

NEWSLETTER 537

45. KW 2016

- ++ Bundestagswahl 2017: CDU mit Jung von Matt / SPD ohne Butter ++
- ++ Newsroom in Magenta: Telekom startet Content Factory ++
- ++ Allensbach: Printmedien glaubwürdiger als Social Media ++

TOP MELDUNGEN

**Kommunikationsbranche im Wandel:
Führung auf Zeit gewinnt an
Bedeutung →**

**Wolfgang Griepentrog (Foto) gibt im Interview
Einblicke in die Arbeit von Interim Managern –
Teil 1**



Der Wandel der Arbeitswelt verändert auch die Kommunikationsbranche. Steigender Leistungsdruck, immer mehr und zunehmend komplexere Anforderungen

machen neue flexible und effiziente Arbeitsformen interessant. So überbrücken Unternehmen heute Engpässe und fehlende Managementressourcen im Kommunikationsbereich teilweise durch Interim Manager. Noch ist es ein Nischenmarkt, aber der Bedarf an Führung und Management von Kommunikationsbereichen auf Zeit wird weiter wachsen. Erfahrene Kommunikationsprofis finden hier ein attraktives Aufgabenfeld. Allerdings müssen Unternehmen wie auch Kommunikationsmanager einiges berücksichtigen, damit Interim Mandate in Kommunikationsfunktionen optimal verlaufen. „PR-Journal“-Autor Wolfgang Griepentrog arbeitet seit mehr als zehn Jahren im Interim Management. Im Interview mit dem „PR-Journal“ berichtet er über persönliche Erfahrungen und gibt Anregungen für die Praxis.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**USA-Wahlanalyse: Erklärungsversuche
aus New York, aus wissenschaftlicher
und praktischer Sicht →**



Der überraschende Ausgang der Präsidentschaftswahlen in den USA wirkt nach. Nach der Wahl Donald Trumps zum 45. US-Präsidenten reiben sich viele Beobachter immer noch verwundert die Augen - der Sturm ist noch nicht verzogen. Wie konnte es dazu kommen, ist wohl die meist gestellte Frage am Tag nach der Wahl. Das „PR-Journal“ bietet seinen Leserinnen Erklärungsversuche direkt aus den USA, von unserem New York-Korrespondenten Markus Lemmens, aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht, von Peter Szyszka, PR-Professor von der Hochschule Hannover, und aus praktischer PR-Sicht von Klaus Weise, Geschäftsführer von Serviceplan Public Relations, Experte für Social Media und Dozent an mehreren Hochschulen. **Lemmens beschreibt in seinem Beitrag „Weiß ist das neue Gold“** anschaulich, wie sich nach der Entscheidung Schockstarre mit Pragmatismus in den USA mischen. **Szyszka setzt sich im Interview mit dem „PR-Journal“** mit der These auseinander, das postfaktische Zeitalter sei nun endgültig angebrochen. Der **Artikel "Hillary ist überall" von Klaus Weise** arbeitet heraus, wie sehr Kommunikation dieses Wahlergebnis beeinflusst hat.

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 537. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 29 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1
Kommunikationsbranche im Wandel: Führung auf Zeit gewinnt an Bedeutung →	1
USA-Wahlanalyse: Erklärungsversuche aus New York, aus wissenschaftlicher und praktischer Sicht →	1
Personalien	3
Linnartz neue Leiterin Corporate Communications und Investor Relations der MorphoSys AG →	3
Spreadshirt stellt Unternehmenskommunikation neu auf →	3
Personalien compact - Sonstige (6) (45. KW-2016) → ..	3
Personalien compact - Agenturen (4) (45. KW-2016) →	5
Personalien compact - Unternehmen (1) (45. KW-2016) →	6
Etats	6
Bundestagswahl 2017: Jung von Matt soll CDU-Wahlkampf übernehmen →	6
Etats compact (14) (45. KW-2016) →	6
Agenturen	8
Schweiz: Farner Consulting übernimmt YJOO Communications →	8
„Sidelines“: Neue Kommunikationsagentur für Sport und Lifestyle →	8
Aus der Agentur Roth & Lorenz wird „follow red“ →	8
Agenturen compact (2) (45. KW-2016) →	9
Unternehmen	9
Newsroom in Magenta: Telekom startet Content Factory →	9
Organisationen	10
PR-Verbände aus Deutschland, Österreich und der Schweiz kooperieren weiter →	10
Branche	10
Nicht-Meldung als Nachricht: Agentur Butter wird Bundestagswahlkampf der SPD nicht managen →	10
Peter Szyszka zur US-Wahl: Prekäre Lebens- verhältnisse Hauptursache für den Erfolg Trumps → ...	11
„Gehalt.de“-Untersuchung: Soviel verdienen Mitarbeiter in Agenturen →	11
Krisenkommunikationsgipfel 2017 in Leipzig: Strategien gegen die Krisenangst →	11

