

## NEWSLETTER 534

42. KW 2016

++ Opel-PR-Chef Hamprecht erneut Sprecher des Jahres ++  
 ++ Bitburger Braugruppe bekommt Kommunikationschefin ++  
 ++ Neue Studie: So entstehen „Shitstorms“ ++

### TOP MELDUNGEN

#### Serviceplan eröffnet in Köln zwölftes Haus der Kommunikation →



Am 20. Oktober eröffnete die Serviceplan Gruppe ihr insgesamt zwölftes Haus der Kom-

munikation, das gleichzeitig das vierte in Deutschland ist. Damit befinden sich auch am Standort Köln ab sofort alle Leistungsangebote von Serviceplan in den Bereichen klassische und digitale Kommunikation sowie in der Mediaplanung unter einem Dach. Adresse ist das Atrium des bekannten Gerling Quartiers. Zum Eröffnungsevent kamen rund 300 Gäste. Um mögliche Missverständnisse zu vermeiden, die für „Immigranten“ mit der Kölner Lebensarbeit entstehen könnten, ließ Serviceplan gleich zu Beginn den Kabarettisten Konrad Beikircher (*Foto Mitte*) die „kölsche Lebensart“ erklären. Danach war das Eis gebrochen und die Gäste folgten geduldig weiteren Fachvorträgen aus der Geschäftsführung des Standortes sowie der offiziellen Eröffnung durch den CEO der Serviceplan Gruppe, Florian Haller (*l.*), und der Kölner Wirtschaftsdezernentin Ute Berg. (*Rechts auf dem Foto: Geschäftsführer Tobias Grewe.*)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

#### Birnstiel verlässt Uniper Anfang 2017 →

Constantin Birnstiel (45, *Foto*), Bereichsleiter Communications & Investor Relations des Energieversorgers Uniper SE in Düsseldorf, verlässt das Unternehmen



Anfang 2017. Birnstiel hatte erst seit 2015 das Projekt zur Aufspaltung des E.ON Konzerns begleitet. Dabei zeichnete er für den konventionellen Teil des Geschäftes kommunikativ verantwortlich. Nun ist die Rede von einer einvernehmlichen Trennung aufgrund von drastischen Sparmaßnahmen. Uniper CEO Klaus Schäfer: „Ich danke Herrn Birnstiel sehr für seine bisherigen Verdienste um Uniper. Es handelt sich um einen Schritt, der im Rahmen unseres Gesamtprogrammes allein durch organisatorische und Kostengesichtspunkte bedingt ist und ich bedauere es persönlich sehr, diesen Schritt gehen zu müssen. Umso mehr Respekt zolle ich Herrn Birnstiel, der auf höchst professionelle Weise die Ratio dieser Maßnahme teilt und auch gegen sein eigenes berufliches Interesse unterstützt.“ Als Bereichsleiterin Politik wird Astrid Quarten (45) künftig zusätzlich auch die Kommunikation übernehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 534. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 33 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN .....	1
Serviceplan eröffnet in Köln zwölftes Haus der Kommunikation → .....	1
Birstiel verlässt Uniper Anfang 2017 → .....	1
Bitburger Braugruppe bekommt neue Kommunikationschefin → .....	3
Harald Hamprecht von Opel ist Unternehmenssprecher des Jahres → .....	3
Personalien .....	3
Personalien compact - Sonstige (5) (42. KW-2016) → ..	3
Personalien compact - Unternehmen (10) (42. KW-2016) → .....	4
Personalien compact - Agenturen (8) (42. KW-2016) → .....	7
Etats .....	9
Durch neuen PR-Auftrag ist Wilde & Partner im Sparfieber → .....	9
Etats compact (6) (42. KW-2016) → .....	9
Agenturen .....	10
Agentur navos: Bürgerdialog und Stakeholder-Kommunikation als Erfolgsmodell → .....	10
Hume Brophy kooperiert mit parr: k und eröffnet ein neues Büro in Frankfurt → .....	10
Agenturen compact (1) (42. KW-2016) → .....	11
Organisationen .....	11
Zwischen Herkunft und Zukunft: 25 Jahre DGpuK-Fachgruppe „PR und Organisationskommunikation“ → ..	11
Social Media .....	11
Corporate Social Media: Erfolg kommt mit Erfahrung → .....	11
Autoren-Beiträge .....	12
Neugeschäft: Zurich-Kommunikationschef Bernd O. Engelen erwartet Schnelligkeit von Agenturen → .....	12

Seminare .....	12
Seminare compact (1) (42. KW-2016) → .....	12
Bildung .....	13
Lehrgangstart in Düsseldorf: Einstieg in Masterkure bis Mitte November möglich → ..	13
Start für de zweite BBDO Masterclass → .....	13
Bildung compact (1) (42. KW-2016) → .....	13
Studien .....	13
Studie zu „Shitstorms“: Wie sie entstehen und wie Unternehmen darauf reagieren (sollen) → .....	13
Bewegtbildstudie: Marken schöpfen das Potenzial von Video-Content im Web nicht aus → .....	14
Lesehinweise .....	14
Lesehinweis: Brunowsky setzt sich ausführlich mit Steingart auseinander → .....	14
Preise und Awards .....	15
TheNewsMarket für seine Newsroom-Lösungen ausgezeichnet → .....	15
Bertelsmann-Unternehmenskommunikation ausgezeichnet → .....	15
Marken-Award 2017: Neuer Hauptsponsor stiftet weiteren Preis → .....	15
Deutsche Content Marketing Preise 2016 vergeben → ..	16
Preise und Awards compact (1) (42. KW-2016) → .....	16
Tipps .....	16
Zehn Gebote die gelungene Infografik → .....	16
Jobangebote .....	17
Gesuche (2) .....	17
Angebote (43) .....	17
Volontariat/Trainee .....	17
Praktikum .....	17
Impressum .....	18
Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site	
Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PR-Journal	

## Bitburger Braugruppe bekommt neue Kommunikationschefin →



Angelika Thielen (50, Foto), Chefredakteurin des Fachtitels „Getränke Zeitung“ übernimmt zum 1. Januar 2017 die Leitung der Unternehmenskommunikation der Bitburger Braugruppe mit den Marken Bitburger, König Pilsener, Köstritzer, Licher und Wernesgrüner. Sie löst dann Marc Baron als kommissarischen Kommunikationschef ab. Der wurde im September überraschend zum Nachfolger von Thomas Graf bestellt, der das Unternehmen verlassen hat. Über die Gründe für das Ausscheiden Grafs ließ Bitburger nichts verlauten, lediglich: „Die Bitburger Braugruppe und der Direktor des Bereichs Unternehmenskommunikation Thomas Graf sind übereingekommen, die bisherige Zusammenarbeit zu beenden.“ Thielen wird in ihrer neuen Funktion die Planung und Steuerung der gesamten Unternehmenskommunikation verantworten. Sie berichtet direkt an Axel Dahm, Sprecher der Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

## Harald Hamprecht von Opel ist Unternehmenssprecher des Jahres →



Zum zweiten Mal in Folge ist Harald Hamprecht (Foto) von Opel Unternehmenssprecher des Jahres.

