikationsprofis gefunden, die bestens in der Startup- und VC-Welt vernetzt sind und auch durch die Betreuung des Telefónica-Accelerators Wayra oder des Münchner Startup-Szenetreffs ‚The Royal Jungle‘ (TRJ) mit den Herausforderungen der Accelerator-Kommunikation vertraut sind“, erklärt Dirk Zeiler, CEO des nma.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

komm.passion stylt L’Oréal Paris →



komm.passion hat mit L’Oréal Paris einen neuen Kunden gewonnen. Bereits seit Anfang des Jahres ist die Düsseldorfer Kommunikationsberatung für den

Kosmetikhersteller tätig. „komm.passion hat uns mit umfassender Brand-Erfahrung, gerade im Lifestyle-

Bereich, überzeugt“, sagt Heike Leder, PR Director L’Oréal Paris, „das Team von komm.passion wird uns vor allem im operativen Tagesgeschäft tatkräftig unterstützen.“ Carina Schüßler, Director komm.passion, ergänzt: „Wir freuen uns sehr über die Zusammenarbeit und haben den Anspruch, die Sichtbarkeit von L’Oréal Paris in Deutschland noch weiter zu erhöhen.“ Im Fokus stehen die klassische PR und Medienarbeit rund um die umfangreiche Produktpalette von L’Oréal Paris sowie die prominenten nationalen und internationalen Botschafter der Marke wie Iris Berben (Foto r., © Getty Images for L’Oréal Paris), Heike Makatsch (l.), Julianne Moore oder Lewis Hamilton. Weiterhin betreut komm.passion die Haarpflegemarke Dessange Professional Hair Luxury, die im Herbst in Deutschland gelauncht wird.

Etats compact (27) (29./30. KW-2016) →

1. **heimatstark: C3 gewinnt AllgäuStrom**
 wer: Stromanbieterverbund AllgäuStrom, Sonthofen
 was: Kundenmagazin „heimstark“
 an: **C3 Creative Code and Content GmbH**, München
2. **Infoblox setzt bei Kommunikation auf Maisberger**
 wer: Infoblox, Spezialist für Netzwerksteuerung, Santa Clara (Kalifornien, USA)
 was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 an: **Maisberger – Gesellschaft für strategische Unternehmenskommunikation mbH**, München
3. **Neukunden für Karkalis Communications**
 - a) Fashion-Marke eksept, 's-Hertogenbosch (Niederlande)
 was: PR-Maßnahmen, Influencer Relations für das Mode- und Beauty-Portfolio
 - b) KAAT Amsterdam
 was: PR und Influencer Relations für die Bettwäsche-Eigenmarke beddinghouse
 - c) Oilily, Alkmaar (Niederlande)

- was: PR und Influencer Relations für die Bettwäsche
- d) Rough Studios, Rotterdam
- was: Kommunikation für ausgefallene Home Accessoires
- an: **Karkalis Communications**, Düsseldorf und München
4. **Wake up Communications unterstützt BÄKO West**
- wer: BÄKO West eG Bäcker- und Konditorengewerkschaft, Willich
- was: Social Media
- an: **Wake up Communications – Agentur für PR & Social Media**, Düsseldorf
5. **SentinelOne geht mit Weissenbach PR auf Nummer sicher**
- wer: SentinelOne, Spezialisten für Endgeräte-Sicherheit, Paris und Palo Alto (USA)
- was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- an: **Weissenbach PR**, München
6. **Zucker. schwingt PR-Zepter für KPM**
- wer: KPM Königliche Porzellan-Manufaktur Berlin GmbH
- was: PR- und Social-Media-Etat mit Schwerpunkt beim Ausbau digitaler Kommunikationskanäle in Verbindung mit der bestehenden PR
- an: **Zucker. Kommunikation GmbH**, Berlin
7. **TN Hotel Media Consulting mit fünf neuen Kunden:**
- a) Seehotel am Neuklostersee, Nakenstorf bei Neukloster
- was: Medienarbeit DACH
- b) Kavaliershäuser Schloss Blücher - Hotel am Finckener See, Fincken
- was: Medienarbeit DACH
- c) Bergdorf Liebesgrün, Schmollenberg
- was: Pressearbeit DACH
- d) Hocaboo GmbH - Online-Jobbörse für die Hotellerie, Berlin
- was: PR und Netzwerkstrategie
- e) Marktex GmbH & CO. KG - Manufaktur für Luxusmöbel, Kronberg
- was: Produkt- und Image PR / Werbetexte
- an: **TN Hotel Media Consulting**, Hamburg
8. **emetriq vergibt PR-Etat für DACH an schoessler**
- wer: Telekom-Tochter emetriq GmbH, Hamburg
- was: PR- und Öffentlichkeitsarbeit für den Datenpool-Manager der Digital-Advertising Branche
- an: **schoessler GmbH**, Berlin
9. **Wake up mit zwei weiteren Etatgewinnen**
- a) Leitmesse für Druck- und Papiertechnik, drupa, Düsseldorf
- was: Social Media und Contenterstellung für drupa-Blog in der messefreien Zeit
- b) Arla Foods Deutschland GmbH, Düsseldorf
- was: Betreuung des Facebookauftritts für die Käsemarke Castello
- an: **Wake up Communications – Agentur für PR & Social Media**, Düsseldorf
10. **Lewis kommuniziert für De Lage Landen Leasing**
- wer: De Lage Landen Leasing GmbH (DLL), Düsseldorf
- was: Social Media, PR sowie Event Management
- an: **Lewis Communications GmbH**, München
11. **Lieb Management gewinnt Visit North Carolina-Etat**
- wer: Tourismusbüro Visit North Carolina, Cary (USA)
- was: Positionierung als Ganzjahresziel durch Marketing-, PR- und Social Media-Aktivitäten
- an: **Lieb Management & Beteiligungs GmbH**, München
12. **planet c betreut Magazin „Liberal“**
- wer: Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit, Potsdam
- was: Betreuung des Magazins „Liberal“ und begleitender App samt Anzeigenvermarktung
- an: **planet c**, Düsseldorf

