

NEWSLETTER 527

33./34. KW 2016

- ++ Verein „Artikel 1“ betreibt PR für die Menschenwürde ++
- ++ Kommunikationsverband: Präsidium empfiehlt Abwicklung ++
- ++ Studie: Red Bull, Telekom und Veltins beste Fußball-Sponsoren ++

TOP MELDUNGEN

Agenturen wollen mit Top-Kunden, Work-Life-Balance und Feierabendbier Talente gewinnen →



„Ausbildungsverein“ heißen im Fußball die Klubs, die regelmäßig talentierte Spieler hervorbringen, sie aber nicht halten können, sobald ein größerer

Verein den Spielern ein lukrativeres Angebot macht. Nimmt man Uwe Kohrs (Foto), Präsident der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPR), beim Wort, dann sind PR-Agenturen die Ausbildungsvereine der Kommunikationsbranche. Kohrs nennt die Agenturen in einem „W&V“-Interview „Durchlauferhitze“. Talentierte Agenturmitarbeiter würden von Unternehmen zunehmend abgeworfen. Branchenexperten registrieren seit längerem einen „War for Talents“ in der Kommunikationsszene. Agenturen sowie PR- und Pressestellen allgemein hätten Schwierigkeiten, qualifizierte Absolventen und Fachkräfte zu gewinnen. Die vor kurzem **veröffentlichte Absolventenstudie 2016 von Kienbaum Communications** scheint das zu bestätigen. Doch wie erleben die Agenturen ihre Recruiting-Situation? Das „PR-Journal“ hat fünf von ihnen befragt: A&B One, CB.e – Agentur für Kommunikation, fischerAppelt, MSL Germany und Schösslers.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie zur Jobwahl von Absolventen: Berufsziel PR hinter Marketing, Personal und Vertrieb →



Deutsche Hochschul- und Universitätsabsolventen wünschen sich in ihrem ersten Job vor allem eine

kollegiale Arbeitsatmosphäre (59 %), eine ausgewogene Work-Life-Balance (57 %) und Karriereperspektiven (50 %). Überraschenderweise stehen am Ende der Wunschliste der Standort in einer Großstadt (8 %), soziales Engagement des Zielunternehmens und die Größe der Organisation (je 9 %). Als attraktivste Einstiegsbereiche (*siehe nebenstehende Kienbaum-Grafik*) sehen die Absolventen das Projektmanagement (48 Prozent) und das Marketing (30 Prozent). Eine Tätigkeit in Unternehmenskommunikation und PR wird von 15,1 Prozent der Absolventen angestrebt. Dies sind Ergebnisse der „Absolventenstudie 2016“, durchgeführt von der Kommunikationsberatung Kienbaum Communications, Köln, und der Agentur Westpress, Hamm, für die 313 Absolventen verschiedener Fachrichtungen befragt wurden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 527. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 41 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1
Agenturen wollen mit Top-Kunden, Work-Life-Balance und Feierabendbier Talente gewinnen →	1
Studie zur Jobwahl von Absolventen: Berufsziel PR hinter Marketing, Personal und Vertrieb →	1
Kommunikationsverband: Neustart misslungen – Präsidium empfiehlt Abwicklung →	3
Personalien	3
Weingärtner neuer Pressesprecher beim BAH – Stelle seit März vakant →	3
Personalien compact - Agenturen (8) (33./34. KW-2016) →	4
Personalien compact - Sonstige (11) (33./34. KW-2016) →	5
Personalien compact - Unternehmen (6) (33./34. KW-2016) →	8
Etats	9
Vier gewinnt: Neue Etats für Willich Communications →	9
Etats compact (13) (33./34. KW-2016) →	9
Agenturen	11
„mergermarket“-Ranking: Hering Schuppener unangefochten auf Platz 1 in Deutschland →	11
Unternehmen.....	11
Neuregelung der Quartals-berichterstattung: Mehr Transparenz mit weniger Aufwand →	11
Organisationen	12
Verein „Artikel 1“ betreibt PR für die Menschenwürde →	12
Branche	12
„PR-Journal“ gehört zu den Top-Quellen für Content-Marketing →	12
Medien.....	13
Verlag Rommerskirchen klagt gegen DJV auf Schadensersatz →	13

Medien compact (2) (33./34. KW-2016) →	13
Rezensionen	14
Rezension: Club 55 auf der Suche nach dem Sales Code →	14
Termine	14
DPRG-NRW lädt zum PR-Talk über die Gesundheitswirtschaft →	14
Bildung	15
DAPR-Webinare zu berufsbegleitenden Master-Lehrgängen →	15
Bildung compact (1) (33./34. KW-2016) →	15
Studien	15
„Deutscher Sponsoring-Index 2016“: Red Bull, Telekom und Veltins sind beste Fußball-Sponsoren →	15
Lesehinweise	16
Lesehinweis: Wie PR-Agenturen um den Nachwuchs kämpfen →	16
Tipps	16
Sponsoring: Was die Besten besser machen →	16
Infografik: In fünf Schritten zur gelungenen Content-Strategie →	16
DIRK veröffentlicht Best Practice Guide zu Quartalsmitteilungen →	17
Internes - aus der Redaktion	17
In eigener Sache: Volker Thoms verstärkt das „PR-Journal“ in Berlin →	17
Jobangebote	17
Gesuche (4)	17
Angebote (43)	17
Volontariat/Trainee	18
Praktikum	18
Impressum	19
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 13. September!	

**Kommunikationsverband: Neustart
misslungen – Präsidium empfiehlt
Abwicklung →**



Der Kommunikationsverband e.V. steht vor der Auflösung. Viele Bemü-

hungen während der vergangenen zwei Jahre dem 500 Mitglieder zählenden Verband neues Leben einzuhauchen, sind offensichtlich gescheitert. Wie „horizont.net“ jetzt von der letzten Mitgliederversammlung berichtet, hat das Präsidium unter Führung seines Sprechers Jamal Khan (Foto) den Mitgliedern die Abwicklung des Verbandes empfohlen. Erst vor knapp zwei Jahren hatte der Kommunikationsverband noch einmal Anlauf genommen und einen Neustart gewagt. Mit dem Claim „Professionalität verbindet“, einem neuen Webauftritt und einem Workshop-Konzept hatte es das Präsidium versucht, wieder Boden unter den Füßen zu bekommen und an Relevanz für die Mitglieder zu gewinnen (wir berichteten). Dieses Unterfangen ist wohl nun gescheitert. Die Zahl von nur acht Teilnehmern an der Mitgliederversammlung ist eindeutiger Beleg dafür. Schon zuvor wurde die Bundesgeschäftsstelle aufgelöst und die wenigen noch vorhandenen Regionalclubs wieder in die Selbstständigkeit entlassen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PERSONALIEN