Diese Leistung ist umso erstaunlicher, als das Jahr 2016 unter dem

Zeichen manipulierter Abgaswerte bei Dieselfahrzeugen stand, analysiert der „Wirtschaftsjournalist“. Das Branchenmagazin hatte zum 14. Mal die Arbeit der wichtigsten Unternehmenssprecher bewerten lassen. 316 Wirtschafts- und Fachjournalisten haben dazu ihre Noten abgegeben. Auf Platz 2 landete Christoph Horn, Sprecher von ZF Friedrichshafen, auf Platz 3



Michael Preuss von Bayer, der damit auch die Branchenwertung „Chemie/Pharma“ anführt. Bester bei den „Banken“ ist wie schon in den Jahren zuvor erneut Ulrich Ott, Unternehmenssprecher der ING DiBa. Kein anderer Sprecher hat über die Jahre hinweg eine derart konstante gute Bewertung. Bei den „Versicherungen“ steht Christian Lawrence von der Münchner Rück auf Platz 1. Denselben Platz hat Jan Runau von Adidas in der Kategorie „Konsumgüter“. Das Schlusslicht in der Gesamtwertung hat Tina Kulow von Facebook Deutschland.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

## PERSONALIEN

### Personalien compact - Sonstige (5) (42. KW-2016) →

1. **Hettinger löst Otto beim BDA ab: Ulrich Hettinger** (53) hat zum 4. Oktober als Nachfolger von **Viktor Otto** die Leitung der Abteilung Presse und Medien bei der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) in Berlin übernommen. Hettinger arbeitete zuvor bereits seit

2015 als Referent in der Presseabteilung des BDA. In seiner neuen Position berichtet er an den Hauptgeschäftsführer **Steffen Kampeter**. Unterstützung erhält Hettinger von **Arne Franke** (36), der seit dem 4. Oktober der neue Pressesprecher des BDA ist. Zuvor war er seit 2011 als Pressereferent für den Verband tätig. Franke berichtet direkt an Hettinger.

2. **Neuer Pressereferent bei LobbyControl: Sebastian Meyer** (38) arbeitet seit dem 16. September als Pressereferent bei LobbyControl in Berlin. In dieser Position ist er für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Vereins zuständig. Meyer wechselt von Oxfam Deutschland, wo er zuvor als Pressereferent tätig war. Bei LobbyControl berichtet er an die Geschäftsführerin **Imke Dierßen**.
3. **IHK Lübeck befördert Özren zum Kommunikationschef: Can Özren** (49) ist bei der Industrie- und Handelskammer Lübeck aufgestiegen und zum 1. September vom Pressesprecher zum Leiter des Stabsbereichs Medien und Kommunikation befördert worden. Nach einer längeren Vakanz hat er sich bei der IHK in Lübeck entschieden, Özren das Vertrauen als Kommunikationschef zu schenken. Zuvor war er bereits seit 2008 für die IHK im hohen Norden tätig. Im Rahmen seiner neuen Tätigkeit berichtet er an den Hauptgeschäftsführer **Lars Schöning**.
4. **Günther neuer Pressesprecher bei der IG Metall in Bayern: Timo Günther** (38) wurde als Nachfolger von **Michael Knuth** zum 5. Oktober neuer Pressesprecher bei der Gewerkschaft IG Metall Bayern in München. Vorgänger Knuth geht in Altersteilzeit. Günther war vor seinem Wechsel sieben Jahre Pressesprecher des DGB Bayern. In seiner neuen Position berichtet er an den Bezirksleiter der IG Metall Bayern, **Jürgen Wechsler**.
5. **Wechsel von Ketchum Pleon zum DIN: Oliver Boergen** (35) ist seit dem 17. Oktober



Pressesprecher und Senior Manager Externe Kommunikation beim Deutschen Institut für Normung (DIN) in Berlin. Boergen kommt von Ketchum Pleon, wo er zuletzt das Team für Corporate Affairs und Brand als Senior Account Director am Berliner Standort leitete. Zu seinen neuen Aufgaben gehören die kommunikative Positionierung von DIN als Dienstleister für alle Fragen der Standardisierung, die Weiterentwicklung der Multi-Channel-Kommunikation sowie der Bereich Media Relations. Boergen berichtet bei DIN an **Andrea Schröder**, die Leiterin der Kommunikation.

#### Personalien compact - Unternehmen (10) (42. KW-2016) →

1. **Neue Kommunikationschefin bei Clearwater: Uta Roseano** (37) ist seit dem 1. Oktober neue Direktorin für Marketing & Communication im

Corporate-Finance-Beratungshaus Clearwater International, Wiesbaden. Roseano verantwortet in der neu geschaffenen Position die Bereiche Presse- und Öffentlichkeit, Marketing sowie die interne Kommunikation für den gesamten D-A-CH-Raum. Roseano war zuletzt vier Jahre lang für die Bereiche Unternehmenskommunikation & Corporate Social Responsibility bei Löwen Entertainment verantwortlich und zuvor mehr als sieben Jahre als Managerin Public Relations & Internal Communications für den Finanzdienstleister GE Capital tätig.