Medien	12
Verlag Rommerskirchen gegen DJV: einstweilige Verfügung und Schadensersatzklage → ..	12
Medien compact (1) (45. KW-2016) →	12
Autoren-Beiträge	13
Wahlanalyse aus New York: Weiß ist das neue Gold →	13
Hillary ist überall: Fünf Dinge, die wir aus PR-Sicht aus dem US-Wahldebakel lernen können →	13
Termine	13
European Communications Convention '17: Teilnehmer aus vielen Ländern erwartet →	13
Medienfachtagung an der Ostfalia Hochschule: „Online MarketinG – What’s next?“ →	14
Termine compact (1) (45. KW-2016) →	14
Bildung	14
DAPR-Grundausbildung ab 2017 auch in München – PRVA neuer Kooperationspartner →	14
Studien	15
Allensbach-Umfrage: Zeitschriften und Zeitungen deutlich glaubwürdiger als soziale Netzwerke →	15
Lesehinweise	15
Videohinweis: Buló und die Multiple Sklerose →	15
Tipps	15
Gemeinsamer Snapchat-Guide von Oliver Schrott Kommunikation (OSK) und „t3n“ →	15
PR- und Werbekosten auf einen Blick: Neuer Etat-Kalkulator erschienen →	16
GPRA im Dialog	16
Beratung und strategische Kommunikation: So bekämpft ORCA van Loon den „Content Schock“ → ...	16
Jobangebote	17
Gesuche (4)	17
Angebote (52)	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

PERSONALIEN

Linnartz neue Leiterin Corporate Communications und Investor Relations der MorphoSys AG →



Anke Linnartz (47, Foto) hat zum 1. November als Vice President die Leitung der Abteilung Corporate Communications und Investor Relations des Pharmaunternehmens MorphoSys AG übernommen und berichtet

in dieser Funktion an den Finanzvorstand Jens Holstein. Sie tritt die Nachfolge von Claudia Gutjahr-Löser (46) an, die das Unternehmen Ende November auf eigenen Wunsch nach fast 15 Jahren verlässt, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. Linnartz kommt von der im M-DAX notierten Gerresheimer AG, einem weltweit führenden Partner der Pharma- und Healthcare-Industrie, für die sie von 2008 bis 2016 die Abteilung Investor Relations und Creditor Relations leitete. Zuvor verantwortete sie die Kapitalmarktkommunikation des Düsseldorfer M-DAX Unternehmens Demag Cranes AG. Darüber hinaus war Linnartz neun Jahre Mitglied des Vorstandes des Deutschen Investor Relations Verbandes (DIRK).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Spreadshirt stellt Unternehmenskommunikation neu auf →



Ab sofort steuert ein dreiköpfiges Team die internationale Unternehmenskommunikation des Leipziger T-Shirtdruck-Unternehmens Spreadshirt. Damit

wird die Kommunikation im Leipziger Hauptquartier des E-Commerce-Unternehmens zentralisiert. Das Team mit Eike Adler (36, Foto), Anja Greulich und Mary Worch berichtet an den Vorstandsvorsitzenden



Philip Rooke und kann damit Innovations- und Entscheidungsprozesse direkt begleiten. Darüber hinaus wird durch das Trio die integrierte Kommunikation über verschiedene Kanäle hinweg weiter gestärkt – von Medienarbeit über PR hin zu digitalen Medien. Spreadshirt hat sich damit auf seinem Wachstumskurs kommunikativ neu aufgestellt. Adler, Greulich und Worch verantworten die interne und externe Unternehmenskommunikation aller drei Geschäftsbereiche: Merchandising Services mit dem Shoppingsystem SpreadShop, die internen und externen Marktplätze sowie die Personalisierung von Produkten im T-Shirt-Designer. Der Fokus der Medien- und PR-Arbeit liegt dabei auf Deutschland, Großbritannien und den USA.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Sonstige (6) (45. KW-2016) →

1. **Thamling ist Pressesprecher des Hamburger Jobcenters: Matthias Thamling** (34) ist seit August Pressesprecher des Hamburger Jobcenter team.arbeit.hamburg. Er folgt auf **Kirsten Maas**, die in Elternzeit geht. Zuvor arbeitete Thamling

bereits als Pressereferent im Projekt mitmang – Initiative für Arbeit 50plus für das Hamburger Jobcenter. In seiner Funktion als Pressesprecher berichtet er an den Geschäftsführer des Jobcenters, **Dirk Heyden**. Zuvor war Thamling unter anderem bei den Kommunikationsagenturen Havas PR, Zum goldenen Hirschen und Butter beschäftigt.

2. **Neuer Sprecher für Mühlenkreiskliniken in Minden: Christian Busse** (36) leitet vom 1. Dezember an die Abteilung für Unternehmenskommunikation und Marketing der Mühlenkreiskliniken in Minden. Gleichzeitig wird er Pressesprecher. In der neuen Position wird er die interne und externe Kommunikation verantworten. Vorgänger **Steffen Ellerhoff** wechselte als Bereichsleiter Unternehmenskommunikation zum Klinikum Region Hannover. Busse arbeitete zuletzt als Redakteur für das „Westfalen-Blatt“. Er berichtet künftig an den Vorstandsvorsitzenden der Mühlenkreiskliniken **Olaf Bornemeier**.
3. **Vom Eishockey- zum Fußball-Bundesligisten: Philipp Walter** (42) leitet seit dem 1. Oktober Kommunikation und Medien beim Fußball-Bundesligisten Sport-Club Freiburg. Vorgänger **Marius Brecht** hat den Sportverein verlassen. Walter kommt von dem Eishockeyclub Kölner Haie, wo er zuletzt Leiter Marketing, PR & Vertrieb war. Beim SC Freiburg berichtet er an die Vorstände **Oliver Leki**, **Jochen Saier** und **Fritz Keller**.
4. **HSV hat neuen Pressesprecher: Till Müller** (31) ist als Nachfolger von **Jörn Wolf** neuer Pressesprecher beim Fußball-Bundesligisten Hamburger Sport-Verein (HSV). Vorgänger Wolf hatte den Verein 14 Jahre lang als Mediendirektor betreut. Müller kam im vergangenen Jahr als stellvertretender Pressesprecher vom SSV Jahn Regensburg zum HSV.
5. **Rücker steigt bei Foodwatch zum Geschäftsführer auf: Martin Rücker** (36) wird vom 1. April an neuer Geschäftsführer von Foodwatch



Deutschland in Berlin. Bisher leitete er dort die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Der Aufsichtsrat von Foodwatch hat beschlossen, den Verein in eine nationale und eine internationale Einheit zu unterteilen. Rückert übernimmt die Leitung des Bereichs „Foodwatch Deutschland“ von **Thilo Bode**. Wer auf Rückert als Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit folgen wird, ist noch nicht bekannt.