13. **Hamburger Industrie-Contact AG macht PR für Changhong**
 wer: Consumer Electronics-Unternehmen Changhong, Sichuan (China)
 was: Medienarbeit sowie Produkt- und Corporate-PR
 an: **Industrie-Contact (IC) AG für Öffentlichkeitsarbeit**, Hamburg
14. **Callies & Schewe unterstützt Universitätsklinikum Heidelberg**
 wer: Universitätsklinikum Heidelberg
 was: Markenrelaunch, Ausbau der Arbeitgebermarke
 an: **Callies & Schewe Kommunikation GmbH**, Mannheim
15. **Start-up Doctolib bucht Schwartz PR für Deutschland**
 wer: Doctolib, Online-Buchungsplattform für Arzttermine, Paris und Berlin
 was: Fachmedienarbeit zur Kundengewinnung
 an: **Schwartz Public Relations**, München
16. **HBI kommuniziert für Avast Software**
 wer: Anbieter von Sicherheitslösungen Avast Software Deutschland GmbH, Friedrichshafen
 was: Medien- und Endkundenansprache
 an: **HBI Helga Bailey GmbH**, München
17. **e-Commerce-Unternehmen rexbo setzt auf Alpha & Omega**
 wer: Autoteilelieferant und Onlinehändler rexbo GmbH, Coesfeld
 was: Pressearbeit, Online- und Social Media-Kommunikation, Videoproduktion
 an: **Alpha & Omega Public Relations**, Bergisch Gladbach
18. **markenzeichen Gruppe gewinnt Brauerei-Etats**
 wer: Brauhäuser Leikeim und Altenbürger, Altenkunstadt (Bayern) und Altenburg (Thüringen)
 was: Marken- und Corporate-PR, Social Media und Werbung

an: **markenzeichen GmbH – Agentur für Marketing-Kommunikation**, Frankfurt am Main

19. **Wake up kommuniziert für türkische Food-Marke**

wer: Türkische Food-Marke Sera GmbH, Erkelenz

was: Digitale Kommunikation, Online-Marketing und Influencer Relations in Deutschland

an: **Wake up Communications – Agentur für PR & Social Media**, Düsseldorf

AGENTUREN

Bilanz 2015/2016: Serviceplan Gruppe weiter auf Wachstumskurs →



Die Serviceplan Gruppe hat das Geschäftsjahr 2015/2016 mit einem Umsatzplus von zwölf Prozent abgeschlossen und ein Honorarvolumen von 340 Millionen

Euro erreicht. Damit liegt die größte unabhängige Kommunikationsagentur Europas auch in diesem Jahr über dem Branchendurchschnitt. International wächst die Gruppe weiterhin außerordentlich: Mit einem Wachstum von mehr als 30 Prozent ist Serviceplan International auch in diesem Jahr der wichtigste Treiber. Im 45. Geschäftsjahr, das am 1. Juli 2015 begann und am 30. Juni 2016 endete, ist die Gruppe fast doppelt so erfolgreich wie das Gros der deutschen Werbe- und Kommunikationsagenturen. Diese hatten beim diesjährigen GWA Frühjahrsmonitor mit einem Umsatzplus von 6,5 Prozent ebenfalls optimistisch in die Zukunft gesehen. Das gilt auch für die PR-Agenturen, die laut Pfeffers PR-Ranking im vergangenen Geschäftsjahr um 6,7 Prozent zulegen. Die Bilanzzahlen der Serviceplan Gruppe weisen ein Plus von zwölf Prozent aus. Der PR-Bereich von Serviceplan steigerte seinen Honorarumsatz von 14,6 Millionen Euro in 2014 auf 16,7 Millionen in 2015, das sind mehr 14 Prozent mehr.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Schnellstes Strategie-Praktikum der Welt bei Scholz & Friends: So war's →



15 Studenten, 48 Stunden, eine Aufgabe: Eine emotionale Markenkampagne für Opels Carsharing Community CarUnity entwickeln. Das war das Strategy Weekend der Scholz & Friends Strategy Group, das an einem Juni-Wochenende in Hamburg stattfand (Wir berichteten im Vorfeld).

Um Strategie-Talente von morgen zu finden und zu fördern, lud Scholz & Friends 15 Studenten zum „schnellsten Strategie-Praktikum der Welt“ nach Hamburg ein. Bereits zum neunten Mal arbeiteten Strategen und Kreative von Scholz & Friends intensiv mit begabten Nachwuchstalenten, um mit ihnen Wissen und Erfahrung zu teilen, Einblicke in das Job-Profil zu vermitteln und Nachwuchs zu rekrutieren. Für CarUnity, die Carsharing Community des Automobilherstellers Opel, entwickelten sie dabei auf Grundlage eines realen Briefings neue Ansätze für eine kommunikative Plattform, die den Markenauftritt des Start-Ups stärken soll. Inspiriert und begleitet wurden sie durch Impulsvorträge und Kreativ-Coachings. Ein [YouTube-Video](#) gewährt Einblicke, wie das Strategy-Weekend verlaufen ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (5) (29./30. KW-2016) →

1. **Neue Website für Dako PR:** Die Online-Präsenz der **Leverkusener Agentur Dako PR** erstrahlt in neuem Glanz. Beim Relaunch stand jedoch nicht nur ein modernes, klares Design im Vordergrund – besonderes Augenmerk galt auch der Nutzerfreundlichkeit. Ob Journalist, potenzieller Kunde oder zukünftiges PR-Talent: Auf der Website soll jeder sofort finden, wonach er sucht. Die **neue**

Homepage ist mehrsprachig und bietet unter anderem eine überarbeitete Darstellung des PR-Leistungsangebotes der Agentur. Dako PR wurde 2004 gegründet und hat sich im Bereich der B-to-B-Kommunikation einen Namen gemacht – speziell für Kunden aus der Bau- und Baustoffindustrie sowie dem Maschinen- und Anlagenbau.