2. **Suska ersetzt Zimmerling bei der Berner Group:** **Stefan Suska** (51) leitet seit Mitte Oktober als Senior Director Corporate Communications die Unternehmenskommunikation der Berner Group in Köln. Suska wurde Nachfolger von **Thomas Zimmerling** (39), der diese Position zuvor seit dem Februar 2014 innehatte und im Juli 2016 sein Unternehmen DKM – Die Karrieremacher GmbH in Wiesbaden gegründet hat. Vor seiner Zeit bei Berner war Zimmerling, der auch Mitglied im Vorstand der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) ist, Senior Manager Communication bei Jack Wolfskin. Suska kam vom Reiseveranstalter Alltours zur Berner Group. Bei Alltours leitete er sieben Jahre lang die Unternehmenskommunikation. In seiner neuen Funktion berichtet er an CEO **Christian Berner**.
3. **Colin Lenz verlässt Viacom nach neun Jahren:** **Colin Lenz**, zuletzt seit neun Jahren Director Communications bei Viacom International Media Networks Northern Europe in Berlin, wechselt die Branche und wird ab sofort Europa-PR-Chef für die zehntgrößte Craft Beer-Brauerei der USA, Stone Brewing. Das vermeldet der „Clap Club“ exklusiv auf seiner Website. Lenz wird bei der in Berlin ansässigen Dependance die PR in Deutschland und den europäischen Märkten verantworten. Seine Aufgaben bei Viacom übernimmt wohl **Sarah Prill**. Die studierte Pädagogin



ist schon seit 2012 bei Viacom und hat dort zunächst für die interne Kommunikation gearbeitet. (Quelle: [„clap-club.de“](http://www.clap-club.de))

4. **Schuch mit neuen Aufgaben bei Areva:** **Mathias Schuch** (48) hat beim Kerntechnikunternehmen Areva einen neuen Arbeitsbereich übernommen. Zum 1. September wurde er Vice President Corporate Communications in Paris. Zuvor verantwortete Schuch die Unternehmenskommunikation von Areva in Deutschland. Im Zuge einer Reorganisation des Gesamtkonzerns wurde auch die Unternehmenskommunikation neu aufgestellt. Die Stelle Schuchs in Paris wurde im Zuge der Restrukturierung neu geschaffen. In seiner neuen Position berichtet er an **Markus Birkhofer**, Senior Vice President Innovation, Strategy and Communications.
5. **Weber wechselt von DuPont zu Sanofi:** **Stefan Weber** startet beim Gesundheitsunternehmen Sanofi als Communications Manager Media Relations & Digital. Neben **Miriam Henn**, Leiterin Unternehmenskommunikation von Sanofi in

Deutschland, Schweiz und Österreich, und **Birgitt Sickenberger**, Leiterin Interne & Externe Kommunikation, ist er Ansprechpartner für Medien. Darüber hinaus verantwortet er die Social Media-Kanäle sowie die Betreuung der Programme für Nachwuchsjournalisten. Zuletzt kommunizierte er für das US-amerikanische Unternehmen DuPont in Neu-Isenburg, wo er die Konzernkommunikation für Deutschland und Österreich sowie Social Media in der EMEA-Region betreute.

6. **Goel wechselt von Schwartz PR zu Outbank:** **Melanie Goel** (28) arbeitet seit dem 1. Oktober als PR & Brand Managerin bei der Finanz-App Outbank von Stoeger IT mit Sitz in Dachau. In der neu geschaffenen Position verantwortet sie die aktive Kommunikation und Brand-Entwicklung des Finanzdienstleisters in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Zuvor war Goel als Beraterin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Schwartz Public Relations tätig. Bei Outbank berichtet sie an Chief Operating Officer **Anya Schmidt**.
7. **Von Direct Line zu E-Bike Challenge:** **Robert Burkhardt** (47) ist seit dem 1. Oktober neuer Geschäftsführer bei German E-Bike Challenge in Berlin. In der neu geschaffenen Position zeichnet er für die Bereiche Kommunikation, Vermarktung und Organisation verantwortlich. Zuvor war Burkhardt seit 2012 als Abteilungsleiter Corporate Communication & Corporate Social Responsibility bei der Direct Line Versicherung tätig.
8. **Wien Energie hat neue Kommunikationschefin:** **Ilona Matusch** (46) leitet seit dem 1. Oktober die Stabstelle Unternehmenskommunikation beim Stromversorgungsunternehmen Wien Energie. Vorgänger **Christian Ammer** ist nun Prokurist bei Wien Energie Vertrieb. Matusch arbeitet seit 2011 im Unternehmen und war seit 2008 stellvertretende Leiterin der Stabstelle Unternehmenskommunikation sowie Pressesprecherin.



Sie berichtet an den Vorsitzenden der Geschäftsführung von Wien Energie, **Michael Strebl**.

9. **Duisburger Hafen AG hat neuen Pressesprecher:** **Wilhelm Klümper** (63), zuletzt von 2005 bis 2014 stellvertretender Chefredakteur der „Westdeutschen Allgemeinen Zeitung“ (WAZ) in Essen, ist neuer Pressesprecher der Duisburger Hafen AG (duisport). Seit Anfang Oktober ist er Mitarbeiter im Kommunikationsbereich der Hafen AG, der von **Viktoria Orosz** geleitet wird. Vor seiner Zeit bei der „WAZ“ war Klümper Chefredakteur des Fachtitels „Mensch & Büro“ in Stuttgart sowie stellvertretender Leiter der Lokalredaktion Duisburg der „Rheinischen Post“.
10. **MSC Kreuzfahrten sticht mit neuer PR-Managerin in See:** **Julia Schütz** (39) ging am 17. Oktober als PR Managerin bei MSC Kreuzfahrten in München mit an Bord und fungiert damit zukünftig als Ansprechpartnerin für die Medien in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Vor ihrem Eintritt bei MSC Kreuzfahrten war Schütz als Senior PR-Beraterin bei Sweet Communication in München tätig und beriet dort ein Portfolio an verschiedenen Lifestyle- und Fashion-Marken. Neben der klassischen PR waren nachhaltiger Konsum, Storytelling und Influencer Marketing Schwerpunkte ihrer Arbeit. In ihrer Funktion berichtet Schütz an **Dominik Gebhard**, Head of PR (DACH), bei MSC Kreuzfahrten.

**Personalien compact - Agenturen (8)**  
(42. KW-2016) →

1. **Brandrelation Consulting erweitert Partnerkreis: Kathrin Behrens** (49), erfahrene Kommunikationsberaterin und seit 2000 selbständig mit der Agentur KB2, hat sich zusätzlich als „Associate Partner“ mit Brandrelation Consulting, Hamburg, verknüpft. Brandrelation Consulting versteht sich als Beratung für markenzentrierte Unternehmensführung, die das Ziel verfolgt, Unternehmen in Zeiten des Wandels über ihre Marken von innen heraus zu stabilisieren. Dazu bringen Behrens und die sieben weiteren Partner ihre Expertise ein. Ihre KB2-Kommunikationsberatung führt Behrens weiter. Vor ihrer Selbständigkeit war sie unter anderem als PR-Chefin für die Verlagsgruppe Handelsblatt und als Beraterin für Ketchum Pleon (damals ECC Kohtes Klewes) tätig.
2. **Floetemeyer-Woltmann verlässt Aufgesang PR: Anja Floetenmeyer-Woltmann**, seit elfeinhalb Jahren in Diensten der Aufgesang Public Relations GmbH, wird die Hannoveraner Agentur Ende Oktober verlassen. Mit welchem Ziel, hat die PR-Fachfrau noch nicht verraten, lediglich dass sie sich künftig mit Corporate Publishing, Medien, Websites und Apps auseinandersetzen wird. Bei Aufgesang PR war sie mit Medienarbeit, Inbound-Marketing und Online-PR befasst. Ihre Nachfolgerin als Etat Director PR und New Business Manager wird **Jessica Guntermann**.
3. **Drei Neuzugänge bei pioneer communications:** Mit **Florian Kunzke** (28), **Kevin MacArthur** (27) und **Catharina Tasyürek** (27) verzeichnet pioneer communications drei Neuzugänge an den Standorten Leipzig und Berlin. **Kunzke** betreut in Berlin Kunden aus der Digitalbranche und dem Telekommunikationssektor. Er war zuletzt in der Agentur JP KOM, Düsseldorf, tätig. Ebenfalls am Berliner Standort wird **MacArthur** tätig. Der gebürtige US-Amerikaner