**Weingärtner neuer Pressesprecher beim
BAH – Stelle seit März vakant →**



Das war ein kurzes Gastspiel von Yvonne Möller (39) beim Bundesverband der Arzneimittel-Hersteller e.V. (BAH). Zum 1. November 2015 trat sie in



die Geschäftsstelle des BAH ein und übernahm zum 1. Januar 2016 als Nachfolgerin von Heinz-Gert Schmickler (66) in Berlin die Leitung der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Nun wurde bekannt, dass sie den Verband bereits im März wieder verlassen hat. Neuer Pressesprecher und Kommunikationschef wird ab dem 15. Oktober Christof Weingärtner (44, Foto r. © Bettina Volke). Weingärtner war im Laufe seiner Karriere bei verschiedenen PR-Agenturen tätig. Dabei verantwortete er zuletzt vor allem Kampagnen mit einem gesundheitspolitischen Fokus. Aktuell arbeitet er noch als Senior Berater und Etat Direktor für die Agentur ressourcenmangel und betreut dort unter anderem für die Kassenärztliche Bundesvereinigung (KBV) die Kampagne „Wir arbeiten für Ihr Leben gern“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Agenturen (8)
(33./34. KW-2016) →

1. **Hill+Knowlton verstärkt Industrial-Team:** **Juliane Rawinski** (28) ist seit Anfang August als Account Managerin im Bereich Industrial-Services von Hill+Knowlton Strategies tätig. Sie betreut vom Standort Düsseldorf aus vornehmlich Kunden aus dem B-to-B-Bereich, insbesondere aus der Industrie und dem Automobilsektor. Rawinski kommt von der TÜV Rheinland Consulting. Dort war sie im Bereich Marketing/Kommunikation für die Content-Erstellung online und offline, die Pressearbeit sowie die interne Kommunikation zuständig. Zuvor machte sie ein PR-Volontariat in Düsseldorf und schrieb nebenher für das Online-Wirtschaftsportal „business-on.de“. Sie berichtet an **Britta Lange**, Board Director und Head of Industrial Services.
2. **Neues Gesicht bei pioneer communications:** Mit **Carolin Ruff** (26) erhält das Team von pioneer communications in Leipzig weiteren Zuwachs. Die Kommunikationsagentur beschäftigt nun über 30 Berater. Ruff unterstützt ab sofort die Betreuung von langjährigen Kunden. Sie war zuletzt als Junior-PR-Manager bei Stromberger PR in München tätig. Ruff hat an der Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft in Berlin Journalismus und Unternehmenskommunikation studiert und absolvierte mehrere Praktika im redaktionellen Bereich. Ausgleich findet die gebürtige Berlinerin auf dem Wasser im Kanurennsport.
3. **YJOO setzt auf erprobtes Know-how:** Nach ihrem Mutterschaftsurlaub kehren mit **Nina Kaufmann** und **Nadine Sauter** zwei langjährige Beraterinnen zur schweizerischen Agentur YJOO Communications zurück. Sie verstärken das Team in Zürich wieder in den Bereichen Corporate und Marketing Communications. Sauter ist bereits seit der Gründung von YJOO im Jahr 2010 Teammitglied, Kaufmann gehört seit 2011



- zu YJOO. Wo Kaufmann breite Erfahrung in der Unternehmenskommunikation mitbringt und zahlreiche Kundenprojekte aus der Konsumgüterbranche auf Deutsch, Französisch und Englisch betreut, ist Sauter eine Spezialistin im Bereich Corporate Publishing.
4. **Drei neue PR-Manager für cocodibu:** Die Münchner PR- und Kommunikationsagentur cocodibu freut sich über drei Neuzugänge. **Christiane Wenzel** (28) steigt als PR-Managerin ein. Zuvor arbeitete sie für die Agentur Hotwire PR, ebenfalls München, wo sie als Programme Executive für B-to-B- und B-to-C-Kunden eingesetzt wurde. **Nadine Dübbel** (24) und **Marvin Nix** (25) sind bereits seit Anfang 2016 als Junior-PR-Manager bei cocodibu tätig. Dübbel arbeitete vor ihrem Volontariat bei cocodibu in der Redaktion von stylefruits, einer Empfehlungsplattform für Mode und Wohnen. Nix absolvierte vor seiner Agenturtätigkeit ein Volontariat in der Unternehmenskommunikation von Kabel Deutschland.
5. **FleishmanHillard baut Corporate-Team weiter aus:** **Roberto Freiburger** verstärkt als

Vice President Corporate Communications ab sofort das Team von FleishmanHillard in Deutschland. Freiberger wird im Berliner Büro der Kommunikationsberatung angesiedelt. Er berichtet dort an **Volker Pulskamp**, der kürzlich als Head of Corporate Communications die Verantwortung für das Corporate-Geschäft der Netzwerkagentur übernommen hat und das standortübergreifende Team von Frankfurt aus leitet. Freiberger arbeitete nach seinem Studium in verschiedenen Kommunikationsagenturen. Wichtige Stationen waren Ketchum Pleon sowie CB.e Clausecker Bingel, bei denen er über viele Jahre als Seniorberater tätig war.

6. **cherrypicker verstärkt Beratung und Projektmanagement:** Die Hamburger Agenturmanagement-Beratung cherrypicker baut ihr Team aus. **Silke Reuter** (46) soll die Beratung und **Sandra Giereth** (27) das Projektmanagement verstärken. Reuter, die schon für Unilever und Tchibo tätig war, arbeitete in den vergangenen Jahren als Interimsmanagerin im Bereich Marketing-Kommunikation, Organisationsentwicklung und Innovations-Management. Giereth kommt vom PMC, wo sie mehrere Jahre als Projektmanagerin Landes-, Bundes-, und europäische Förderprojekte initiierte. Cherrypicker verlassen hat hingegen **Josephine Gerves**, die zuletzt drei Jahre als Director Consulting tätig war. Sie wechselt zu einer Agentur.
7. **Zuwachs für APCO Worldwide in Berlin:** **Felix Eggert** (26) verstärkt als Associate Consultant das Team von APCO Worldwide in Berlin. Er unterstützt internationale Kunden in den Bereichen Public Affairs, Unternehmenskommunikation und Krisenkommunikation. Eggert kommt von Air Berlin, wo er zuletzt als politischer Referent tätig war und sich dort für verschiedene luftverkehrspolitische Themen, sowie für die Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation der Fluggesellschaft verantwortlich zeichnete.