6. **Carenoble schafft Stelle für Unternehmenskommunikation:** Das private Institut für Gesundheitsökonomie Carenoble mit Sitz in Leipzig hat mit **Jörg Weise** (32) seit dem 1. November einen neuen Teamleiter für Unternehmenskommunikation. In der neu geschaffenen Position ist er für alle internen und externen Kommunikationsmaßnahmen sowie das Dialogmanagement zuständig. Weise ist bereits seit dem vergangenen Jahr im Unternehmen tätig und war bisher als Key Account Manager tätig. Er berichtet an die Geschäftsführung.

Personalien compact - Agenturen (4)
(45. KW-2016) →

1. **Buzási wird Geschäftsführer bei fischer Appelt:** **Johannes Buzási** (35) wird neuer Geschäftsführer der fischerAppelt-Werbeagentur, fu-rore. Nach Stationen als Trainee in der Strategieberatung und als Assistent des Vorstands von fischerAppelt wechselte Buzási 2011 zur Werbe-Unit, wo er zuletzt als General Manager am Hamburger Standort verantwortlich war. Ab sofort übernimmt er die Gesamtverantwortung für das Team mit rund 50 Werbe- und Kommunikations-experten. Von Berlin aus treibt er die Zusammen-führung und den Ausbau der Kreativdisziplinen Bewegtbild, PR, Digital Marketing und Werbung voran. In der Hauptstadt entstehen mit den „Won-derland Studios“ neue Räume für das integrierte Agenturmodell.

2. **revolutions per minute verstärkt Agenturmanagement:** Die Berliner Lifestyle PR-Agentur – revolutions per minute verändert ihre Manage-ment-Strukturen und beruft drei neue Business Direktoren: **Anett Graumann** (36) zeichnet für die Agenturkommunikation verantwortlich, **Ale-xandra Samoleit** (31) übernimmt den Bereich New Business & Overall Strategy und **Sebastian Rau** (31) verantwortet den Bereich Human Res-ources. Alle drei sind bei RPM außerdem für die Leitung ihrer jeweiligen Units Beauty, Babycare und Social Media verantwortlich. Sie berichten an **Christian Wittstadt**, Inhaber und Geschäftsfüh-rer von RPM – revolutions per minute.

3. **Zwei neue Junior-Beraterinnen für consense:** consense communications freut sich über zwei neue Junior-Beraterinnen: **Wera Otterbach** (28) und **Claudia Wild** (26) ergänzen ab sofort das Team der Münchner Agentur für PR und Marke-tingkommunikation. Otterbach wird ihre Erfahrun-gen in der Beratung von B-to-B-Unternehmen einbringen. Sie arbeitete zuletzt als Account Exe-cutive bei der Agentur Maisberger. Wild hat ein



Masterstudium in Kommunikationswissenschaf-ten absolviert und Agentur-Erfahrungen bei fi-scherappelt gesammelt. Dort betreute sie Pro-jekte im Bereich Social Media-Marketing und Content Marketing. Beide beraten bei consense Kunden aus der Technologie- und Automobil-Branche.

4. **lottmann pr hat neue Standortleiterin in Düs-seldorf:** **Nicole Burggraf** ist neue Standortlei-terin von lottmann pr in Düsseldorf. Sie verstärkt das Team von lottmann pr seit dem 1. November. Burggraf kommt von der Tupperware GmbH in Frankfurt am Main, wo sie seit 2013 für die Unter-nehmenskommunikation verantwortlich war. Da-vor war Burggraf für die The Food Professionals Köhnen AG in Spröckhövel tätig, zuletzt als Mit-glied der Geschäftsleitung. Im Rahmen ihrer neuen Aufgabe wird sie das Kundengeschäft ver-antworten und auch im Bereich Strategie und Neugeschäft eng mit den Agenturinhabern zu-sammenarbeiten.

Personalien compact - Unternehmen (1)
(45. KW-2016) →

1. **Zeuch neuer Pressesprecher und PR-Chef bei Strato: Christoph Zeuch** (39), Journalist und Medienmacher, zieht es beruflich von der Elbe an die Spree. Seit November 2016 leitet Zeuch bei der Strato AG in Berlin die Abteilung für Public Relations und fungiert als Sprecher für die in- und externe Kommunikation. In seiner neuen Funktion berichtet er an **Sebastian Oppermann**, Senior Vice President Marketing der Strato AG. Zeuch bringt 20 Jahre Berufserfahrung als Gründer von Agenturen und Medienunternehmen ein. Er wirkte als Journalist, Marketing-Manager, GmbH-Geschäftsführer und Dozent. Zuletzt arbeitete Zeuch als Gründer und Chefredakteur der digitalen Lokalzeitung „Altona.Info“ in Hamburg.



und es **nicht erneut die Werbeagentur Butter mit Geschäftsführer Frank Stauss sein wird**. Bündnis 90/Die Grünen, Die Linke und die FDP haben sich bereits auf ihre Agenturpartner festgelegt. Alle drei Parteien setzen auf Dienstleister, die mit den Inhalten der Parteien aus vorhergehenden Wahlkämpfen vertraut sind. **(Wir berichteten am 30. September.)**