**Influencer Marketing:  
Wie man ohne Bestechung  
Mehrwert für alle schafft**

Keine Frage: Blogger, Youtube-Stars, Instagram-Größen und Twitterer werden wichtiger für PR-Fachleute. Doch wie baut man Kontakt zu diesen Influencern auf? Viel zu viele Firmen lösen diese Frage mit Geld? Das ist falsch!

[Lesen Sie hier](#), wie es besser geht.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

unterstützt die Betreuung der Kunden der eBay-Gruppe. Vor seinem Wechsel war er für eine Kölner Agentur tätig. **Tasyürek** wird in Leipzig Kunden aus dem Handel und der TK-Branche betreuen. Vor ihrem Wechsel sammelte sie erste Erfahrungen in der Unternehmenskommunikation.

4. **Natali Brandis wird Partnerin bei CNC: Natali Brandis** ist in den Partnerkreis der Kommunikationsberatung CNC Communications & Network Consulting AG (CNC) aufgenommen worden. Zusammen mit einem Expertenteam in mehreren CNC Büros soll sie die Aktivitäten im Bereich Change Communications und Change Management von München aus weiter ausbauen. Brandis stieß im Jahr 2004 zum Unternehmen, nachdem sie sechs Jahre bei Volkswagen verschiedene Kommunikationsfunktionen im Bereich der internen Kommunikation innehatte. Unter ihrer Führung hat CNC bereits über 150 Unternehmen dabei unterstützt, interne Change Programme und Mitarbeiterkampagnen zu entwickeln und umzusetzen.
5. **Spirit Link Medical freut sich über weiteren Neuzugang: Katharina Obergruber-Proske**

startet als medizinische Redakteurin bei der Münchner Healthcare-Agentur Spirit Link Medical. Obergruber-Proske bringt dazu ihre Expertise als Radiologin ein. Mit der approbierten Ärztin arbeiten jetzt sechs festangestellte Mediziner im Team von Spirit Link Medical, die für eine breitgefächerte medizinische und redaktionelle Kompetenz sorgen. Vor über 17 Jahren als reiner Digitaldienstleister gestartet, hat sich die Agentur heute zu einer ganzheitlichen Healthcare-Agentur mit digitalem Schwerpunkt weiterentwickelt. Heute arbeiten über 60 Mitarbeiter an Strategien und Kampagnen für führende Pharma- und Medizintechnik-Unternehmen.

6. **pr people baut Marketing und Event aus: Ralf Peter Glänzer** (52), über 20 Jahre in der internationalen Automobil-, Nutzfahrzeug- und Stahlindustrie tätig, wechselt auf die andere Seite des Schreibtischs. Bei der Kölner Kommunikationsberatung pr people International übernimmt der Automotive-Spezialist die neu geschaffene Funktion des Marketing-Direktors und Verantwortlichen für den Event-Bereich. Unterstützung im Event-Management erhält er durch **Meike Kleemann** (44), die langjährige Erfahrungen aus der Automobilzuliefer- und Telekommunikationsindustrie mitbringt. Mit den beiden Neuzugängen will die international agierende Technologie-Agentur ihre Marktposition stärken.
7. **fischerAppelt verstärkt Live-Marketing:** Die Agenturgruppe fischerAppelt baut den Geschäftsbereich Live-Marketing mit zwei neuen Mitarbeitern aus. **Albert Tümann** verantwortet ab sofort die Steuerung des Sport-Marketings. Nach Stationen bei Daimler und Škoda war er zuletzt als Head of Business Development & Brand Consulting bei der Agentur insglück tätig. Von Berlin und Köln aus soll er den Ausbau des Bereichs Automotive vorantreiben. Als Standortleiter verstärkt zudem **Frank Hägele** die Live-Marketing-Unit von fischerAppelt in Hamburg. Hägele war zuvor in der Geschäftsleitung von Advant Planning sowie



als selbstständiger Berater und Projektmanager tätig.

8. **Maibach neuer Digital Director bei achtung!:** **Marcia Maibach** (50) wird Digital Director bei der Kommunikationsagentur achtung!. Ab sofort leitet sie die Teams der digitalen Kommunikation an den Standorten Hamburg und München. Maibach blickt Erfahrungen in leitenden Positionen in Digitalagenturen und als freie Beraterin zurück. Zuletzt war sie Client Service Director bei Publicis Pixelpark Hamburg sowie Unit Director bei der Digitalagentur 21TORR Interactive in Reutlingen. Weitere Stationen waren der Ernst Klett Verlag, eine Unternehmensberatung und sie war Mitbegründerin eines Start-ups. Bei achtung! will sie die effektive und effiziente Kommunikation mithilfe von Technologie oder der Nutzung von Daten vorantreiben.