8. **Zwei neue Berater bei Ira Wülfing Kommunikation:** **Alexander Görbing** (50) und **Florian Bergmann** (37) sind ab sofort neue Berater bei der Münchner Agentur Ira Wülfing Kommunikation (IWK) GmbH. Görbing gilt als erfahrener Kommunikationsexperte. Bei IWK soll er den Bereich der Kommunikation für mittelständische oder technisch orientierte Unternehmen mit ausbauen. Zuvor war er unter anderem bei Walter Bau und Hoppenstedt verantwortlich für PR und Unternehmenskommunikation. Bergmann kommt als früherer PR-Manager der Wirtschaftskanzlei CMS Deutschland zu IWK. Bei IWK ist er vor allem für die Betreuung von Kunden aus der Finanz- und Beratungsbranche mit verantwortlich.

Personalien compact - Sonstige (11) (33./34. KW-2016) →

1. **Neuer PR-Chef für den Art Directors Club für Deutschland:** **Marc-Pierre Hoef** hat als

Nachfolger von **Esmeralda Schöne** Mitte August die Leitung von Marketing und PR beim Art Directors Club für Deutschland (ADC) e.V. in Berlin übernommen. Er verantwortet die strategische Entwicklung, Steuerung und Umsetzung der externen Kommunikations- sowie Marketingmaßnahmen und ergänzt die zweite Führungsebene. Zuvor arbeitete Hoefft als Head of Communications beim Exit-Network in Berlin. Zudem entwickelte er auf selbstständiger Basis Marketing- und Kommunikationsstrategien für junge Startup-Unternehmen. Beim Art Directors Club berichtet er an **Klaus Gräff**, den geschäftsführenden Vorstand für Deutschland.

2. **Engels ist neuer Regierungssprecher in Potsdam: Florian Engels** (56) wird als Nachfolger von **Andreas Beese** neuer Sprecher der Landesregierung Brandenburg in Potsdam. Das gab Ministerpräsident **Dietmar Woidke** (SPD) am 23. August bekannt. Vorgänger Beese wird in eine Fachabteilung eines Ministeriums wechseln. Engels war zuletzt seit 2015 Sprecher des Ministeriums für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg. Zuvor war er von 2004 bis 2009 in gleicher Funktion für das Ministerium für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie des Landes Brandenburg tätig.
3. **Klinikum Region Hannover hat neuen Kommunikationschef: Steffen Ellerhoff** (45) leitet vom 1. Oktober an den Bereich Unternehmenskommunikation am Klinikum Region Hannover (KRH). Vorgänger **Thomas Melosch** hat das Klinikum bereits im Juni verlassen und ist als kaufmännischer Direktor zum Evangelischen Krankenhaus Königin Elisabeth Herzberge nach Berlin gegangen. Ellerhoff war zuletzt als Leiter der Abteilung für Unternehmenskommunikation und Marketing bei den Mühlenkreiskliniken tätig. Beim KRH wird er an den Geschäftsführer **Matthias Bracht** berichten.
4. **PR von der Zugspitze aus für die Umweltforschung: Inga Beck** (32) arbeitet seit dem



1. Juli als Referentin für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der Umweltforschungsstation (UFS) Schneefernerhaus auf der Zugspitze. Die Position wurde neu geschaffen. Sie kommt von der Ruprecht-Karls Universität Heidelberg, wo sie an einem PI PostDoc Projekt arbeitete. Beim Schneefernerhaus berichtet sie an den Geschäftsführer **Markus Neumann**.
5. **Berger spricht ab November für Schweiz Tourismus: Markus Berger** (51) wird vom 1. November an die Unternehmenskommunikation der Schweiz Tourismus-Agentur in Zürich leiten. In Personalunion ist er auch Mediensprecher. Vorgängerin **Daniela Bär** hat das Unternehmen im Juli verlassen. Berger kommt von Andermatt Swiss Alps, wo er noch bis Oktober Leiter Kommunikation und Mediensprecher ist. In seiner neuen Position wird er an **Tiziano Pelli**, Leiter Stab Direktion, berichten.
6. **Barner übernimmt neue Aufgaben bei der KAS: Matthias Barner** (51), seit 2012 Pressesprecher der Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS) in

Berlin, wird zum 1. September neue Aufgaben für die Stiftung übernehmen. Barner wurde die Leitung des Auslandsbüros der KAS in Prag übertragen. Dort wird er für Projekte der KAS in Tschechien und in der Slowakei verantwortlich sein. Er folgt in dieser Funktion auf Werner Böhler. Barner ist bereits seit 2010 bei der KAS, zunächst als Leiter des Medienprogramms für Südosteuropa in Sofia, dann vier Jahre als Pressesprecher. Wer sein Nachfolger als Pressesprecher wird, steht noch nicht fest.

7. **Wirtschaftsrat der CDU hat neue Presse-referentin: Birgit Heinrich** (43) arbeitet als neue Referentin für Presse und Verbandskommunikation beim Wirtschaftsrat der CDU in Berlin. Gemeinsam mit **Caroline Bernhardt** tritt sie die Nachfolge von **Michael Schweizer** und **Mirja Meyerhuber** an. Schweizer leitet nun das Marketing des Wirtschaftsrats, Meyerhuber hat den Wirtschaftsrat verlassen. Zuvor war Heinrich für den Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW) tätig. Sie berichtet an Pressesprecher und Geschäftsführer für Kommunikation, **Klaus-Hubert Fugger**.
8. **Neuer Referent für Kommunikation beim IFA: Guido Jansen** (47) arbeitet seit dem 15. Juli als neuer Referent Kommunikation beim Institut für Auslandsbeziehungen (IFA) in Berlin. In der neu geschaffenen Position zeichnet er für die Presse- und Medienarbeit sowie für die politische Kommunikation verantwortlich. Jansen arbeitete zuvor für den Deutschen Bibliotheksverband, wo er das Referat für Internationale Kooperation leitete. Beim IFA berichtet er an die Leiterin der Stabstelle Kommunikation **Miriam Kahrman** und an den Generalsekretär **Ronald Grätz**.
9. **Müller folgt auf N. Beeko bei Amnesty International: Bettina Müller** (49) ist als Nachfolger von Markus N. Beeko seit dem 1. August neue Abteilungsleiterin Kampagnen und Kommunikation bei Amnesty International Deutschland in