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ETATS

Bundestagswahl 2017: Jung von Matt soll CDU-Wahlkampf übernehmen →



Nun steht es offensichtlich fest: „Die Hamburger Agentur Jung von Matt wird aller Voraussicht nach die Werbekampagne der CDU für die Bundestagswahl 2017 gestalten“, schreibt **„Spiegel online“** am 11. November. Zwar steht offiziell noch gar nicht fest, ob Kanzlerin Angela

Merkel (Foto; © Tim Reckmann / pixelio.de) noch einmal für das Amt der Regierungschefin kandidiert, aber nicht zuletzt die Entscheidung für Jung von Matt wird als Beleg dafür gewertet, dass Merkel noch einmal antritt. Erst einen Tag vorher hatten „Spiegel Online“ und „sueddeutsche.de“ übereinstimmend berichtet, dass die SPD ihren Wahlkampfpartner noch sucht

Etats compact (14) (45. KW-2016) →

1. **Weissenbach PR präsentiert Prezi als neuen Kunden**
wer: Prezi, Budapest und San Francisco
was: Öffentlichkeitsarbeit für die Präsentationssoftware in der Region DACH
an: **Weissenbach PR**, München
2. **Wilde & Partner spricht für A3M**
wer: Frühwarn-, Informations- und Kommunikationssystem-Anbieter A3M GmbH, Tübingen und Hamburg
was: Öffentlichkeitsarbeit im B-to-B- und B-to-C-Segment
an: **Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
3. **Schwartz PR hilft Lernroboter Dash beim Deutschlandstart**
wer: Wonder Workshop Inc., San Mateo (Kalifornien, USA)

was: Medienarbeit, Produkt-PR und Agenda-Setting für Lernroboter „Dash“ in Deutschland
an: **Schwartz Public Relations**, München

4. **Hasselkus PR arbeitet für "The Frequent Traveller"**

wer: Geschäftsreise-Printmagazin "The Frequent Traveller", München

was: Presse- und PR-Arbeit sowie Blogger- und Influencer-Relations

an: **Hasselkus PR**, Bad Soden

5. **comdirect setzt auf Influencer im Jugendmarketing**

wer: Comdirect Bank AG, Quickborn

was: Vermarktungskonzept und Kommunikationsstrategie für Banking-App „MoBox“, die speziell für Jugendliche ist

an: **cobra youth communications**, Berlin

6. **Convensis gewinnt Digitaletat der Brillenmanufaktur Lunor**

wer: Brillenmanufaktur Lunor, Bad Liebenzell (Schwarzwald)

was: Pressearbeit national und international, Social Media für die Kanäle Instagram, Facebook, Twitter und Pinterest

an: **Convensis Group**, Stuttgart

7. **Alpha & Omega PR: Herbst mit drei neuen Kunden**

a) MicroEJ, französisches Unternehmen für Internet-of-Things-Lösungen, Nantes (Frankreich)

was: Medienarbeit und Messe-PR

b) anton clemens GmbH & Co. KG Kunststoffverarbeitung, Bergisch Gladbach

c) MVB Bergische Personalservice, Bergisch Gladbach

was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Social Media und Content-Produktion

an: **Alpha & Omega Public Relations**, Bergisch Gladbach

8. **"Mann beißt Hund" gewinnt zwei neue Etats**

a) Nachhilfeanbieter Studienkreis, Bochum

was: Digitale Kommunikation, Content Marketing

Dekabank schwingt sich zur Gouvernante für Topmanager auf

Mit einer schwungvollen TV-Kampagne wirbt die Dekabank aktuell um neue Fondsanleger. Weniger Schmunzeln wird sie bei Vorständen und Aufsichtsräten mit der Ankündigung auslösen, als aktiver Aktionär stärker den Topmanagern auf die Finger zu schauen. Ein selbstbewusster Spieler tritt auf den Plan, wenn es um Managerboni, umstrittene Übernahmen oder Zweifel an der Unabhängigkeit von Wirtschaftsprüfern geht.

Lesen Sie hier, was die Dekabank konkret plant.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

und überregionale Pressearbeit

b) Bundesverband pro familia e. V., Frankfurt am Main

was: Öffentlichkeitsarbeit für neues Modellprojekt zur Kostenübernahme von Verhütungsmitteln für Empfängerinnen von Sozialleistungen

an: **Mann beißt Hund – Agentur für Kommunikation GmbH**, Hamburg

9. **lottmann pr gewinnt drei Neukunden**

a) Leitmesse für den Außer-Haus Markt, NTERN-ORGA, Hamburg

was: PR-Aktionen

b) gastronomi GmbH & Co. KG, Bremen

was: B-to-B-Kommunikation in der Region DACH für die Softwarelösung gastronomi office

c) Oeko-TEX® (Intern. Gemeinschaft für Forschung und Prüfung auf dem Gebiet der Textilökologie), Zürich

was: B-to-C-PR-Kampagne

an: **lottmann pr**, Düsseldorf und Berlin

AGENTUREN

Schweiz: Farner Consulting übernimmt YJOO Communications →



Bewegung in der Spitzengruppe der schweizerischen Kommunikationsagenturen: Der Marktführer Farner