2. **PR-Netzwerk GOC tagt während der IFA 2016 in Berlin:** Das internationale PR-Netzwerk „Global One Communication“ (GOC) veranstaltet sein Jahrestreffen 2016 in Berlin. Das zweitägige Treffen findet während der IFA in Berlin statt. Dazu reisen die GOC-Mitglieder aus Europa, Kanada und Südamerika an. Am **6. September 2016** besuchen die GOC-Mitglieder die Consumer-Electronic-Fachmesse, um mit Ausstellern und Kunden über nationale und internationale Kampagnen und Content Marketing zu sprechen. Verantwortliche aus Kommunikation, Marketing und PR können über die [GOC-Homepage](#) oder die deutsche Agentur, [Alpha & Omega PR](#), vorab einen Gesprächstermin vereinbaren.
3. **Faupel Communication übernimmt HLC-Highlights:** Die beiden deutschen **Pressedienste easy-PR®** und **HLC-Highlights** kommen ab sofort aus dem gleichen Haus: Die hinter easy-PR® stehende Düsseldorfer PR-Agentur Faupel Communication hat zum 1. Juli 2016 alle Services des bayrischen PR-Spezialisten HLC-Highlights übernommen und führt dessen Angebot weiter fort. Sowohl Kunden als auch Redakteure sollen vom Zusammenschluss der beiden Branchenexperten profitieren. Synergien sollen durch die Bündelung der Kompetenzen sowohl auf inhaltlicher Ebene als auch in Bezug auf die lückenlose Versorgung aller wichtigen Medien innerhalb des deutschsprachigen Raums entstehen.
4. **Stuttgarter PR-Agentur CC mit neuem Design:** Die Stuttgarter **PR-Agentur Communication Consultants (CC)** hat die Außendarstellung **runderneuert** und präsentiert sich mit einem

neuen Corporate Design und einer neuen Website. Logo, Schriften, Bildsprache, Farbkonzept – alles wurde überarbeitet. Damit einher ging der Umzug in neue Räume in einem ehemaligen Industrie-Gebäude im Synergiepark Stuttgart-Möhringen. Das Profil als Content Factory wird so unterstrichen. Der neue Internetauftritt wurde komplett in Eigenregie von einem CC Projektteam um Elke Vetter entwickelt. Hinter dem Webdesign steckt federführend ein **Neuzugang: Sandra Kimmel** leitet seit Januar als Creative Director das sechsköpfige Gestaltungsteam bei CC.

5. **Event- und PR-Agentur Pure Perfection wächst:** Pure Perfection, eine inhabergeführte Agentur für Events, Public Relations, Incentives und Below-the-Line-Kommunikation mit 45 Mitarbeitern, hat nach eigenen Angaben im ersten Halbjahr 2016 ein gutes Geschäftsergebnis erzielt. Im Wiesbadener Büro florieren das Event-Geschäft, am Standort Berlin gab es im **PR-Team** Zuwachs von neuen Mitarbeitern und mehrere **Neukunden aus dem Hause Nestlé**. Mit **Lena Richardsen, Elena Michenfelder** und **Christopher Haacker** sind drei PR-Berater und Redakteure neu im Team gestartet.

UNTERNEHMEN

Bestes Online-Angebot für Journalisten: Audi verdrängt Deutsche Post DHL von Platz 1 →



Die Kölner NetFederation GmbH hat auch in diesem Jahr wieder das Online-Angebot von 75 ausgewählten Unternehmen mit Konzernstruktur für Journalisten und Medienschaffende unter die Lupe genommen. Der „pressesprecher“ berichtete am 20. Juli auf seiner Website über die aktuellen Ergebnisse.

Die Kölner NetFederation GmbH hat auch in

Demnach hat Vorjahressieger Deutsche Post DHL seinen Spitzenplatz an die Audi AG verloren, die im Vorjahr noch den achten Platz belegte. Beide Unternehmen tauschten damit die Plätze. Anhand von 72 unterschiedlich gewichteten Kriterien hat das NetFed-Team im 3. Quartal 2015 die Media-Relations-Websites der Unternehmen analysiert. Die Kriterien sind den drei Kategorien Relationship Management, Informationsmanagement und User Experience zugeordnet. Die Ergebnisse des MR Benchmarks fließen in den Corporate Benchmark ein, den die NetFederation GmbH seit 2003 regelmäßig veröffentlichen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ORGANISATIONEN

Deutscher PR-Rat weist Beschwerde gegen Microsoft und WMP zurück →



Durch eine Beschwerde beim Deutschen Rat für Public Relations (DRPR) stand seit Ende 2015 der Vor-

wurf im Raum, Microsoft habe in Zusammenarbeit mit der Agentur WMP Eurocom verdeckte PR gegen Google betrieben. Zu prüfen war insbesondere, ob ein Verstoß gegen das Transparenzgebot des Kommunikationskodex besteht. Jetzt hat der DRPR die Beschwerde als unbegründet zurückgewiesen. Nach schriftlicher Anhörung aller Beteiligten kam der Rat zu dem Schluss, dass eine verdeckte PR von Microsoft oder WMP nicht vorliege. In der Beurteilung des DRPR heißt es: „Microsoft hat explizit erklärt, sich dem Kommunikationskodex uneingeschränkt verpflichtet zu fühlen und keine verdeckte PR zu betreiben. Auch WMP hat sich klar und öffentlich von verdeckter PR distanziert.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neuer Präsident im Köln-Bonner Marketing-Club →



Der Marketing Club Köln-Bonn e.V. hat einen neuen Vorstand. Bei der Mitgliederversammlung Mitte Juli wurde Holger Geißler (Foto, © Michael Helmkamp), Head of Research und Sprecher von YouGov Deutschland, zum neuen Präsidenten des Clubs gewählt. Er wurde Nachfolger von Wolfgang Marquardt, der als früherer Leiter Werbung und Marketing der Talanx Deutschland AG, die Geschicke des Clubs zwei Jahre lang geleitet hatte. Neuer Geschäftsführer wurde Daniel Doege, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der Digitalagentur Webmatch GmbH. Er löst Harald Schein (Schein & Sein GmbH) ab, der die Position seit 2010 innehatte. Für das Ressort Programm zeichnet Holger Geißler auch weiterhin verantwortlich, Henning Fretzdorff (MCM Klosterfrau Vertriebsgesellschaft mbH) bleibt Schatzmeister. Das Ressort Kommunikation wird weiterhin von Margit Schmitt (PR & Text Bureau) betreut. Das neue Ressort Digital übernimmt Ken Kasischke, Questback GmbH. Jürgen Linnenbürger wurde in seiner Funktion als Vorstand Mitglieder & Interessenten bestätigt. Kooptiert in den Vorstand wurde Juniorsprecher Sebastian Deeg (Deeg exhibition & more GmbH).