- Berlin. Vorgänger N. Beeko ist zum Generalsekretär aufgestiegen. Müller leitete zuvor die Abteilung Kommunikation und Fundraising bei der Elly-Heuss-Knapp-Stiftung - Deutsches Müttergenesungswerk. Davor war Müller von 2011 bis 2014 bei der Stiftung Lesen und von 2008 bis 2011 Senior Beraterin und stellvertretender Business Director bei der Agentur Johanssen + Kretschmer.
10. **Malter wird Kommunikationsreferentin beim VÖB: Sandra Malter** wird vom 1. September an neue Kommunikations-Referentin beim Bundesverband Öffentlicher Banken Deutschlands (VÖB) in Berlin. Malter betreut neben den Publikationen und der Online-Kommunikation auch Veranstaltungen. Sie berichtet an den Kommunikationschef des Verbands, **Dominik Lamminger**, und folgt auf Melanie Breunlein, die den Verband zum 31. August verlässt und sich selbstständig macht. Malter begann ihre Tätigkeit beim VÖB 2014 als Werkstudentin und wurde 2015 Projektreferentin für das einhundertjährige Verbandsjubiläum. Zuvor war sie als freie Journalistin tätig.
 11. **Hildebrand wechselt vom SRF zum Zirkus Knie:** Mit einem Zirkuswagen auf Reisen gehen, das macht jetzt **Sara Hildebrand**. Die Moderatorin und Journalistin beim Schweizer Radio und Fernsehen SRF wird ab Oktober neue Kommunikationschefin beim schweizerischen Nationalzirkus Knie. Als Pressesprecherin wird sie mit dem

Zirkus auf Tournee gehen und für Medienanfragen zur Verfügung stehen. In den Wintermonaten wird sie von Rapperswil aus arbeiten, wo der Zirkus sein Winterquartier hat. Nach eigenen Angaben hat Hildebrand nach sieben Jahren beim SRF eine neue Herausforderung gesucht. Jetzt muss sie nur noch den LKW-Führerschein bestehen, damit sie ihren Wohnwagen selbst fahren kann. (Quelle: „persoenlich.com“)

**Personalien compact - Unternehmen (6)
(33./34. KW-2016) →**

1. **Neuer Kommunikationschef bei Concardis: Christian Drixler** (40) ist seit dem 1. August neuer Head of Corporate Communications bei der Concardis GmbH, einem europäischen Paymentdienstleister mit Sitz in Eschborn. Drixler wird die interne und externe Unternehmenskommunikation verantworten und direkt an den CEO von Concardis, **Marcus W. Mosen**, berichten. Drixler verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung in der Kommunikationsberatung mit einem Schwerpunkt im Finanzsektor. Vor seinem Wechsel zu Concardis war Drixler als Senior Consultant bei der Beratung für strategische Unternehmenskommunikation Hering Schuppener in Frankfurt am Main tätig.
2. **Neuer Leiter Media Relations bei Continental: Vincent Charles** (33) leitet vom 1. September an die Corporate Media Relations und ist damit auch Leiter des Teams der Pressesprecher innerhalb der Unternehmenskommunikation des Automobilzulieferers Continental in Hannover. Vorgänger **Hannes Boekhoff** hat das Unternehmen bereits Ende März verlassen. Charles ist derzeit Pressesprecher für Wirtschafts- und Finanzthemen bei Continental. Er steht bereits seit dem Jahr 2009 in Diensten von

Wie läuft's?

Leistungsdiagnose mit Lautenbach Sass.

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

Continental, zunächst war er als Strategy Manager eingestellt, später als Pressesprecher Innovationen und Technologie.

3. **Stuttgarter Netze haben neuen Kommunikationsmanager: Moritz Oehl** (36) arbeitet seit dem 1. Juli als Manager Unternehmenskommunikation beim Stromversorgungsunternehmen Stuttgart Netze. In der neu geschaffenen Position ist er für die externe und interne Kommunikation zuständig. Oehl kam vom Pharmagroßhändler Celesio, wo er zuletzt als Manager Corporate News tätig war. Bei Stuttgart Netze berichtet er an den Teamleiter Geschäftsunterstützung **Gerhard Sawall**.
4. **McDonald's befördert Communications-Managerin: Aglaë Strachwitz**, Communications & Public Affairs Managerin bei McDonald's in der Schweiz in Crissier, hat im Unternehmen eine neue Aufgabe übernommen: Seit Mitte August ist sie Food & Experience Marketing Managerin. Wer ihr in der bisherigen Position nachfolgt, ist noch nicht geklärt. Sechs Jahre war Strachwitz bei McDonald's Schweiz für die Öff-

fentlichkeitsarbeit in der Schweiz sowie für strategische Führung der Ronald McDonald Kinderstiftung zuständig. In ihrer neuen Funktion verantwortet sie unter der Leitung von Thomas Truttmann unter anderem Marketing, Communications, Werbung und Social Media. Ihr Team zählt fünf Mitarbeiter.

5. **Titt neuer Senior Manager Global PR bei DE-CIX:** Carsten Titt (44) hat seit Anfang August die neu geschaffene Position des Senior Managers Global Public Relations bei DE-CIX übernommen, einem internationalen Betreiber von Interconnection Plattformen mit Sitz in Frankfurt am Main. Im Rahmen seiner Tätigkeit verantwortet Titt die gesamte externe Kommunikation der DE-CIX und berichtet direkt an den Geschäftsführer **Harald A. Summa**. Titt arbeitete zuvor unter anderem als Leiter Unternehmenskommunikation für den Münsteraner Mobilfunkhändler Phone House, als Head of Public Relations Central Europe beim Smartphone-Hersteller BlackBerry sowie als Pressesprecher beim Unterhaltungselektronik-Konzern Grundig.
6. **Fraport schafft Stelle für Digitale Kommunikation:** Merrit Schreiner (34), ist neue Teamleiterin Digitale Kommunikation und Blogger Relations bei der Fraport AG in Frankfurt am Main. Die Position wurde neu eingerichtet. Schreiner ist für die strategische Kommunikationsplanung und -steuerung in den digitalen Medien von Fraport zuständig. Zudem ist sie Sprecherin für die Digitalisierungsaktivitäten von Fraport und Ansprechpartnerin für Social Influencer. Schreiner kommt von der Kommunikationsagentur MSL Group Germany, wo sie zuvor als Senior Beraterin tätig war. Vorherige Stationen der Online-PR-Spezialistin waren die Agentur Grayling und die auf SEO spezialisierte Agentur Clickthinking in Kapstadt. (Quelle: „cp-monitor.de“)

ETATS

Vier gewinnt: Neue Etats für Willich Communications →



Die auf Mode und Lifestyle spezialisierte Hamburger PR-Agentur Willich Communica-

tions GmbH hat sich vier neue Etats gesichert. Kleiderkreisel und Mamikreisel, beide dem litauischen Mutterkonzern Vinted zugehörig, legten die Öffentlichkeitsarbeit für den deutschsprachigen Raum ab dem 1. August in die Hände der Hamburger PR-Profis. Die Online-Plattformen sind mit zwölf Millionen Mitgliedern der weltweit größte Marktplatz für Secondhand-Kleidung, wobei der Schwerpunkt bei Mamikreisel auf Produkten rund um Babys, Kinder, Schwangere und Mütter liegt. Im Fokus der Zusammenarbeit stehen das Influencer Marketing inklusive Blogger Relationship Management, klassische Medienarbeit und Themenmanagement für Print, Online und Social Media und die Platzierung von Corporate Themen aus dem Headquarter in Litauen, unter anderem durch Interviews mit dem CEO Justas Janauskas.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (13) (33./34. KW-2016) →