Consulting, Zürich, übernimmt Anfang 2017 mit YJOO Communications die drittgrößte Agentur der Schweiz. Mit diesem Schritt erweitert das inhabergeführte Beratungsunternehmen Farner Consulting sein Angebot um den Bereich Brand Communications und stärkt die Kreativ-Abteilung. Mit den zusätzlichen Standorten in St. Gallen, der unter der Marke „YJOO by Farner“ weiter ausgebaut wird, und in Lugano wird die Bedeutung von regionaler Nähe in der Kommunikation unterstrichen. Gleichzeitig werden die bestehenden Farner-Dienstleistungen Public Relations, Public Affairs, Digital, Social & Community Marketing, Change und Werbung strategisch ergänzt. Durch den Zusammenschluss entsteht nach Angaben von Farner Consulting die erste wirklich integrierte Unternehmung für Kommunikationsberatung in der Schweiz. Foto: Roman Geiser (r.), Mehrheitsaktionär und CEO von Farner Consulting, mit Martin Zahner (l.), bisher Mehrheitsaktionär und Verwaltungsratspräsident von YJOO.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„Sidelines“: Neue Kommunikationsagentur für Sport und Lifestyle →



Der ehemalige Kommunikationsdirektor von Nike, Olaf Markhoff (Foto l.) hat

zusammen mit Agenturmann Ulrich Thamerus (r.) die



in Frankfurt am Main die Kommunikationsagentur „Sidelines“ gegründet. „Sidelines“ soll für strategische Beratung von Marken, Vereinen und Persönlichkeiten im Sport- und im Lifestylebereich stehen. Markhoff hat über 13 Jahre die Kommunikation bei Nike in verschiedenen Märkten geleitet und gilt in der Branche als ausgewiesener Kommunikations- und Markenexperte. Partner Thamerus hat mit seiner vor zehn Jahren gegründeten Agentur Thamerus Public Relations zahlreiche Kunden aus dem Sport betreut. Bei „Sidelines“ soll die Ausrichtung nun breiter sein. Die Leitmaxime der Agentur lautet: „Create Relevance in the Consumers Minds!“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Aus der Agentur Roth & Lorenz wird „follow red“ →



Aus der Stuttgarter Agentur Roth & Lorenz wird „follow red“ – Branding Experiences.

Der neue Name „follow red“ soll für einen neuen kreativen Anspruch stehen, für neue Wege

und alte Stärken. Die Agentur Roth & Lorenz wurde 1986 gegründet. Ein ausführliches Portrait hat das „PR-Journal“ am 20. September 2016 veröffentlicht. Daraus geht hervor, welche Erfolge die Agentur verzeichnen konnte und welche Veränderungen in den letzten Jahren erforderlich waren, um der Marktdynamik entsprechen zu können. Jetzt sind sich Agenturgründer Ulrich Roth (CEO) und die beiden geschäftsführenden Gesellschafterinnen Petra Schnitzler (CFO) und Andrea Vossen (CCO) sicher, dass „follow red“ eine hohe Beratungsqualität zu bieten hat. Die drei Partner der nach wie vor inhabergeführten Agentur treiben die Entwicklung mit Leidenschaft voran.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (2) (45. KW-2016) →

1. **Neue Kommunikationsagentur Dr. Michael & Partner: Matthias Michael** hat gemeinsam mit **Andrea Zimmermann**, Beratung, Filmproduktion und -vertrieb, **Melanie Garmanzky**, Online-Kommunikation und Social Media, **Harald Tulies**, Marketing und Branding, und **Peter von Saalfeld**, Videokonzeption und -herstellung, die Kommunikationsberatung Dr. Michael & Partner in München gegründet. Die Agentur berät in Fragen von Veränderung und Krise sowie in den Beratungsfelder Branding, Online-Kommunikation, Videoproduktion und Medienvertrieb. Zuletzt hat Michael die Corporate Affairs für die DACH-Region bei FleishmanHillard verantwortet, davor war er Partner bei Engel & Zimmermann.
2. **Grüne Welle Kommunikation erhält Umweltauszeichnung:** Im sechsten Jahr ihres Bestehens wird die Münchner [Agentur Grüne Welle Kommunikation](#) bereits zum fünften Mal für ihr Engagement in Sachen betrieblicher Umweltschutz ausgezeichnet. Die Jury des Wettbewerbs „Büro & Umwelt 2016“ des Bundesdeutschen



Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M.) unter der Schirmherrschaft von Bundesumweltministerin Barbara Hendricks prämierte die Münchner Agentur erneut für ihre „vorbildlichen Aktivitäten im Bereich Büro & Umwelt“ mit einer förmlichen Anerkennung. Die Auszeichnung erfolgte in der Kategorie „Unternehmen mit bis zu 20 Mitarbeitern“. Seit 2008 wird der Wettbewerb ausgetragen.

UNTERNEHMEN

Newsroom in Magenta: Telekom startet Content Factory →



Mit dem Start der „Content Factory“ treibt die Deutsche Telekom die digitale Ausrichtung der Unternehmenskommunikation voran. Im Zentrum steht eine Plattform für

crossmediale Planung und Produktion von Medieninhalten. „Die Digitalisierung erfordert neue Herangehensweisen“, sagt Philipp Schindera (Foto), Leiter Unternehmenskommunikation der Deutschen Telekom. „Mit der Content Factory gehen wir den nächsten Schritt in die digitale Ära. Kommunikation in Echtzeit, 360-Grad-Medienproduktion über alle Kanäle und der digitale Dialog stehen für uns besonders im Fokus“.