Organisationen compact (1) (29./30. KW-2016) →

Neue Leitung für DPRG-Arbeitskreis IK: Andrea Montua, geschäftsführende Partnerin bei der Hamburger Agentur Montua & Partner, übernimmt ab sofort gemeinsam mit **Christian Buggisch**, DATEV, und **Gerhard Vilsmeier**, i.e. communications, den Arbeitskreis für Interne Kommunikation (IK), Change und Leadership Communication der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG). Der neue Arbeitskreis wird erstmalig vor der inkom Grand-Prix-

Verleihung am 16. September 2016 in der Repräsentanz der Deutschen Telekom AG in Berlin tagen. Weitere Informationen gibt es per E-Mail an die **DPRG Geschäftsstelle** in Berlin.

BRANCHE

Monatsrückblick zum Hören: „PR-Journal“-Podcast für Juli 2016 erschienen →



Führungswechsel bei Ketchum Pleon, ein Polizeisprecher, der unter schwierigsten Bedingungen in bemerkenswert ruhiger und souveräner Art und Weise seine Arbeit macht, ein neuer Sprecher für Papst, verheißungsvolle Etatgewinne, spannende Personalveränderungen und vieles mehr – der „PR-Journal“ Monatsrückblick ruft die interessantesten Themen des Juli 2016 noch einmal in Erinnerung. Einfach anklicken und den Podcast anhören. Das Podcast-Angebot richtet sich an alle, die es nicht schaffen, die Website oder den Newsletter des „PR-Journals“ regelmäßig zu lesen. Sie können dennoch auf dem Laufenden bleiben, wenn sie sich die News-Zusammenfassungen direkt anhören oder runterladen. Ob im Auto oder in der Bahn, Sie verpassen nichts. Realisiert wird das neue „PR-Journal“-Angebot in Kooperation mit **Radio Office**, der Sankt Augustiner Agentur für Radio-PR und Audiokommunikation im Internet.

Neues Berufsbild für Markenstrategen in Österreich →



Der Stellenwert einer klaren, übergeordneten Strategie wird im Kommunikationsprozess und in der Markenführung in Österreich oft unterschätzt. Um

die Professionalisierung dieser wichtigen strategischen Arbeit voranzutreiben, haben Strategie Austria und die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien der Wirtschaftskammer Österreich gemeinsam ein neues Berufsbild definiert: das der Markenstrategen. Damit wird es möglich, im Rahmen einer neuen Gewerbeordnung für dieses Berufsbild zusammen mit anderen Berufsbildern der Fachgruppe einen eigenen Gewerbeschein zu lösen. Parallel dazu bietet ein neues **Strategen-Verzeichnis** Orientierungshilfe bei der Suche nach Anbietern mit fundierter Strategiekompetenz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

#30u30: Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Nachwuchsinitiative stehen fest →



Gesucht und gefunden: Die Teilnehmer für die #30u30-Initiative stehen fest. 30 ambitionierte Crew-Mitglieder sollen als Team die Vielfalt moderner PR-

Arbeit reflektieren. Damit geht #30u30 in diesem Jahr in die vierte Runde und funktioniert seit Beginn als kleine Kampagne, die über einen Wettbewerb in die „PR Report“-Awards mündet (22. November 2016). Die Sieger des Wettbewerbs werden auf der Bühne als „Young Professionals des Jahres“ ausgezeichnet. Doch eines macht der „PR Report“ als Träger der Kampagne klar: „#30u30 ist kein Ranking und keine Exzellenzinitiative, sondern ein buntes Spiegelbild einer heterogenen, sich weiter ausdifferenzierenden Branche und eines diffuser werdenden Berufsbilds.“ Ende April erfolgte der Aufruf an die Branche geeignete Kandidatinnen und Kandidaten zu nominieren. Aus 120 Nominierten kamen 80 in die engere Wahl. Aus diesem Kreis wurden dann vom früheren „PR Report“-Chefredakteur Nico Kunkel und dem aktuellen Team vom „PR Report“ 30 inspirierte Talente unter 30 Jahren ausgewählt. Die freuen sich jetzt auf das große Camp mit allen Beteiligten. In diesem Jahr

findet es Anfang September in der neuen Firmenzentrale von Siemens in München statt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

MEDIEN

Media-Analyse II 2016: Zeitungen stabil, Zeitschriften mit leichten Zuwächsen →



Die Nachfrage nach Tageszeitungen bleibt stabil. Zeitschriften sind so beliebt, dass knapp 90 Prozent der deutschsprachigen Bevöl-

kerung ab 14 Jahren Zeitschriften regelmäßig nutzt. Das sind die wichtigsten Erkenntnisse der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma), Frankfurt am Main zu den aktuellen Reichweiten von Tageszeitungen sowie von Zeitschriften, Wochenzeitungen und Zeitungssupplements. Die Gesamtreichweite aller Zeitungen liegt bei 41,2 Millionen der über 14-Jährigen, wobei mehr als ein Drittel (34,3 %) der 14- bis 29-Jährigen zur Nutzerschaft zählt. Nach der aktuellen ma liest fast die Hälfte der Bevölkerung regionale Titel (48 Prozent), was einer Reichweite von 33,4 Millionen täglichen Lesern entspricht. Bei den Zeitschriften sind die Werte höher: Die aktuell in der ma ausgewiesenen Titel erreichen rund 62,2 Millionen Leser. Der Durchschnittsbürger ab 14 Jahren liest pro Erscheinungsintervall 3,1 Titel. (Foto l.: Lupo-pixelio.de; Foto r.: Rainer Sturm-pixelio.de)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Mediaanalyse Radio: Radio NRW bleibt an der Spitze →



Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) hat am 19. Juli ihre neuesten Zahlen für die „ma 2016 Radio II“ veröffentlicht.