1. **Hirschen weiten Arbeit für Südtirol** auswer: IDM (Innovation, Development und Marketing) Südtirol, Bozen
was: Imagekampagne in Deutschland und Italien
an: **Zum golden Hirschen**, München
2. **CB.e AG inszeniert Anchor 2016-Festival**
wer: Anchor 2016 – Reeperbahn Festival International Music Award, Hamburg

was: Showkonzept und -design, Content-Produktion, Umsetzung in Kooperation mit Konzertagentur Neuland-Concerts

an: **CB.e AG - Agentur für Kommunikation**, Berlin

3. Berliner Kommunikationsagentur verteidigt Etat des DAAD

wer: Deutscher Akademischer Austauschdienst (DAAD), Bonn

was: Fortsetzung der seit 2012 laufenden Kampagne „Study in Germany – Land of Ideas“.

an: **We Do communication GmbH**, Berlin

4. Kundenzuwachs für Dako PR

wer: Fensterhersteller Athleticos West GmbH, Südlohn-Oeding

was: Beratung zur strategischen Neuausrichtung, Presse- und Medienarbeit, Online-PR

an: **dako pr corporate communications GmbH**, Leverkusen

5. Reichert+ Communications berät BREE

wer: Taschen-Label BREE Collection GmbH, Isernhagen

was: PR-Arbeit, VIP- und Blogger-Relations, strategische Beratung sowie Event- und Kooperationsmanagement

an: **Reichert+ Communications GmbH**, Berlin

6. Edelman.ergo startet Kampagne über Herzklappenerkrankungen

wer: Forschungs- und Entwicklungsunternehmen im Bereich Herzklappen, Edwards Lifesciences, Europazentrale in Nyon (Schweiz)

was: Aufklärungskampagne zum Thema Herzklappenerkrankungen

an: **Edelman.ergo Healthcare**, Frankfurt am Main

7. denkwerk realisiert Online-Kampagne für Union Investment

wer: Union Investment, Frankfurt am Main

was: Online-Etat für dreijährige Kampagne zum Thema Fondssparen und Launch der Microsite



sparstrumpf.de

an: **denkwerk GmbH**, Köln

8. TDUB wird PR-Agentur der freenet AG

wer: Mobilfunkanbieter und Digital-Lifestyle-Provider freenet AG, Büdelsdorf

was: Strategische Beratung und Medienarbeit für die Marken mobilcom-debitel, Klarmobil.de, Gravis und freenet.de

an: **TDUB Kommunikationsberatung**, Hamburg

9. Think betreut Markteinführung des Schwalbe-Elektrorollers

wer: Motorrollerhersteller Govecs GmbH, München

was: Begleit-PR zur Markteinführung des neuen Schwalbe-Elektrorollers

an: **Think Inc. Communications GmbH**, München

10. schoesslers gewinnt Integral Ad Science als neuen Kunden

wer: Technologieunternehmen Integral Ad Science, New York

was: PR-Beratung und Pressearbeit für die Region DACH

an: **schoesslers GmbH**, Berlin

11. Ira Wülfing Kommunikation berät Spencer Stuart

wer: Executive Search Beratung Spencer Stuart

Germany, Frankfurt am Main und München
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **Ira Wülfing Kommunikation GmbH**,
München

12. **zeron entwickelt PR-Rezept für Natumi-Drinks**
wer: Anbieter von Naturkost und Milchalternativen Natumi GmbH, Troisdorf
was: Pressearbeit, Presse-Events, Influencer Relations, Content- und Storytelling
an: **zeron GmbH / Agentur für Public Relations**, Düsseldorf
13. **Karkalis sichert sich PR-Etat von Basler Fashion**
wer: Modemarke Basler Fashion, Goldbach
was: Beratung zur Neupositionierung in Deutschland, Pressearbeit B-to-C und B-to-B Bereich.
an: **Karkalis Communications GmbH**, München

AGENTUREN

„mergermarket“-Ranking: Hering Schuppener unangefochten auf Platz 1 in Deutschland →



Das britische Medienunternehmen MergerMarket, spezialisiert auf

die Analyse von Finanzdaten, hat sein neuestes Ranking für das weltweite Abschneiden von Kommunikationsberatungen bei der Begleitung von Unternehmensfusionen und -übernahmen (M&A) vorgelegt. Messkriterien für die Ranglisten sind Wert und Anzahl der betreuten Transaktionen. In Deutschland führt Hering Schuppener die Rangliste im 13. Jahr in Folge unangefochten an. Im abgelaufenen Halbjahr begleitete die Kommunikationsberatung 16 Fusionen und Übernahmen mit Beteiligung deutscher Unternehmen im Gesamtwert von 37,45 Milliarden. Die Plätze zwei

Droht Snapchat Tod durch Vergreisung?

Gerade noch wurde berichtet, dass Snapchat jetzt irgendwie größer ist als Twitter – und plötzlich droht das Foto- und Video-Chatnetzwerk mit den geisterhaft verschwindenden Bildern schon wieder unterzugehen. Oder vielmehr: von der Rollator-Generation überrollt zu werden.

Stimmt das wirklich?

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

und drei belegen die CNC AG (Publicis/MSLGROUP) (Gesamtwert: 20,24 Milliarden Euro / 8 Mandate) und FTI Consulting (18,2 Mrd. € / 12 Mandate). Mit zwei zusätzlichen Mandaten im Vergleich zum 1. Halbjahr 2015 hat sich für CNC der Wert der begleiteten Transaktionen damit beinahe verdreifacht, FTI hingegen hält seine zwölf Mandate, der Gesamtwert sinkt jedoch um 18,4 Prozent. Platz vier belegt Finsbury (16,05 Mrd. € / 6), das seit April eine strategische Partnerschaft mit Hering Schuppener eingegangen ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

UNTERNEHMEN

Neuregelung der Quartalsberichterstattung: Mehr Transparenz mit weniger Aufwand →

Das Korsett der Finanzmarktregulierung wird immer enger – davon wissen auch deutsche Emittenten ein Lied zu singen. Umso bemerkenswerter ist es, wenn ihr Gestaltungsspielraum zur Abwechslung einmal erweitert wird. So geschehen bei der Neuregelung der