Die Content Factory, die am 7. November eröffnet wurde, steht für die differenzierte Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen über eine wachsende Zahl von Kanälen und Formaten aus einer Hand. Zielsetzung ist die Verbreitung von Nachrichten und das nachhaltige Setzen von Themen („Agenda Setting“) für interne und externe Zielgruppen, wie Presse und Öffentlichkeit, Social Media-Nutzer und Mitarbeiter. Die Telekom versteht das Konzept der Content Factory als Antwort auf die zunehmende Bedeutung der Social Media- und Nutzergetriebenen Kommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ORGANISATIONEN

PR-Verbände aus Deutschland, Österreich und der Schweiz kooperieren weiter →

Die freundschaftlich-kollegiale Zusammenarbeit der Vorarlberger Sektion des Public Relations Verbands Austria (PRVA) mit dem Ostschweizer und Liechtensteiner Regionalverband von „pr suisse“ (PROL) sowie der DPRG-Landesgruppe Bayern hat sich in den letzten Jahren bewährt. Das stellten die Vorsitzenden der Verbände anlässlich der Verabschiedung der österreichischen Amtsträgerin Heidi Kalb-Vogel von i-Public Relations fest, die über viele Jahre den Westen der Alpenrepublik betreut hatte. Bei dem Dreiländertreffen am 8. November in Dornbirn bei Bregenz waren PROL-Präsidentin Anita Schweizer sowie



Christina Kahlert, DPRG / INDOC und TheNewsMarket, voll des Lobes für die grenzübergreifende Kooperation und bedankten sich bei Heidi Kalb-Vogel für ihre Arbeit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BRANCHE

Nicht-Meldung als Nachricht: Agentur Butter wird Bundestagswahlkampf der SPD nicht managen →



Das „PR-Journal“ hatte Anfang September dieses Jahres mal im Willy-Brandt-Haus nachgefragt, ob denn bereits klar sei, welche Agentur die SPD bei der Bundestagswahl im kommenden Jahr unterstützen werde. „Wir informieren Sie, sobald eine Entscheidung getroffen wurde“, hieß es aus der Pressestelle. Rund zehn Monate vor der Wahl scheint die Entscheidung immer noch nicht gefällt zu sein. Immerhin weiß man jetzt, wer der Agenturpartner nicht sein wird: Butter mit Geschäftsführer Frank Stauss (Foto). Das berichten übereinstimmend „Spiegel Online“ und „sueddeutsche.de“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Peter Szyszka zur US-Wahl:
Prekäre Lebensverhältnisse
Hauptursache für den Erfolg Trumps →**



Peter Szyszka (Foto) ist Professor für Public Relations, Spezialist auf dem Gebiet der Organisationskommunikation an der Hochschule Hannover und Leiter der Forschungsgruppe Beziehungskapital.

Das „PR-Journal“ hat ihn zum Wahlausgang in den USA befragt. Hauptursache sind für den Kommunikationswissenschaftler die von vielen Amerikanern als unbefriedigend oder prekär empfundenen Lebensverhältnisse. Diese große Gruppe, so die These Szyszka, habe Trump mit markigen Sprüchen und dem Versprechen vieles radikal zu verändern kurz, knapp und leicht verständlich abgeholt. Wörtlich sagt Szyszka: „Wer sich benachteiligt fühlt, ist für Populismus zugänglich.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„Gehalt.de“-Untersuchung: Soviel verdienen Mitarbeiter in Agenturen →



Große Kampagnen erfordern kreative

Köpfe, doch wie steht es um die Bezahlung? Mit welchem Jahresgehalt können Beschäftigte in einer Werbeagentur rechnen? In einer aktuellen Analyse hat das Hamburger Vergleichsportale Gehalt.de 2.843 Gehaltsdaten zu unterschiedlichen Berufen ermittelt. Das Ergebnis: Das höchste Gehalt in Werbeagenturen beziehen Geschäftsführer mit durchschnittlich 109.128 Euro (siehe Grafik). Das zweithöchste Einkommen mit jährlich rund 80.168 Euro erhält der Creative Director: In Gehaltsfragen lassen Beschäftigte in diesem Beruf damit die Mehrheit ihrer Kollegen mit



großem Abstand hinter sich. Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen in der Konzeption erhalten im Schnitt 47.058 Euro, ein Art Director bezieht ein durchschnittliches Jahresgehalt von 45.490 Euro. Im Mittelfeld der Auswertung liegen PR-Manager (40.991 Euro) und Controller (40.159 Euro). Es folgen Beschäftigte als Texter (39.065 Euro) sowie Projektmanager (38.672 Euro) und Marketing Manager (38.451 Euro). Eine Übersichtsgrafik über alle Bereiche findet sich am Ende des Artikels.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Krisenkommunikationsgipfel 2017
in Leipzig:
Strategien gegen die Krisenangst →**



Die dramatischen Ereignisse bei der BASF in Ludwigshafen, der

weltweite Rückruf von Samsung Smartphones wegen

Brandgefahr, die Terroranschläge in verschiedenen europäischen Städten oder der geplante Austritt Großbritanniens aus der EU – zahlreiche Entwicklungen und Begriffe machen den Deutschen Angst. Wie es Pressesprechern und Kommunikationsmanagern trotzdem gelingen kann, kritische Situationen professionell zu bewältigen und das Vertrauen in die eigenen Institutionen zu stärken, will der Krisenkommunikationsgipfel am 15. März 2017 in Leipzig aufzeigen. 15 Referentinnen und Referenten gewähren einen Tag lang spannende Einblicke in ihre Arbeit. Mit dabei ist auch Marcus da Gloria Martins, der als Polizeisprecher in München viel Lob für seinen souveränen Einsatz beim Amoklauf am 22. Juli 2016 erhielt. Als Medienpartner wird das „PR-Journal“ ausführlich vom Krisenkommunikationsgipfel 2017 berichten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Chefredakteur des „journalist“ war, als der noch vom Verlag Rommerskirchen produziert wurde. Doch ob Daniel nun weiterhin als Chefredakteur agieren kann, ist derzeit offen. Wie [„meedia.de“ am 14. November](#) berichtet, hat Rommerskirchen vor dem Arbeitsgericht Bonn eine einstweilige Verfügung gegen seinen alten Chefredakteur erwirkt, die vorerst verhindert, dass Daniel weiterarbeiten kann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