Zugrunde gelegt sind jeweils die Hörer in der Durchschnittsstunde montags bis freitags zwischen 6:00 und 18:00 Uhr. Der Gewinner ist erneut der NRW-Lo-kalfunk mit dem Mantelprogramm Radio NRW. Er hat mit 1,68 Millionen die meisten Hörer, gefolgt von Antenne Bayern (1,20 Millionen) auf Platz zwei und SWR 3 (1,09 Millionen) auf Platz drei. Während SWR 3 bei seiner Reichweite Einbußen von vier Prozent hinnehmen musste, konnte sich der Viertplatzierte, der WDR-Sender 1Live, um 5,4 Prozent auf 1,07 Millionen Hörer steigern. Letzter unter den Top 5 wurde die Welle WDR 2, die mit 0,4 Prozent ebenfalls einen leichten Zuwachs verzeichnen konnte (1,03 Millionen Hörer). Ausführliche Berichte über die „ma 2016 Radio II“ finden sich auch auf „turi2.de“, „radioszene.de“ und „dwdl.de“. (Foto ©: og. / pixelio.de)

Forum Media Group übernimmt niederländischen Zeitschriftenverlag BCM →



Das Medienunternehmen Forum Media Group (FMG) mit Sitz in Merching (Bayern) übernimmt rückwirkend zum 1. Januar 2016 Anteile am niederländischen Zeitschriften-Verlag BCM – einem der Herausgeber von Special Interest-Magazinen. Das Geschäft in den Niederlanden wird in der bestehenden Form fortgeführt, der bisherige BCM-Geschäftsführer Eric Bruger bleibt an Bord. Bei der 1975 gegründeten BCM-Gruppe handelt es sich um ein familiengeführtes Medienunternehmen mit Sitz in Eindhoven (NL). 2015 erwirtschaftete der Verlag einen Jahresumsatz von mehr als acht Millionen Euro. BCM wird innerhalb der Forum Media-Gruppe als eigenständiges Unternehmen weitergeführt. Der Themenschwerpunkt des BCM-Zeitschriften-Portfolios liegt in den Bereichen Outdoor / Hobby, Tiere und Musik.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (1) (29./30. KW-2016) →

1. **Streit zwischen Rommerskirchen und DJV spitzt sich zu:** Laut einem aktuellen Bericht vom 26. Juli in „meedia.de“ nehmen die Streitereien zwischen dem Deutschen Journalistenverband (DJV) und dem Verlag Rommerskirchen zu und „arten in eine **peinliche Schlammschlacht** aus“. Grund für die nächste Eskalationsstufe ist die Kündigung der gesamten Redaktion durch den Verlag. Das habe der Verlag des „journalist“ via Pressemitteilung bekannt gegeben. Betroffen seien neben Chefredakteur Matthias Daniel drei weitere Angestellte. Der DJV hatte vor kurzem einen Verlagswechsel angekündigt, weil das Fachblatt immer dünner wurde (**wir berichteten**). Lesen den aktuellen Bericht direkt bei „[meedia.de](#)“.

CSR + REPUTATION

Ausschreibungsbeginn für den Deutschen CSR-Preis 2017 →



Die Bewerbungsfrist für den „Deutschen CSR-Preis“ 2017 hat am 1. August begonnen. Unternehmen, Institutionen und Einzelpersonen, die in besonderer Weise nachhaltig wirtschaften oder gesellschaftlich engagiert sind, können sich bis zum 15. November 2016 um den Deutschen CSR-Preis bewerben. Er wird in neun Kategorien verliehen, darunter auch für die Auszeichnungen für herausragendes CSR-Engagement und CSR-Kommunikation. Bei der Auswahl wird die Größe des Unternehmens berücksichtigt. Mittelständische und große Unternehmen haben gleiche Chancen. Eine unabhängige Jury entscheidet über die Vergabe der Preise. Die Preisverleihung findet am 4. April 2017 in Ludwigsburg im Rahmen der

Gala des Deutschen CSR-Forems statt. Nähere Informationen und eine Anmeldeöglichkeit für Bewerber finden sich auf der [Website zum CSR-Preis](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SOCIAL MEDIA

Weber Shandwick entwickelt „Influencer Score“ →



Wie einflussreich sind Influencer tatsächlich? Dieser Frage will Weber Shandwick, Berlin, auf den Grund gehen und entwickelt dazu den „Influencer Score“. Er

soll es ermöglichen, den Einfluss von Influencern nach bestimmten Attributen zu bestimmen. Der Score soll Aufschluss darüber geben, ob und unter welchen Bedingungen ein Influencer Einfluss auf eine Zielgruppe ausübt. Im Gegensatz zu den in der Branche etablierten Kennzahlen Earned Media Value (EMV) und Reichweite gibt der Influencer Score laut Weber Shandwick Aufschluss darüber, in welchem Maß ein Influencer ein gewünschtes Ziel für ein Unternehmen oder eine Marke effektiv erreichen kann. Dagegen seien EMV und Reichweite lediglich Indikatoren für Effizienz, verraten aber nicht, welchen Impact ein Influencer haben könne.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Journalism-Studie: So nutzen deutsche Meinungsmacher soziale Medien →

Deutsche Journalisten nutzen soziale Medien zunehmend zu beruflichen Zwecken. Allerdings ändert das nichts daran, welche Quellen für sie am wichtigsten

sind. Das sind nur zwei von insgesamt neun zentralen Ergebnissen der Social Journalism-Studie 2016. Die Studie erscheint bereits im fünften Jahr in Folge und wird vom PR-Software-Anbieter Cision Germany



GmbH, Frankfurt am Main, gemeinsam mit der britischen Canterbury Christ Church University durchgeführt. Darin wird untersucht, wie Journalisten in unterschiedlichen Ländern soziale Medien beruflich nutzen und bewerten. In diesem Jahr wurden Befragungen in

neun Ländern Europas und Nordamerikas durchgeführt. Die Studie stellt unter anderem fest, dass 79 Prozent aller deutschen Journalisten täglich soziale Medien für ihre Arbeit nutzen. Die Meinungen zu Social Media sind zudem unter deutschen Journalisten weniger gespalten als vor vier Jahren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

REZENSIONEN

Rezension: Propaganda – ein großes, altes Buch →



Titel: Propaganda; Autor: Edward L. Bernays; erschienen 1928 in New York; deutsche Ausgabe erschienen bei orange-press, 2007

Ein Lehrbuch für Kommunikationsprofis aus Politik und

Wirtschaft von 1928? Lächerlich! Oder? Tatsächlich steht „Propaganda“ von Edward L. Bernays, neben Ivy Lee und anderen einer der Väter der Public Relations, wie ein Fels im Ozean voller Büchlein von Dampfplauderern. Bis heute regt das Buch wie kaum

ein anderes an zur Reflektion über Begriffe wie Agitation, Manipulation und Propaganda in Werbung, PR und Kommunikationswissenschaft. Sowie über die eigene Verantwortung, wenn wir uns die Wahrheit von Kunden oder Vorgesetzten diktieren lassen – und diese dann gekonnt an die Zielgruppen bringen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