## ETATS

Durch neuen PR-Auftrag ist Wilde & Partner im Sparfieber →

**dream  
cheaper** 

Innovative Geschäftsidee mit Geldspar-Effekt: Die w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH,

München, betreibt seit September 2016 die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für DreamCheaper, Berlin. Die unabhängige Plattform macht es möglich, den Hotelaufenthalt nach der Buchung weiter zu optimieren, sei es durch Preiseinsparungen oder zusätzliche Inklusivleistungen. Im Mittelpunkt der PR für Deutschland, Österreich und der Schweiz durch Wilde & Partner steht die Bekanntheitssteigerung in den Consumer-Medien sowie in den Fachmedien der Tourismusindustrie. Die Kommunikation für DreamCheaper wird im Team Online & Social Media von Senior PR-Consultant Juliane Fischer und PR-Consultant Christine Pierk verantwortet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (6) (42. KW-2016) →

1. **BBDO Generali als neuen Kunden**  
wer: Generali Deutschland AG, München  
was: Neuer Markenauftritt und Imagekampagne für sämtliche Kommunikationskanäle  
an: **BBDO Group Germany**, Düsseldorf
2. **Serviceplan entwickelt für MAN digitale Marke**  
wer: MAN Truck & Bus AG, München  
was: Markenentwicklung für Zukunft des Transports, crossmediale Kampagne zur Einführung und Reputationsaufbau  
an: **Serviceplan Corporate Reputation**, Berlin, und **Serviceplan Design**, München



3. **denkwerk gewinnt mit Motel One weiteren Online-Etat**  
wer: Hotelgruppe Motel One, München  
was: Relaunch der Website und Online-Buchungstrecke  
an: **denkwerk GmbH**, Köln
4. **Ansel & Möllers verschafft Unitron Gehör**  
wer: Hörgerätespezialist Unitron (Kanada), deutsche Niederlassung in Fellbach  
was: Marken- und Produkt-PR sowie Aufklärungsarbeit für besseres Hören  
an: **Ansel & Möllers GmbH**, Stuttgart
5. **Engel & Zimmermann AG betreibt Hochwasserkommunikation**  
wer: Bayerisches Landesamt für Umwelt, Augsburg  
was: Kommunikation zum Thema Hochwasser und Hochwasserrisikomanagement  
an: **Engel & Zimmermann AG - Unternehmensberatung für Kommunikation**, Gauting bei München

6. **Personalberatung SThree setzt auf Maisberger**  
 wer: Personalberatung SThree GmbH, Frankfurt am Main  
 was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Positionierung und Steigerung der Bekanntheit  
 an: **Maisberger – Gesellschaft für strategische Unternehmenskommunikation mbH**, München

## AGENTUREN

### Agentur navos: Bürgerdialog und Stakeholder-Kommunikation als Erfolgsmodell →



Der Duden definiert Dialog als „Gespräche, die zwischen zwei Interessengruppen geführt werden und dem Zweck des Kennenlernens der gegenseitigen Standpunkte dienen“. Der Dialog ist en vogue: Politiker reden ständig davon, sie müssten den Dialog mit den Bürgern suchen und deren Sorgen und Ängste aufgreifen. Medien fordern ihre Leser und Zuschauer zu Feedback und Kritik auf und Unternehmen betonen, sie wollen den Dialog mit ihren Kunden, um zu erfahren, was diese eigentlich bewegt.

Wo kommt hier die Kommunikationsberatung ins Spiel? Für Wirtschaft, Politik und eigentlich jede Form von Zweckgemeinschaft ist der Stakeholder-Dialog immer dann essentiell, wenn bei Projektumsetzung Menschen mit konträren Interessen, Dauernörgler oder Wutbürger ins Boot geholt werden müssen.

*Das Foto zeigt das Führungsduo von navos – Public Dialogue Consultants GmbH: Anja Schlicht und Markus Hilse.*

*Das Foto zeigt das Führungsduo von navos – Public Dialogue Consultants GmbH: Anja Schlicht und Markus Hilse.*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



### Hume Brophy kooperiert mit parr: k und eröffnet ein neues Büro in Frankfurt →



Das internationale Kommunikationsunternehmen Hume Brophy, spezialisiert auf PR, Public Affairs, Investor Relations und Unternehmens- und Finanzkommunikation, und parr: k Jürgen Parr Kommunikation, Frankfurt am Main, kooperieren und eröffnen unter der Leitung von Jürgen Parr (Foto, (c) privat / linkedin) ein Büro in Frankfurt. Es erweitert das Kommunikationsangebot von Hume Brophy, das bereits über Büros in London, Dublin, Brüssel, Paris, Singapur und New York verfügt. Hume Brophy wird seine Frankfurter Basis nutzen, um seinen Kunden einen spezialisierten Service in seinen Beratungssegmenten zur Verfügung zu stellen - und auch Unterstützung der Unternehmenskommunikation für Unternehmen anzubieten, die sich auf Frankfurt ausrichten. Parr bringt 20 Jahre Erfahrung in strategischer Finanz- und Unternehmenskommunikation mit. Er führt seit 2011 seine eigene unabhängige Kommunikation-agentur parr: k mit Sitz in Frankfurt, die er neben seiner Rolle für Hume Brophy weiterführen wird. Zuvor war Parr 12 Jahre bei GolinHarris.

*Das Foto zeigt das Führungsduo von navos – Public Dialogue Consultants GmbH: Anja Schlicht und Markus Hilse.*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (1) (42. KW-2016) →

1. **Lewis integriert chinesische Tochter ins Netzwerk:** Die chinesischen Kommunikationsexperten von **EBA Communications** firmieren seit dem 19. Oktober unter dem Namen ihres **Mutterunternehmens Lewis**. Der Rebrand markiert den finalen Schritt der Übernahme der chinesischen Agentur durch das weltweite und unabhängige Lewis-Netzwerk im Jahr 2014. Lewis China beschäftigt mehr als 40 Mitarbeiter und unterstützt Kunden bei Marketing und Kommunikation sowie digitalen Herausforderungen. Bislang zählen 30 Kunden in mehr als acht verschiedenen Branchen zum Kundenstamm.



**ORGANISATIONEN**

**Zwischen Herkunft und Zukunft: 25 Jahre DGpuK-Fachgruppe „PR und Organisationskommunikation“ →**



Im Mai 1991 gehörte die Fachgruppe „Public Relations und Organisationskommunikation“ zu jenen ersten, mit denen in

der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. (DGpuK) das Experiment der Herausbildung von Sektionen gewagt wurde. Das Experiment kann in unserem Fall sicher als „gelingen“ bezeichnet werden. Damals steckte eine organisierte PR-Forschung noch in den Kinderschuhen. Heute dürfen wir stolz auf ein weitreichendes theoretisches Fundament und eine Vielzahl grundlegender und richtungsweisender empirischer Befunde sein, mit denen sich unser Fachgebiet seither innerhalb der Kommunikationswissenschaft profi-

liert hat. Die Jahrestagung vom 3. bis zum 5. November in Hannover bietet deshalb Gelegenheit, in der Session „Herkunft“ auf Berufsfeld-, Disziplin- und Forschungsentwicklung zurückzublicken. Und sie wird unter im Teil „Zukunft“ Herausforderungen beleuchten, die sich im Zuge des Wandels zur Medien- und Netzöffentlichkeit und darüber abzeichnen oder unterstellen lassen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**SOCIAL MEDIA**