MEDIEN

Verlag Rommerskirchen gegen DJV: einstweilige Verfügung und Schadensersatzklage →



Die November-Ausgabe des Medienmagazins „journalist“ ist auf dem Markt, produziert vom New Business Verlag GmbH & Co. KG in Hamburg. Damit ist zum ersten Mal seit gut 50 Jahren eine Ausgabe der Mitgliederzeitung des Deutschen Journalisten Verbandes (DJV), der auch der Herausgeber ist, nicht im Remagen-Rolandsecker Verlag Rommerskirchen erschienen. Bedingt durch immer geringere Umfänge hatte sich der DJV sich im Laufe des Jahres 2016 dazu entschieden, seinem langjährigen Verlagspartner Rommerskirchen zu kündigen und sich mit New Business einen neuen Verlag zu suchen ([wir berichteten](#)). Die redaktionelle Verantwortung für die Novemberausgabe hatte Matthias Daniel übernommen, der zuvor auch

Medien compact (1) (45. KW-2016) →

1. **„Frankfurter Allgemeine Quarterly“ geht an den Start:** Am 17. November 2016 bringt die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ (F.A.Z.) mit **„Frankfurter Allgemeine Quarterly“ (F.A.Q.)** ein neues Magazin bundesweit an den Kiosk. Das 204 Seiten starke Magazin erscheint vierteljährlich und will den analytischen Scharfsinn und den intellektuellen Anspruch der „F.A.Z.“ mit Opulenz, Sinnlichkeit und Eleganz verbinden. „F.A.Q.“ setzt sich mit spannenden Köpfen und Themen der Zeit auseinander: von Kultur, Architektur und Mode über Wirtschaft und Politik bis hin zu Technik und Lifestyle. Die Druckauflage liegt zum Start bei 75.000 Exemplaren. Der Copypreis des Premiummagazins wird 10 Euro betragen.

AUTOREN-BEITRÄGE

Wahlanalyse aus New York: Weiß ist das neue Gold →



Von Markus Lemmens (Foto), New York

Donald Trump ist am Ziel. Er ist der neu gewählte Präsident der Vereinigten Staaten. Gold – die beherrschende Farbe vieler seiner Hochhäuser – war gestern. Weiß ist nun in Mode. Die künftige First Lady, Melania Trump, trug bei ihrer Stimmabgabe und in der Wahlnacht das neue Signal. Der Schriftzug



am Trump World Tower (Foto l.) direkt gegenüber der UNO-Zentrale am East River wirkte schon immer unschuldig: Ein Vorgeschmack auf

das Weiße Haus ab 20. Januar? Im Land mischen sich nach der Entscheidung Schockstarre mit Pragmatismus.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Hillary ist überall: Fünf Dinge, die wir aus PR-Sicht aus dem US-Wahldebakel lernen können →



Von Klaus Weise (Foto), München

Entsetzen aller Orten. Wie konnte Donald Trump, der Hassprediger, Rassist und Lügner zum US-Präsidenten gewählt werden? Die Gründe hierfür sind vielschichtig. Sicher ist aber: Kommunikation hat dieses Wahlergebnis maßgeblich beeinflusst. Was können wir aus Hillary Clintons PR-Desaster lernen?

Erstens: Politische Kommunikation braucht eine Vision. Trump verpackte sie in dem Claim „make America great again“. Man darf dies platt, primitiv oder prollig finden. Aber: Kennen Sie eigentlich Hillary Clintons Claim? Nein? Genau das ist das Problem. Er lautete „Hillary for America“. Nur, welche Vision vermittelt sie, was verspricht sie ihren Wählern und wo ist ihr „call to act“? Ich finde: Clinton transportierte vor allem den Wunsch, dass sie gerne US-Präsidentin wäre. Die Essenz aller Botschaften der Kandidatin lautete zusammengefasst, sie bringe in bewegten politischen Zeiten Erfahrung, Kontinuität und Stabilität ins Weiße Haus.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

European Communications Convention '17: Teilnehmer aus vielen Ländern erwartet →



Es ist zwar noch Zeit bis März 2017, doch die ersten Zusagen gehen bereits ein. Die dritte European Communications Convention (ECC'17), die am 22.

und 23. März in München stattfindet, verspricht wieder eine besonders attraktive Veranstaltung zu werden. Dafür gibt es vier wesentliche Gründe: die Teilnehmer, die Themen, die Referenten und die Location. So erwarten die Organisatoren unter Führung des ehemaligen CERP-Präsidenten Thomas Achelis Teilnehmer aus vielen Nationen. Großbritannien ist 2017 Partnerland der ECC.

Neben der Flüchtlingsproblematik und der damit verbundenen Kommunikationsarbeit stehen der Brexit und die dabei nicht immer ethisch korrekten Argumente thematisch im Mittelpunkt. Außerdem geht es um die Optimierung der Social Media sowie die elektronische Kommunikation in Zeiten von Cyber-Kriminalität. Dazu sprechen und diskutieren Vertreter der

Weltflüchtlingsorganisation, britische Kollegen, die in die Brexit-Thematik eingebunden waren, sowie Insider aus dem Social Media und Cyber Criminality Bereich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medienfachtagung an der Ostfalia Hochschule: „Online Marketing – What’s next?“ →



Am 9. Dezember 2016 veranstaltet die Ostfalia Hochschule in Salzgitter die Medienfachtagung „Online Marketing – What’s next?“.