Termine compact (2) (29./30. KW-2016) →

1. **Deutsches CSR-Forum 2017 – save the date:** Die ersten Programminformationen für das **13. Deutsche CSR-Forum am 4. und 5. April 2017** in Ludwigsburg bei Stuttgart sind online. Unter dem Motto: „Europa – jetzt erst recht!“ will das CSR-Forum ein Statement für Europa abgeben. Erwartet werden Politiker aus den EU-Mitgliedsstaaten und aus der EU-Kommission sowie Unternehmens- und NGO-Leiter. Beim Forum soll geklärt werden, welche Vorteile CSR im vereinten Europa hat und was erstrebenswerte Ziele für die EU 2020 sein werden. Erste Informationen finden sich auf der [Website des CSR-Forums](#).
2. **scoopcamp 2016 – Digitaler Wandel live in Hamburg:** Am **29. September** findet in Hamburg das scoopcamp 2016 statt. Rund 300 Fachleute werden erwartet, um unter anderem über Journalismus und Social Media an der Schnittstelle zwischen Redaktion, Programmierung und Produktentwicklung zu sprechen. Seit dem 21. Juli steht das vollständige Programm: Nach den drei Hauptrednern, mit dabei ist Jeremy Gilbert (Leiter Newsroom bei der „Washington Post“) folgen eine Präsentation von Hackathon-Projekten, fünf parallel stattfindende Workshops und eine gemeinsame Abschlussdiskussion rund um die Be-

dingungen für Medienstartups. Die genaue Programmabfolge und Tickets sind via [scoopcam-Website](#) erhältlich.

SEMINARE

Seminare compact (3) (29./30. KW-2016) →

1. **Praxistage Interne Kommunikation 2.0 im Oktober 2016:** Am **6. und 7. Oktober** 2016 veranstaltet die SCM erneut die **Praxistage Interne Kommunikation 2.0** in Frankfurt am Main. Unter dem Motto „Ihr Weg zum erfolgreichen Social Intranet“ arbeiten Kommunikations- und Social-Intranet-Experten in elf Workshops an Themen wie „Mobile interne Kommunikation“ oder „Storytelling in der Online-Mitarbeiterkommunikation“. Keynotes, unter anderem von Laura Fischer (Otto Group), eröffnen beide Workshoptage. Referenten sind unter anderem Lutz Hirsch (HIRSCH-TEC) und Georg Kolb (Klenk & Hoursch). Die SCM veranstaltet zudem **Praxistage** zu den Themen Onlinekommunikation, Strategisches Content Marketing und PR.
2. **Seminar zum richtigen Umgang mit „Wutbürgern“:** Der Windpark auf kommunaler Gemarkung oder die Erweiterung des Einkaufszentrums in der Innenstadt – Proteste von Anwohnern sind vorprogrammiert. Dies erfordert von allen Beteiligten neue Verhaltensweisen im Umgang mit dem Protest. Das Seminar der **Heidelberger Initiative Kommunikation am 29. September**, Teilnahmekosten 695,00 Euro plus Mehrwertsteuer, vermittelt konzeptionelle Vorgehensweisen und praxisnahe Instrumente für die Kommunikation. Seminarleiter ist Marc Cyrus Vogel, der mit seiner Kommunikationsberatung über jahrzehntelange Erfahrung in der Infrastrukturkommunikation verfügt. Weitere Details finden sich auf der [Website zum Seminar](#).

3. PRVA setzt seine Qualitätsoffensive fort:

Am **27. September** 2016 startet für maximal acht Teilnehmer die dritte Runde des vom Österreichischen PR-Gütezeichen (ÖPR) ins Leben gerufenen Lehrgangs zum „**Zertifizierten PR-Qualitätsmanager**“. Die Ausbildung richtet sich an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Agenturen oder Kommunikationsabteilungen mit mindestens zwei Jahren Berufserfahrung, sowie an Einzelberater. Der Lehrgang schließt mit einer Zertifizierungsprüfung am 29. September. Der Kurs findet in Guntramsdorf statt. Die Teilnahme kostet 990,00 Euro PRVA-Mitglieder zahlen 935,00 Euro zuzüglich Umsatzsteuer. Weitere Informationen auf der [Website zum PR-Gütezeichen Österreich](#).

BILDUNG

Erstes Online-Masterstudium „Crossmediale Marketingkommunikation“ bei der DAPR →



Mit dem 1. August 2016 startet die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) die offizielle Ausschreibung ihres neuen komplett digitalen Studienangebots, dem

berufsbegleitenden Fernstudium „Crossmediale Marketingkommunikation (MA)“. Mit ihrem Hochschulpartner, dem Austrian Institute of Management an der FH Burgenland, bietet die DAPR 100 Prozent E-Learning – und damit die Möglichkeit, ortsunabhängig und bei flexibler Zeiteinteilung den akademischen Abschluss Master of Arts (MA) zu erreichen. Damit ist das Angebot in dieser Form bisher einzigartig. Studienstart ist im Herbst 2016. Ab dann können sich Studenten kontinuierlich ohne Semesterbindung einschreiben. Bereits jetzt ist eine Anmeldung bei der [DAPR](#) möglich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STUDIEN

Fachmedien mögen es persönlich, kurz und visuell →



Eine Studie der Münchner Kommunikationsagentur PR von Harsdorf „Wie PR die journalistische Arbeit der Fachmedien bestmöglich unterstützen kann“ hinterfragt die unterschiedlichen Bedürfnisse der verschiedenen Medienkategorien an die Zusammenarbeit zwischen PR und Journalisten. Befragt wurden Wirtschafts-, IT- sowie Branchenmedien. Das klassische PR-Tool Pressekonferenz nimmt bei diesen Medien dramatisch an Wichtigkeit ab – vor allem bei der Wirtschaftspresse –, während der persönliche Kontakt als immer wichtiger eingestuft wird. Und die Pressemitteilung nimmt bei den Fachmedien sogar einen höheren Stellenwert ein als bei der Gesamtheit der Medien. Die Studie wurde im Mai durchgeführt. PR von Harsdorf befragte rund 700 Journalisten aus Wirtschaft, IT und Branchentitel mit einer Rücklaufquote von 14 Prozent.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Wie sich Marketing-Entscheider heute informieren →