**Corporate Social Media: Erfolg kommt mit Erfahrung →**



Erfolg im Web 2.0 kommt mit Erfahrung: Je länger Unternehmen in den sozialen Medien aktiv sind, umso besser erreichen sie ihre dafür selbstgesetzten Ziele. So zum Beispiel, wenn es darum geht, die Bekanntheit ihres Unternehmens zu steigern oder die eigene Marke zu

stärken: Unter PR-Unternehmensvertretern mit diesen Zielen, die erst seit weniger als einem Jahr im Web 2.0 aktiv sind, geben rund sechs von zehn an, dass sie diese voll oder teilweise erreicht haben. Bei Firmen, die bereits fünf Jahre oder länger Social Media einsetzen, sind es hingegen rund neun von zehn. Wenn die Web-2.0-Aktivitäten scheitern, sind die Gründe dafür meist zu wenig Personal und ein zu geringes Budget. Das zeigt der Trendmonitor „Social Media: Kommunikation, Strategie, Ziele“ der Kommunikationsberatung Faktenkontor und der dpa-Tochter news aktuell, beide Hamburg, für den 640 Mitarbeiter aus PR-Agenturen und Pressestellen befragt wurden. *Foto: Roland Heintze, Geschäftsführender Gesellschafter von Faktenkontor und Social Media-Experte.*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## AUTOREN-BEITRÄGE

**Neugeschäft: Zurich-Kommunikationschef Bernd O. Engeli erwartet Schnelligkeit von Agenturen** →



Von Heiko Burrack (Foto l.) In dieser Serie soll

die Frage im Mittelpunkt stehen, was PR-Agenturen beim Thema New Business gut machen und wo sie sich verbessern können. Für die heutige Folge habe ich mit Bernd Engeli (Foto r.) gesprochen, Leiter der Unternehmenskommunikation bei der Zurich Versicherung in Bonn. Von ihm wollte ich vor allem wissen, wie Unternehmen sich Agenturen für die Spezialdisziplin Krisenkommunikation aussuchen. Gleich zu Beginn stellte Engeli klar, dass sein Unternehmen Agenturen nur selten beauftragt: „Vorab sei erwähnt, dass wir nicht mit vielen Agenturen zusammenarbeiten. Wir kooperieren projektbezogen, zum Beispiel beim Mitarbeitermagazin. Anderes lösen wir



intern. Und beim Thema Krisenkommunikation sind wir in der glücklichen Lage, nur selten mit den Auslösern konfrontiert zu werden.“ Und wenn doch? Dann müssten Agenturen sehr schnell erreichbar sein und Konzern Erfahrung mitbringen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## SEMINARE

**Seminare compact (1) (42. KW-2016)** →

1. **Journalistisches Schreiben intensiv trainieren:** Vom **14. bis 18. November 2016** vermittelt das Intensivtraining (S1) der **AFK Akademie Führung und Kommunikation** an fünf Seminartagen in Oberursel (Taunus) alle Grundlagen zum journalistischen Schreiben für PR-Fachleute. Ein lebendiger Trainingsrhythmus und steigende Textanforderungen sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sicher machen in journalistischer Sprache und in den unterschiedlichen journalistischen Darstellungsformen. Trainingsinhalte sind: Nachrichtensprache, Umgang mit Nachrichtenswert und Aufbau unterschiedlicher journalistischer Texte von der Meldung über Bericht und Interview bis hin zur Reportage. Weitere Informationen auf der [AFK-Website](#).

## BILDUNG

**Lehrgangsstart in Düsseldorf:  
Einstieg in Masterkure bis Mitte  
November möglich →**



Die erste Modulwoche liegt bereits hinter dem neuen Jahrgang der Master-Lehrgänge in Kommunikation, PR und Management, die die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR), Düsseldorf, in Kooperation mit der Donau-Universität Krems anbietet. In einer von vier möglichen Vertiefungen studieren die Teilnehmer berufsbegleitend über vier Semester und schließen den Lehrgang zum Master of Science ab. In den modular aufgebauten Lehrgängen gibt es noch wenige freie Plätze: Der Einstieg ist bis Mitte November 2016 möglich. Das erste Basismodul können neue Teilnehmer problemlos nachholen. Das zweite Modul findet dann vom 5. bis 9. Dezember 2016 für alle Studenten in Düsseldorf statt. Informationen zu den Studiengängen finden Interessenten auf der [DAPR-Website](#).

**Start für die zweite BBDO Masterclass →**



Absolventen von Hochschulen und Fachhochschulen können sich ab sofort für das zweite BBDO-Trainee-Programm bewerben. Die Talente werden innerhalb des BBDO-Netzwerks, das deutsche Headquarter befindet sich in Düsseldorf, individuell sowie Agentur- und kategorienübergreifend geschult. Ausgangspunkt sind deren Hochschulausbildung und deren persönliche Interessen. Die Ausbildungsschwerpunkte der Masterclass liegen in den Bereichen Beratung, Strategie, Konzeption Digital, Konzeption Art und Konzeption Text. Das Ausbildungsprogramm dauert eineinhalb Jahre. Dazu

gehören vier individuell zusammengestellte Agenturstationen innerhalb des deutschen BBDO-Netzwerks sowie ein zweimonatiger Auslandsaufenthalt bei einer BBDO-Agentur, etwa in San Francisco, New York, Auckland und London. Der zweite Jahrgang wird im April 2017 starten, die Bewerbungsphase hat jetzt begonnen - [hier geht es zur Website](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Bildung compact (1) (42. KW-2016) →**

1. **LSoM veröffentlicht neues Kursprogramm für 2017:** Die Leipzig **School of Media (LSoM)** hat ihr Kurs- und Seminarprogramm für das Jahr 2017 veröffentlicht. Journalisten, Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing und Kommunikation sowie andere Medienschaffende können an der LSoM aus einem umfangreichen Veranstaltungsangebot wählen. Das Themenspektrum reicht von Content Marketing über Social Media Management bis hin zu Crossmedia-Recht und Mobile Journalism. Neu im LSoM-Programm sind der Zertifikatskurs „Community Manager“ und das Seminar „Investigative Recherche und Datenrecherche“. Das komplette Kursprogramm kann auf der [LSoM-Website](#) eingesehen werden.