Vorgaben zur Quartalsberichterstattung für die im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse (FWB) notierten Unternehmen. Seit November 2015 gelten hier deutlich reduzierte Anforderungen. ([Wir berichteten.](#)) Dem neuen Paragraph 51a der Börsenordnung zufolge müssen die sogenannten „Mitteilun-



gen“ zum ersten und dritten Quartal „die Beurteilung ermöglichen, wie sich die Geschäftstätig-

keit des Emittenten im jeweiligen Mitteilungszeitraum entwickelt hat“. Das heißt, sie müssen Informationen enthalten über die wesentlichen Ereignisse und Geschäfte des Quartals, ihre Auswirkungen auf die Finanzlage und das Geschäftsergebnis sowie gegebenenfalls auch über die Änderungen von Prognosen und sonstigen Aussagen zur voraussichtlichen Entwicklung. (Karikatur aus: „IR Magazine“)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ORGANISATIONEN

Verein „Artikel 1“ betreibt PR für die Menschenwürde →



Dem Hass etwas entgegenzusetzen und Politik wieder verständlicher

machen, das sind die Hauptziele des neu gegründeten **Vereins „Artikel 1“**. Der frühere SPD-Bundesgeschäftsführer Kajo Wasserhövel (Foto l., © Elephantlogic GmbH) und Jana Faus (r., © Pollytix GmbH), geschäftsführende Gesellschafterin des Meinungsforschungsinstituts Pollytix, gehören zu den Initiatoren



und haben nun den Vorsitz des „Vereins für Demokratie und Menschenrechte Artikel Eins“ übernommen. Sie wollen eine Kampagnenstruktur für Demokratie aufbauen. Unterstützt werden sie unter anderem von Hans Langguth, Chef der Werbeagentur „Zum goldenen Hirschen“, und Michael Donnermeyer, dem Kampagnenberater von Klaus Wowereit und Peer Steinbrück. In einem Onlinebeitrag der „Frankfurter Rundschau“ sagte Wasserhövel: „Populismus wird nicht mit anderem Populismus oder Schweigen bekämpft, sondern durch verständliche Sprache und Kommunikation.“ Sowohl der Parteienmüdigkeit der Nichtwähler als auch den Hetzern könne man etwas entgegensetzen, „dafür stellen wir unser Wissen und unsere Erfahrung zur Verfügung“. Lesen Sie den vollständigen Artikel direkt auf der [Website der „Frankfurter Rundschau“](#).

BRANCHE

„PR-Journal“ gehört zu den Top-Quellen für Content-Marketing →

Das „PR-Journal“ zählt zu den Top-Quellen für das Thema Content Marketing. Bei einer Analyse der 100 stärksten Quellen in der Zeit von Juni bis August

2016 durch Mühlenbeck Consulting belegt unser Portal Platz 12. Erhoben wurden die Daten im Auftrag der Kölner Agentur von Ubermetrics Technologies.



Alle Quellen wurden laut Angabe von Frank Mühlenbeck (Foto) auf der Plattform „Transformieren.com“ redaktionell geprüft und gefiltert. Webseiten, die lediglich Nachrichten aggregieren und nicht selbst produzieren, wurden aus der Liste entfernt. Darüber hinaus wurden reine Job-Portale entfernt. Auch Social Media-Plattformen wurden nicht berücksichtigt, da sie in erster Linie dazu genutzt werden, Artikel zu teilen und somit zu verbreiten sowie diese zu kommentieren. Eine untergeordnete Rolle als Quelle für Informationen über das Thema Content-Marketing spielen laut der Erhebung große Verlage und Tageszeitungen. Die „Zeit“ belegt Platz 47. Stattdessen finden sich viele kleine Webseiten und Digitalmagazine, die sich mit Content Marketing auseinandersetzen. Trotzdem führen zwei klassische Magazine – nämlich „Werben & Verkaufen“ sowie „Horizont“ die Liste der Quellen an. Das „PR-Journal“ freut sich über die gute Platzierung.

Alle Quellen wurden laut Angabe von Frank Mühlenbeck (Foto) auf der Plattform „Transformieren.com“ redaktionell geprüft und gefiltert. Webseiten, die lediglich Nachrichten aggregieren und nicht selbst produzieren, wurden aus der Liste entfernt. Darüber hinaus wurden reine Job-Portale entfernt. Auch Social Media-Plattformen wurden nicht berücksichtigt, da sie in erster Linie dazu genutzt werden, Artikel zu teilen und somit zu verbreiten sowie diese zu kommentieren. Eine untergeordnete Rolle als Quelle für Informationen über das Thema Content-Marketing spielen laut der Erhebung große Verlage und Tageszeitungen. Die „Zeit“ belegt Platz 47. Stattdessen finden sich viele kleine Webseiten und Digitalmagazine, die sich mit Content Marketing auseinandersetzen. Trotzdem führen zwei klassische Magazine – nämlich „Werben & Verkaufen“ sowie „Horizont“ die Liste der Quellen an. Das „PR-Journal“ freut sich über die gute Platzierung.

MEDIEN

Verlag Rommerskirchen klagt gegen DJV auf Schadensersatz →



Die Leser des „journalist“ müssen sich weiter gedulden, bis sie wieder ein gewohnt umfangreiches Heft mit 80 oder mehr Seiten in den Händen halten können. Auch für den Monat August produzierte der Verlag Rommerskirchen wieder nur eine Sparausgabe mit 36 Seiten. Hintergrund sind wegbrechende Anzeigen, die den Verlag nach seiner Darstellung seit Monaten dazu zwingen, den Umfang

Hintergrund sind wegbrechende Anzeigen, die den Verlag nach seiner Darstellung seit Monaten dazu zwingen, den Umfang



Fachmagazins deutlich zu reduzieren. Der DJV ist damit nicht einverstanden und verkündete Anfang Juli die Kündigung des seit 1967 bestehenden Vertrages mit dem Verlag Rommerskirchen zum 30. September 2016. Ab Oktober soll der „journalist“ vom Hamburger New Business Verlag GmbH & Co. KG produziert werden. Rommerskirchen legte Widerspruch ein und verwies darauf, dass der Vertrag aus seiner Sicht bis 2020 gelte (wir berichteten). Anschließend entließ er die für den „journalist“ zuständigen Redaktionsmitglieder und erwog eine Klage gegen die Kündigung. Nach Informationen von „Meedia.de“ folgte nun aber zunächst eine Schadensersatzklage gegen den DJV.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (2) (33./34. KW-2016) →

1. **Business-Netzwerk LinkedIn baut Redaktion auf: Jörg Bueröse**, früherer Chef von „Focus online“, leitet künftig die neu eingerichtete Redaktion des Business-Netzwerks LinkedIn für den deutschsprachigen Raum. Ähnlich wie Xing, Hamburg, setzt auch LinkedIn künftig darauf, die Netzwerkmitglieder mit zusätzlichen Services zu versorgen. Zunächst sollen das Nachrichtenportal „Pulse“, die Blogfunktion und das Influencer-Programm ausgebaut werden. Unterstützt wird Bueröse von der Journalistin **Sara Weber**, die seit 2011 als freie Redakteurin und Autorin unter anderem für „Brand Eins“, die „Zeit“, „Horizont“ und die „Süddeutsche Zeitung“ tätig war.