Fast drei Viertel der Marketing-Entscheider (74 %) halten traditionelle Medien für genauso wichtig wie soziale Medien für die Informationsbeschaffung. Ersterer müssen ihren Schwerpunkt aber künftig mehr ins

Digitale verlagern. Denn Online-Medien haben inzwischen einen deutlich höheren Einfluss auf Kaufentscheidungen als Print (58 % vs. 32 %). Das sind Ergebnisse einer Umfrage unter 500 internationalen Marketing-Entscheidern, die die auf Innovationsthemen spezialisierte Kommunikationsberatung Hotwire PR in Zusammenarbeit mit Vanson Bourne durchgeführt hat. In der Studie haben die Berater zudem untersucht, welche Kanäle und Inhalte Marketing-Entscheider entlang der Customer Journey als besonders wertvoll einstufen. „Lead Digital“ und „iBusiness“ liegen hier im klassischen Fachmedienbereich an der Spitze, „Handelsblatt“ und „Capital“ bei den Wirtschaftstiteln und Facebook, Twitter sowie das Business-Netzwerk LinkedIn und die Plattform Google+ im Social Web.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LESEHINWEISE

Lesehinweis: LobbyControl gibt „Reiseführer“ für den Berliner Politikdschungel heraus →



Einen Reiseführer für Berlin der speziellen Sorte hat jetzt der Kölner Verein LobbyControl - Initiative für Transparenz und Demokratie e.V. herausgebracht. Darin geht es um besonders interessante „Sehenswürdigkeiten“. Wo angesagte Restaurants in Berlin zu finden sind – dafür gibt es unzählige Reiseführer. Doch wer in welchen diskreten

Clubs die Ansagen macht, die das Leben vieler Menschen betreffen, das soll der „LobbyPlanet“ verraten. Deshalb führt der „LobbyPlanet“ an 100 Stationen entlang durch den Berliner Politikdschungel. Es handelt sich ein Buch für Menschen, die nicht nur in die Schaufenster, sondern auch in den Maschinenraum

des Politikbetriebs sehen wollen. Warum zum Beispiel bekommen schwere Limousinen ein gutes Umweltlabel, Kleinwagen aber ein schlechtes? Und wie schafft es die Lebensmittelindustrie, eine verständliche Kennzeichnung ihrer Produkte zu verhindern? Antworten will der kritische Stadtführer „LobbyPlanet“ geben. Portofrei kann die Neuauflage mit 324 Seiten zum Preis von zehn Euro direkt bei [LobbyControl](#) bestellt werden.

Lesehinweis: Klaus Eck zur Studie der Otto Brenner Stiftung über „Unternehmensjournalismus“ →



Am 9. Juni berichteten wir über eine Studie der Otto Brenner Stiftung, die sich kritisch mit den Folgen des „Unternehmensjournalismus“ oder auch

des „Marketings mit journalistischen Mitteln“ beschäftigt. Der Würzburger Kommunikationsprofessor Lutz Frühbrodt kritisierte, die medialen Produkte der Unternehmen beeinflussten die öffentliche Meinung und gefährdeten den unabhängigen Journalismus. Jetzt setzte sich der Content-Marketing-Experte Klaus Eck (Foto) in seiner „Content ChECK“-Kolumne in der „w&v“ kritisch mit den Ergebnissen der Studie auseinander. Er verweist darauf, dass Content Marketing eine völlig andere Aufgabe habe als klassischer Journalismus, auch wenn mit journalistischen Methoden gearbeitet werde. Für Eck ist wichtig, dass Unternehmen mit ihren Inhalten transparent auftraten und die Verantwortung für das Content Marketing übernehmen. Eck: „Niemand sollte den Anschein erzeugen, unabhängigen Journalismus zu betreiben.“ Lesen Sie die Replik von Eck in voller Länge auf [„w&v.de“](#).

PREISE UND AWARDS

Internationaler Deutscher PR-Preis 2017: Ausschreibung gestartet →

Der Internationale PR Deutsche PR - Preis 2017 der DPRG

Der Startschuss ist gefallen. Der Deutsche PR-Preis der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) ist ausgeschrieben. Bis zum 29. September können Unternehmen, Organisationen und Agenturen ihre Kampagnen und Projekte in über 20 Wettbewerbskategorien einreichen. Ein wesentliches Ziel stellt DPRG-Präsident Norbert Minwegen heraus: „Wir stiften Nutzen für die tägliche Arbeit – durch Austausch, durch Orientierung, durch Teilen von Erfahrungen und Wissen. Unser Preis zeigt erfolgreiche und in diesem Sinne exzellente Cases, an denen sich die gesamte Branche orientieren kann.“ Inwieweit das den Teilnehmern gelingt, bewertet die Jury, in diesem Jahr unter der Leitung von Peter Szyszka, Professor an der Hochschule Hannover. Ihm zur Seite stehen auch in diesem wieder mehr als 30 Kommunikationsexperten aus Unternehmen, Agenturen, Verbänden und Wissenschaft. Das mehrstufige Jurierungsverfahren wurde überarbeitet, die Einreichung vereinfacht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„Wirtschaftsjournalist“ und „PR Report“ küren Wirtschaftsredaktionen des Jahres →



Die Nachrichtenagentur Thomson Reuters

wurde zur besten Wirtschaftsredaktion im deutschsprachigen Raum gewählt. Der „Wirtschaftsjournalist“ und der „PR Report“, beide Fachmedien erscheinen im Medienfachverlag Oberauer, hatten im

Juni die Meinung von 145 PR-Professionals eingeholt, die die Leistung von rund 50 Wirtschaftsredaktionen bewerten sollten. Thomson Reuters bekam insgesamt 53 Mal die Note sehr gut verliehen und kam damit auf eine Gesamtbewertung nach Schulnoten von 1,73. Die „Börsen-Zeitung“ sicherte sich mit einer Note von 1,75 den 2. Platz. Als beste Redaktion einer Tageszeitung kam der Vorjahressieger „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ mit 1,77 in diesem Jahr auf Rang 3. Auch Platz 4 geht nach Frankfurt - die „Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“ erhält die Schulnote 1,90. Das „Handelsblatt“ schafft es wie im Vorjahr erneut nicht unter die Top 10, sondern landete nur auf Platz 13.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Preise und Awards compact (1) (29./30. KW-2016) →

1. **Vision Awards: Sieben auf einen Streich für MPM** - Die Mainzer Kommunikationsagentur MPM feiert weitere Erfolge bei einem internationalen Wettbewerb für Geschäftsberichte. Beim **Vision Award 2015 der League of American Communication Professionals (LACP)** gewann MPM sieben der begehrten Preise: einmal Platin für den Geschäftsbericht von Henkel, dreimal Gold für die Berichte von Hamborner, Kion und Lekkerland, dreimal Silber für die Geschäftsberichte von Boehringer Ingelheim und Mainova sowie für den Nachhaltigkeitsbericht von Henkel. Somit zählt der Platin-Gewinner Henkel zu den 100 weltweit am besten bewerteten Geschäftsberichten.