## STUDIEN

**Studie zu „Shitstorms“:  
Wie sie entstehen und wie  
Unternehmen darauf reagieren (sollen) →**

Soziale Medien wie YouTube, Facebook oder Twitter erlauben es ihren Nutzern, schnell Informationen zu erstellen, zu konsumieren und weiterzuleiten. Sehr zum Leidwesen einiger Unternehmen werden dabei jedoch nicht nur positive Meinungen zu Firmen, Produkten und Marken verbreitet, sondern auch nega-

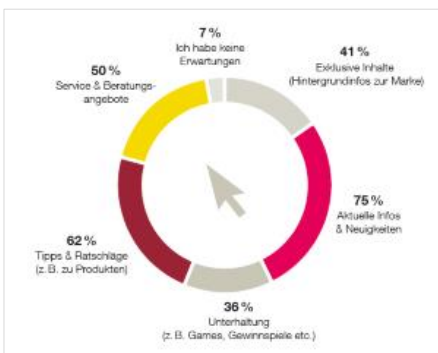
tive. Wenn eine Vielzahl an Internetnutzern gemeinsam eine Marke „attackiert“, teils sogar auf aggressive und beleidigende Weise, spricht man von einem „Shitstorm“ oder – etwas freundlicher – von einer „Collaborative Brand Attack“ (CBA). Wie Shitstorms jedoch genau entstehen, wodurch sie verstärkt oder abgeschwächt werden, dazu gibt es jetzt eine wissenschaftlich fundierte Untersuchung der der WHU – Otto Beisheim School of Management, der Universität in Michigan-Dearborn, USA, sowie der Otto-Friedrich Universität Bamberg. Das Ergebnis: Was bisherige Lehrbücher zu Markenkrisen schreiben, muss



durch eine weitere, ganz spezielle, Krisenart ergänzt werden. Die Autoren der Studie sind Philipp Rauschnabel (Foto l.), Nadine Kammerlander (M.) und Bjoern Ivens (r.).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Bewegbildstudie:  
Marken schöpfen das Potenzial von  
Video-Content im Web nicht aus →**



Bewegbild ist die treibende Kraft im Internet. 97 Prozent schauen sich täglich Videos online an – ein großes Potenzial für Unternehmen.

Jedoch zeigt eine neue Untersuchung der Kommunikationsberatung fischerAppelt AG und des Marktforschungsinstituts appinio GmbH, beide Hamburg, dass aktuell nur 20 Prozent der Befragten auch Online-Videos von Marken konsumieren. Wie muss

Video Content Marketing ausgerichtet werden, um relevant zu sein? Welche Erwartungen haben Konsumenten an Marken im Internet? (Siehe nebenstehende Grafik.) Mehr als 1.000 Frauen und Männer im Alter von 16 bis 50 Jahren wurden zu ihren Vorlieben beim Konsum von Bewegtbild-Content befragt. In Zeiten von Content Marketing, Social Media und mobilem Medienkonsum dienen Videos immer häufiger als Schlüssel zur Aufmerksamkeit der Menschen. Doch der Vergleich von Marken- und Bewegtbildkonsum im Web zeigt eine klare Diskrepanz zwischen der generellen Nutzung von Videos und der Nutzung von Branded Videos: 49 Prozent der untersuchten Zielgruppe schauen nie oder nur selten Online-Videos von Marken.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**LESEHINWEISE**

**Lesehinweis: Brunowsky setzt sich ausführlich mit Steingart auseinander →**



Ralf-Dieter Brunowsky, der frühere Chefredakteur von „Capital“ setzt sich in seinem Blog „Brunowsky’s Business Monitor“ kritisch mit Gabor Steingart (Foto © Handelsblatt) auseinander.

Der Beitrag ist lesenswert, weil Brunowsky den Herausgeber und Verlagsgeschäftsführer des „Handelsblatts“ differenziert darstellt. Auf der einen Seite lobt er die Dynamik, die Steingart in die früher sehr behäbige Verlagsgruppe eingebracht habe, auf der anderen Seite warnt er, Steingart dürfe sich nicht zu viel selbst feiern. Unter dem Strich lässt Brunowsky Steingart jedoch gut wegkommen und zitiert dessen Credo: „Diese Gemeinschaft der wirtschaftlich Interessierten – für die Wirtschaft keine Rubrik und auch kein Studienfach, sondern eine Lebenseinstellung ist – wollen wir sicht- und erlebbar

machen. Auf Papier. Digital. Und Live. Wichtig ist dabei nicht die Darreichungsform, wichtig ist der Wirkstoff: Journalismus. Sachkundig, unabhängig, mutig und inspirierend.“ Lesen Sie den Beitrag Brunowskys in voller Länge auf dessen [Blog „Brunowsky’s Business Monitor“](#).

## PREISE UND AWARDS

**TheNewsMarket für seine Newsroom-Lösungen ausgezeichnet** →



TheNewsMarket, das internationale Pressportal für TV- und

Online-Journalisten, hat vergangene Woche bei den Digital Impact Awards in London zwei Auszeichnungen in der Kategorie „Best Use of Digital to Aid Media Relations“ gewonnen. Gold gab es für den Online Newsroom von Euro NCAP, Silber für den von Kia Motors. Mit diesen Preisen wird gelungene digitale Unternehmenskommunikation in Europa prämiert, wobei die Organisatoren vor allem Lösungen berücksichtigen, die sich deutlich von der sonstigen digitalen Kommunikationswelt abheben. „Wir freuen uns über die Auszeichnung und fühlen uns in unserer Entscheidung bestätigt, TheNewsMarket mit der Entwicklung unseres Online-Newsroom beauftragt zu haben“, sagte ein Vertreter des Euro NCAP-Kommunikationsteams.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Bertelsmann-Unternehmenskommunikation ausgezeichnet** →

In einer aktuellen Umfrage des Fachmagazins „Wirtschaftsjournalist“ zur Qualität der Pressearbeit 107

großer Unternehmen wählten die 316 befragten Journalisten aus Wirtschafts- und Fachredaktionen Karin Schlautmann, Leiterin der Bertelsmann-Unternehmenskommunikation, erneut auf Rang eins in der Kategorie Medien. Diese Position hatte sie im vergangenen Jahr ebenfalls inne. Unter allen gelisteten Unternehmen belegte Bertelsmann im Ranking des Magazins Rang 15. Karin Schlautmann (Foto), Leiterin der Bertelsmann Unternehmenskommunikation, sagte: „Als Medienunternehmen hat faire und



transparente Kommunikation für uns besondere Bedeutung. Ich freue mich sehr, dass die Art und Weise, auf die wir unsere Konzernstrategie vermitteln, so gut angenommen wird. Mein Dank gilt allen Kolleginnen und Kollegen bei uns im Haus, die hieran täglich mitwirken.“

transparente Kommunikation für uns besondere Bedeutung. Ich freue mich sehr, dass die Art und Weise, auf die wir unsere Konzernstrategie vermitteln, so gut angenommen wird. Mein Dank gilt allen Kolleginnen und Kollegen bei uns im Haus, die hieran täglich mitwirken.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Marken-Award 2017: Neuer Hauptsponsor stiftet weiteren Preis** →