2. **Neuer Chefredakteur für „Schwäbische Post“ und „Gmünder Tagespost“:** **Damian Imöhl** (46) wird zum 1. Oktober 2016 als Nachfolger von **Lars Reckermann** (46) neuer Chefredakteur der „Schwäbischen Post“ in Aalen und der „Gmünder Tagespost“ in Schwäbisch Gmünd. Beide Blätter erscheinen im Verlag SDZ. Druck und Medien. Vorgänger Reckermann wechselt zur „Nordwest Zeitung“ nach Oldenburg. Imöhl war zuletzt als freier Journalist tätig, zuvor bis März dieses Jahres als stellvertretender Chefredakteur beim Kölner „Express“. Imöhl gilt als versierter Journalist, der früher auch als Korrespondent für dpa tätig war. Seit 2009 unterrichtet er als Dozent an der Westfälischen Hochschule in Gelsenkirchen am Institut für Journalismus & PR.

REZENSIONEN

Rezension: Club 55 auf der Suche nach dem Sales Code →



Titel: Sales Code 55: Die Erfolgsgeheimnisse von Europas Verkäufer-Elite; Herausgeber: Michael Ehlers, Guglielmo Imbimbo; Verlag: books4success 2016, 464 Seiten; 55 Euro; ISBN-13: 978-3864703560

Was macht einen Verkäufer zu einem guten Verkäufer? Einen Verkauf zu einem gu-

ten Verkauf? Also was macht eigentlich den Verkaufserfolg aus? Die Mitglieder des Club 55 haben sich auf die Suche nach dem „heiligen Code“ hinter dieser Frage gemacht. Entstanden ist in diesem Jahr ein Buch: „Sales Code 55 – Die Erfolgsgeheimnisse von Europas Verkäufer-Elite“.

Wer steckt hinter dem Club 55? „Der Club 55 ist die European Community of Experts in Marketing & Sales mit Sitz in Genf, die 1959 gegründet wurde und sich in Anlehnung an die Anfangstage kurz Club 55 nennt. Diese Vereinigung von Experten, Pionieren, Unternehmern und Visionären der Branche hat sich von vornherein das Ziel gesetzt, nicht weniger als die besten Verkaufs- und Marketingexperten Europas zusammenzuführen.“ (S. 20)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

DPRG-NRW lädt zum PR-Talk über die Gesundheitswirtschaft →



Die Landesgruppe Nordrhein-Westfalen der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) lädt ein zum PR-Talk. Dieses Mal geht es um die Gesundheitswirtschaft.

Oliver Kirch (Foto), Leiter Marketing und Kommunikation des Universitätsklinikums Essen, spricht darüber, wie Kliniken kommunizieren. Am 21. September ab 19:00 Uhr stellt er sich im Essener Sheraton Hotel, Huyssenallee 55, den Fragen der PR-Gäste. Kirch will dabei einen Einblick in die Komplexität und Vielschichtigkeit der Kommunikation für eine Klinik mit überregionaler Bedeutung geben. Interessenten können sich bis zum 14. September **per E-Mail an Regine Hellwig-Raub**, Vorstandsmitglied der DPRG in NRW, anmelden. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt und richtet sich nach dem Eingang der Anmeldungen.

BILDUNG

DAPR-Webinare zu berufsbegleitenden Master-Lehrgängen →



Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR), Düsseldorf, bietet im August und September zwei

Info-Webinare zu den berufsbegleitenden Master- und MBA-Studiengängen in Kooperation mit der Donau-Universität Krems an. Termin der rund 45-minütigen Online-Veranstaltung ist jeweils mittwochs am 31. August und am 14. September 2016 um 18 Uhr. Bewerber um die Studienplätze können bei der Einschreibung aus fünf möglichen Fachvertiefungen mit zwei Abschlüssen wählen: einem Master of Business Administration (MBA) in Communication and Leadership sowie vier Lehrgängen zum Master of Science (MSc) mit den Vertiefungen „PR und Integrierte Kommunikation“, „Social Media and Global Communication“, „Kommunikation und Management“ und „Interne und Change Kommunikation“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung compact (1) (33./34. KW-2016) →

1. **Leipzig School of Media vergibt vier Stipendien:** Studienbewerber, die zum Wintersemester 2016/17 ein Masterstudium an der [Leipzig School of Media \(LSoM\)](#) beginnen möchten, können sich ab sofort für ein **Teilstipendium im Wert von 4.000 Euro** bewerben. Insgesamt stehen für die Bewerber der berufsbegleitenden Studiengänge New Media Journalism, Crossmedia Management, Mobile Marketing und Corporate Media vier Teilstipendien bereit. Die Vergabe

der Teilstipendien wird durch ein Auswahlgremium vorgenommen. Ansprechpartner für Rückfragen zu den Stipendien ist Michael Geffken, der per **E-Mail** oder Telefon (0341 56296-703) kontaktiert werden kann.

STUDIEN

„Deutscher Sponsoring-Index 2016“: Red Bull, Telekom und Veltins sind beste Fußball-Sponsoren →



Welchen Mehrwert erzielen Marken durch Sponsoring und wie kommt ein solches Engagement bei den Konsumenten an?

Das analysiert der „Deutsche Sponsoring-Index“, den das Marktforschungsinstitut Facit Research am 25. August im Auftrag der Serviceplan Gruppe, München, und dem Vermarkter Sport1 Media GmbH zum insgesamt vierten Mal vorlegt und der den Fokus diesmal auf die Fußball-Bundesliga richtet: Untersucht wurden insgesamt 119 verschiedene Sponsoren sowie die 36 Vereine der Bundesliga und 2. Bundesliga in der Saison 2015/16. Das Ergebnis: Red Bull, die Deutsche Telekom und Veltins sind die „besten“ Fußball-Sponsoren. Der FC Bayern München, Borussia Dortmund und der FC Schalke 04 führen das Ranking der Vereine an.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LESEHINWEISE

Lesehinweis: Wie PR-Agenturen um den Nachwuchs kämpfen →



Inzwischen ein Dauerthema: PR-Agenturen fehlt es an Nachwuchskräften. Landauf landab kämpft der Präsident der Gesellschaft PR-Agenturen

(GPRPA), Uwe A. Kohrs (Foto), für ein besseres Ansehen von Agenturen und eine verlässlich strukturierte Ausbildung. Gemeinsam mit anderen Agenturverbänden plant die GPRPA für 2017 eine Employer Branding-Kampagne. Jetzt setzte er sich in der „w&v“ mit dem Präsidenten des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher (BdP), Jörg Schillinger, auseinander. Dem sagte er, PR-Agenturen wollten keine „Durchlauferhitzer“ mehr sein. Fünf Punkte sollten Agenturen seiner Meinung nach beachten: Haltung annehmen, konzentriert arbeiten, flexibel sein, fair bezahlen und bessere Vermarktung. Was genau hinter den fünf Punkten steckt, können Sie direkt bei „w&v“-online lesen oder ausführlich in der neuen Printausgabe Nr. 34/2016.