INTERNES - AUS DER REDAKTION

PR-Journal im Juli 2016: 25.533 Besucher, 38 neue Jobangebote →

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das "PR-Journal" im Juli 2016 insgesamt 25.533 Besucher lt. Zählung der **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 824 Visits**. Jede/r Besucher/in schaute sich 2,4 Seiten an - daraus errechnen sich 59.179 Pagelmpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch GoogleAnalytics im Juli festgestellt: 70,8 Prozent waren neue Besucher; die durchschnittliche Verweildauer betrug 03:12 Minuten; 54,2 Prozent der Besucher sind männlich, 45,8 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. 17,4 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten über mobile Geräte (Smartphones und Tablets) auf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA IM DIALOG

Koob-Geschäftsführer Rosenthal: „Erfolgsrezept war und ist das Team“ →

Für die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) sind Nachwuchsförderung und die gezielte Verbesserung des Images von Kommunikationsagenturen gegenüber Studierenden wichtige Ziele der Verbandsarbeit. Mehrfach hat der Verband betont, dass Agenturen ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern und künftig stärker im Sinne eines Employer Brandings am Markt agieren wollen. Eine konkrete Maßnahme setzt die GPRA 2016 in Kooperation mit dem „PR-Journal“ um. Monatlich stellt sich ein Agenturchef der GPRA den Fragen von Studierenden, die sich in den Initiativen in

Hannover (PRSH), Leipzig (LPRS), Mainz (kommog-untia) und Münster (campus relations) engagieren. Die haben damit die Gelegenheit, alle Fragen über das Agenturgeschäft zu stellen, die sie für relevant halten. In der achten Folge stellte sich Matthias Ro-



senthal (Foto l.), Geschäftsführender Gesellschafter bei Koob

Agentur für Public Relations GmbH (GPRA) in Mülheim an der Ruhr, den Fragen von Katharina Klahold (M.) und Gina Buchwald-Chassée (r.), beide Studentinnen des Bachelorstudiengangs Kommunikationswissenschaft in Münster und bei campus relations e.V. engagiert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

JOBANGEBOTE

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

Gesuche (3)

Die 3 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

Angebote (47)

Stellenangebote der Agenturen

- Hansmann PR sucht PR-Berater (m/w) für Unit Mode in München
- Berater/in Fashion-PR in München
- PR-Juniorberater (m/w) in Hamburg

- PR-Berater (m/w) B2B Kommunikation (Design, Architektur/Bauen/Wohnen, Nachhaltigkeit), Berlin
- PR-Berater / Junior-Berater (m/w) Schwerpunkte Energie und Technologie, Hamburg
- Account Manager PR (m/w) in Teilzeit, Hamburg
- Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Food & Handel, Hamburg
- Junior PR-Manager(in) im Bereich Tourismus, München
- Junior-PR-Berater (m/w), München
- Berater/Seniorberater Healthcare/Medtec (m/w) bei JP|KOM in Frankfurt a.M.
- PR Junior Account Manager (m/w), München
- Junior-Redakteur / -Berater (w/m), Essen
- PR-Referent/-in / PR Manager, München
- Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Automotive, Hamburg
- Hansmann PR sucht PR-Assistenten/PR-Junior-Berater (m/w) für Unit Mode in München
- Werkstudent im Bereich PR / Kommunikation (w/m), Berlin
- Social Media-/Digital Publishing-Profi (m/w) Schwerpunkt Konzept und Text, Hannover
- PR-Berater/in für den Bereich Fashion, Beauty & Celebrities, Hamburg
- Hamburger PR-Agentur sucht PR Junior-Berater (m/w)
- (Junior) Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf
- PR-Berater/in gesucht - ab sofort, Düsseldorf
- Kohl PR & Partner sucht PR-Berater (m/w), Berlin
- PR-Jung-Redakteur und PR Junior-Account Manager IT- IT-Security, München
- PR-Berater (Account Manager) (w/m) für den Bereich Consumer Technology & Lifestyle, Frankfurt a.M., Düsseldorf oder München
- Studentische(n) Mitarbeiter(in) für unsere PR-Abteilung, Berlin
- Senior Consultant/Teamleiter(in) bei KOOB in Mülheim a.d.R.
- Consultant (m/w) Consumer Communications bei MSL Germany in Frankfurt

Stellenangebote der Medien

- Referent/in Programmkommunikation, Grünwald (bei München)

Stellenangebote der Unternehmen

- Referent Public Relations / Unternehmenskommunikation (m/w), Wiesbaden
- Referent Unternehmenskommunikation/Marketing (w/m), Leverkusen
- Content Management Voba Direkt, Villingen-Schwenningen

- PR Manager (w/m), Hamburg
- Communications Manager (m/w), Berlin
- Stabsstelle Kommunikation, Frankfurt a.M.
- Senior Kommunikationsmanager (w/m), Dessau-Roßlau

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- Pressesprecher/in, Hannover

Volontariat/Trainee

Die 10 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 1. August 2016 um 19:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.493 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 23,8 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.619 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;

Riccardo Wagner, Köln; Helge Weinberg, Hamburg;

E-Mail: redaktion@pr-journal.de

Redaktionsschluss für Newsletter:

montags 16:00 Uhr.

Rubrik „PR-Jobbörse“:

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

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 2015 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des

PR-Journals ausgewiesen: 367.961 Visits und 809.584 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 1.008 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,2 Seiten aufgerufen.