Neuer Sponsor, neuer Preis: Für den Marken-Award 2017, der von der „absatzwirtschaft“ – Zeitschrift für Marketing

in Kooperation mit dem Deutschen Marketingverband vergeben wird, konnte Adobe als Hauptsponsor und Stifter des neuen Preises „Beste Digital-Marke“ gewonnen werden. Am 14. März 2017 vergibt die Jury damit zusätzlich zu den Preisen in den Kategorien Beste Marken-Dehnung, Bester Marken-Relaunch und Bestes Marken-Momentum auch eine Auszeichnung für die Beste Digital-Marke. Einsendeschluss für die Bewerbungen ist der 8. November.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Deutsche Content Marketing Preise 2016 vergeben →



Im Rahmen der Content World Konferenz 2016 wurden am 17. Oktober in Frankfurt am Main die Deutschen Content Marketing Preise verliehen. Ausgezeichnet wurden die Content Projekte „Ich zeig‘ dir die Welt von morgen“ von Vodafone, „MS persönlich“ von Sanofi Genzyme, „re:Blog“ von Otto und die Themenwelten-Kundenmagazine der Allianz. Bereits zum zweiten Mal wurden Content Marketing Projekte in den Kategorien Content Strategy, Content Creation and Curation, Content Production sowie Content Distribution prämiert. Der Preis wird gemeinsam von der Zeitschrift „Absatzwirtschaft“, dem Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt und dem Fachtitel „Meedia“ verliehen. Weitere Informationen über den Deutschen Content Marketing-Preis finden sich auf [dieser Webseite](#).

## Preise und Awards compact (1) (42. KW-2016) →

1. **PRVA lädt zur #PRGala16:** Am **23. November** wird zum 33. Mal der österreichische „Staatspreis PR“ im Rahmen der #PRGala16 verliehen. Das Studio 44 der Österreichischen Lotterien in Wien bietet die Bühne für die Bekanntgabe der Kategorie Sieger und des Staatspreisträgers. Die Auszeichnungen werden in diesem Jahr von Vizekanzler und Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, Reinhold Mitterlehner, überreicht. Im Vorfeld dieser Ehrungen gibt es auch die Auszeichnung der Gewinner des in diesem Jahr zum ersten Mal ausgeschriebenen Sonderpreises „Austrian Young PR Award“. Ausrichter der PR-Gala 2016 ist der PR-Verband Austria (PRVA).

## TIPPS

### Zehn Gebote die gelungene Infografik →



Sie haben eine Botschaft, mit der Sie Ihre Zielgruppe auf innovative Weise erreichen wollen? Sie sind auf der Suche nach einem echten Eyecatcher? Oder wollen ein komplexes Thema darstellen und

laufen dabei Gefahr, in der Zahlen- und Datenflut den Überblick zu verlieren? Dann kann eine gute Infografik die Lösung sein. Oft wird das Potenzial von Grafiken in den Medien, insbesondere auch in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, noch gar nicht richtig genutzt, sind sich Experten aus der Praxis sicher. Ideal sind sie, um zeitliche Zusammenhänge und Dynamiken aufzuzeigen. Auch große Datenmengen oder komplizierte Zusammenhänge wie industrielle Produktionsprozesse lassen sich visuell viel besser begreifen als in einem Text. Die Deutsche Presse Agentur (dpa), Hamburg, hat zum Thema zehn Gebote zusammengestellt. Hier geht's zur Infografik auf die [dpa-Website](#).



## JOBANGEBOTE

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

---

### Gesuche (2)

Die 2 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

---

### Angebote (43)

Stellenangebote der Agenturen

- PR-Berater/-in (Vollzeit oder Teilzeit), Montabaur
- Junior Digital Communications (m/w), Frankfurt
- Client Service Director (m/w) mit Schwerpunkt PR und Social Media, Mannheim
- redroses communications sucht PR-Berater (m/w), Hamburg
- PR-Redakteur/-in (Vollzeit oder Teilzeit), Montabaur
- PR-Juniorberater/in für Team Energie und Umwelt, Hamburg
- PR-Berater (Account Manager) (w/m) für den Bereich Technology, München
- Head Technology Communications (m/w), Frankfurt a.M. oder Düsseldorf
- PR Berater (m/w) mit Fokus Projektmanagement, Köln
- PR-Berater (m/w) in Teilzeit in Köln
- PR-Berater (m/w) - Junior & Senior, Berlin
- Volontär/-in für Hamburg
- (Senior) Account Manager Public Relations (w/m) für den Bereich (Consumer) Technology, Düsseldorf
- Berater/in Public Relations, Berlin
- Senior Berater/in Public Relations, Berlin
- Junior-Berater/in Public Relations, Berlin
- PR Junior-Berater/in, Hamburg
- Berater/Seniorberater (m/w), JP KOM Düsseldorf
- Mitarbeiter Office Management (m/w), JP KOM Düsseldorf
- Projekt- und PR-Assistenz Schwerpunkt Food & Beverage, Bonn

Stellenangebote der Medien

- Redakteurin/Redakteur, Köln

Stellenangebote der Unternehmen

- Junior Consultant Public and Investor Relations (m/f), Düsseldorf & Munich
- Assistent/in Kommunikation/Marketing in Teilzeit, Essen
- Senior Manager PR und Öffentlichkeitsarbeit (m/w), Düsseldorf
- Spezialist PR – Content Marketing (m/w), Dortmund
- Referent/in Unternehmenskommunikation, Stuttgart
- Leiter/Leiterin Unternehmenskommunikation & PR, Essen
- Redakteur (m/w) Print / Online Medien, Berlin
- Studentin/en im Bereich Communication - Market Access and Public Affairs, Mainz

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- Projektleiter/in Dialog & Veranstaltungen, Berlin

---

### Volontariat/Trainee

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

---

### Praktikum

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

---

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:  
Montag, 24. Oktober 2016 um 18:30 Uhr  
Dieser Newsletter wurde an **10.343 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 25,1 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.850 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](mailto: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](http://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](http://www.pr-journal.de/fotos.html). Zum ausführlichen **Impressum** geht es hier: [www.pr-journal.de/impressum.html](http://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](mailto:redaktion@pr-journal.de)

URL: [www.pr-journal.de](http://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.*