TIPPS

Sponsoring: Was die Besten besser machen →



„Aufgrund des umfangreichen Charakters des neuen Studienmodells können wir erstmals sehr fundierte strategische Empfehlungen für die gezielte

Erfolgsoptimierung einzelner Sponsoring-Engagements von Marken und Vereinen geben“, sagt Oliver Frenzel (Foto), Geschäftsleiter von Facit Research und Macher der Studie „Deutscher Sponsoring-Index

2016“. Übergreifend lassen sich folgende Erkenntnisse ableiten, was die Besten in den jeweiligen Dimensionen besser machen:

- **Image (Marken):** Top-Sponsoren passen in der Regel überdurchschnittlich gut zu ihren Partnern in Bezug auf das Image bzw. die Dimensionen Wissen, Begeisterung und Loyalität. Ein authentisches Sponsoring stärkt dabei das allgemeine Markenimage und umgekehrt. Die Etabliertheit von Marken hat kaum Einfluss auf die Bewertung des Images durch die Konsumenten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Infografik: In fünf Schritten zur gelungenen Content-Strategie →



In nur fünf Schritten zur gelungenen Content-Strategie, das verspricht die Mainzer Textbörse

Textbroker. Die Macher haben eine Infografik entwickelt, die aufzeigt, worauf es bei Audit und Analyse, Zieldefinition, Entwicklung und Planung, Erstellung und Seeding sowie bei Monitoring und Controlling ankommt. Erfolgreiches Content-Marketing erfordert eine gut ausgearbeitete Strategie. Doch diese fehlt vielen Unternehmen noch. Welche Punkte es bei einer Content-Strategie zu beachten gibt, zeigt die Infografik von Textbroker. Eine Content-Strategie entsteht, lange bevor auch nur ein Wort geschrieben oder ein Social-Media-Post veröffentlicht wurde. Doch wie geht man hier am besten vor? Wo beginnt man? Und was gehört in das eigene Strategie-Dokument?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DIRK veröffentlicht Best Practice Guide zu Quartalsmitteilungen →



Der DIRK - Deutscher Investor Relations Verband in Frankfurt am Main hat einen Best Practice Guide veröffentlicht, der übersichtlich und komprimiert einen Überblick über die Neuerungen in der quartalsweisen Berichterstattung gibt. Der „Best Practice Guide: Die Quartals-

mitteilung der Zukunft“ zeigt zudem anhand von Beispielen, wie Unternehmen die neue Form der Quartalsmitteilung im ersten Quartal 2016 genutzt haben. Eine Arbeitsgruppe aus IR-Experten von börsennotierten Unternehmen erarbeitete Empfehlungen, die Emittenten den Umgang mit den neuen Regelungen der unterjährigen Berichtspflicht, die im November 2015 in Kraft trat, erleichtern. So werden die Mindestanforderungen der Börsenordnung (BörsO) ebenso dargestellt, wie Praxisbeispiele von Veröffentlichungen in Form von Quartalsmitteilungen aufgezeigt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INTERNES - AUS DER REDAKTION

In eigener Sache: Volker Thoms verstärkt das „PR-Journal“ in Berlin →



Das „PR-Journal“ hat einen neuen Korrespondenten in Berlin: Volker Thoms (Foto) verstärkt als freier Mitarbeiter in der Hauptstadt die Redaktion.

Er wird über die PR-Branche, Medien, Unternehmen, Kampagnen und Events berichten. Der 38-Jährige ist

aktuell als selbstständiger PR-Berater tätig. Er betreut Unternehmen sowie politische Kunden und arbeitet journalistisch für ein Medizinmedium. Hinzu kommt nun noch die Berichterstattung für das „PR-Journal“. Volker Thoms hat von 2005 bis 2015 für die Agenturen komm.passion in Düsseldorf, Media Consulta und Scheunemann PR Consulting Berlin gearbeitet. Im Rahmen seiner Projekten war er beispielsweise für das Staatsministerium Baden-Württemberg, die Europäische Kommission, Bombardier Transportation und den Zoo Palast Berlin tätig. Chefredakteur Thomas Dillmann: „Volker Thoms ist in der Berliner Kommunikations- und Medienszene gut vernetzt, so dass wir uns freuen, ihn bei uns begrüßen zu dürfen.“ Wer ihn direkt kontaktieren möchte, schickt am besten eine **E-Mail an ihn**.

JOBANGEBOTE

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

Gesuche (4)

Die 4 aktuellen Gesuche finden Sie **hier**

Angebote (43)

Stellenangebote der Agenturen

- Senior Berater (w/m) für den Bereich Unternehmenskommunikation, Hamburg
- Teamleiter Kommunikation /m/w), Leipzig
- PR-Berater (m/w), Düsseldorf
- Account Manager / Projektleiter (m/w), Tübingen
- Team-Assistenz (m/w) für Frankfurt
- Junior-PR-Berater (m/w), München

- B.C Neumann PR sucht PR-Berater/Innen, Duisburg
- Projektmanager/in Corporate Publishing in Köln
- Redakteur/in Corporate Publishing in Köln
- PR-Redakteur deutsch / englisch (m/w), Stuttgart
- PR Berater (w/m) für den Bereich Technology (B2B und B2C), München
- Grayling Frankfurt sucht ab sofort einen Junior PR-Consultant (w/m) Bereich Consumer Marketing
- (Junior) Berater Marken-PR (m/w), München
- Agentur in Mannheim sucht Young Professionals Social Media und PR
- PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Redaktion, Karlsruhe
- Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Finanzen, Hamburg
- Junior Berater Business Development (m/w), Düsseldorf
- Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf
- PR-Berater (w/m), Hamburg
- 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

Stellenangebote der Behörden (Öffentl.Dienst)

- Change Communication Specialist – Interne Kommunikation, München

Stellenangebote der Medien

- Referent/in Programmkommunikation, Grünwald (bei München)

Stellenangebote der Unternehmen

- Referent Public Relations / Unternehmenskommunikation (m/w), Wiesbaden

Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 29. August 2016 um 18:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.512 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 25,7 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.681 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.