Sie thematisiert Marketing-trends im Digitalgeschäft. Ist Data Driven Marketing das Ende der klassischen Marketingkampagne? Wie wichtig ist relevanter Content, um übergeordnete Unternehmensziele zu erreichen? Lohnt es sich, den Wunsch nach Datenschutz ernst zu nehmen? Über diese und weitere Zukunftsfragen diskutieren am 9. Dezember Branchenexperten wie fischerAppelt-Vorstand Matthias Wesselmann oder Oliver Bartelt (Foto), Unternehmenssprecher bei Anheuser Busch InBev (Beck’s) auf der Medienfachtagung. Kunden suchen zunehmend den Dialog mit Marken und Unternehmen. Sie erwarten personalisierte Marketingangebote, die nicht nur werben, sondern auch informieren. Data-Driven-, Content-, Multichannel- sowie virales Marketing, Crowdsourcing und Datenschutz werden für das Marketing vor diesem Hintergrund immer relevanter.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (1) (45. KW-2016) →

- DPRG-NRW zu Gast beim VDI in Düsseldorf:**
Die Regionalgruppe Nordrhein-Westfalen der

Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) lädt ein zur Veranstaltung „Kommunikation rund um Technik“ am **1. Dezember um 18:30 Uhr in Düsseldorf** am VDI Platz 1. Gastgeber ist an diesem Abend ist der VDI, der **Verein Deutscher Ingenieure**. Auf dem Programm stehen die Begrüßung durch Dirk Manske, Leiter Politik / Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit, ein Vortrag von Pressesprecher Marco Dadomo zur Kommunikation des VDI und ein Einblick in die Arbeit der „VDI Nachrichten“, den Martin Ciupek, Ressortleiter Produktion / Infrastruktur des Blattes gewährt. Anmeldungen werden [per E-Mail an Markus Spiecker](#) bis zum 28. November erbeten.

BILDUNG

DAPR-Grundausbildung ab 2017 auch in München – PRVA neuer Kooperationspartner →

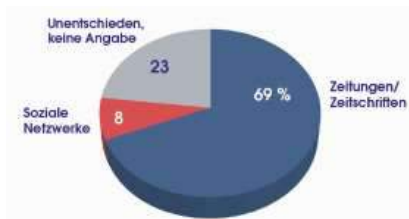


Erstmals findet die renommierte Grundausbildung der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) im Frühling 2017 auch in München statt. Neben der etablierten Vermittlung von praxisorientiertem PR-Wissen und PR-Können gehen die Dozenten an diesem Standort speziell auf die Besonderheiten der Kommunikation in der DACH-Region ein. Mit dem Public Relations Verband Austria (PRVA) kann die DAPR dabei einen neuen Kooperationspartner begrüßen. DAPR-Geschäftsleiter Nils Hille (Foto): „Wir freuen uns sehr, dass dank des PRVA genau der passende Partner bei der DAPR-Grundausbildung mit an Bord ist. So können die österreichischen Kommunikatoren zukünftig verstärkt von unserer Wissensvermittlung mit hohem Praxisbezug profitieren.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STUDIEN

Allensbach-Umfrage: Zeitschriften und Zeitungen deutlich glaubwürdiger als soziale Netzwerke →



Die Bundesbürger halten Zeitschriften und Zeitungen für deutlich glaubwürdiger als soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter.

69 Prozent der Bevölkerung ab 16 Jahren würden bei unterschiedlichen Meldungen über ein und dasselbe Ereignis eher Zeitschriften und Zeitungen glauben, acht Prozent würden eher den sozialen Netzwerken vertrauen (siehe nebenstehende Grafik © IfD Allensbach). Das geht aus der Repräsentativbefragung „Relevanz und Glaubwürdigkeit der Medien“ unter 1.458 Personen hervor, die das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) durchgeführt hat. Die Ergebnisse wurden auf dem „Publishers' Summit“ in Berlin vorgestellt. Auch wenn es um die Frage einer zivilisierten Diskussionskultur geht, beurteilen die Bundesbürger Zeitschriften und Zeitungen am besten. Die Mehrheit der Befragten (54 %) ist der Meinung, dass Diskussionen hier am ehesten sachlich und höflich verlaufen. Dem Fernsehen bescheinigen dies 45 Prozent, während lediglich vier Prozent die Streitkultur im Internet als am ehesten sachlich und höflich einstufen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LESEHINWEISE

**Videohinweis:
Bulo und die Multiple Sklerose →**

Peter „Bulo“ Böhling (44), Herausgeber des People-Magazins „Clap“, saß auf den Münchner Medientagen mit einem Freund zusammen – Bulo auf der



Clap-Couch, Freund Martin (Foto) im Rollstuhl, da er Multiple Sklerose hat. Martin arbeitet in der Forschung bei SevenOneMedia und ist Delegierter der Deutschen Multiple Sklerose Gesellschaft (DMSG).

Er setzt sich für mehr Normalität im Umgang mit Betroffenen und mehr Aufmerksamkeit gegenüber dieser unberechenbaren Krankheit ein. Nach dem Gespräch sagte Bulo spontan: „Weißt du was? Wir machen einen Spot, und zwar mit dir, und dann bringen wir das Ganze ins Fernsehen!“... Worauf Martin meinte, Bulo sei total irre! Doch die irre Idee wurde umgesetzt. Hier finden Sie den [Spot bei YouTube](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TIPPS

Gemeinsamer Snapchat-Guide von Oliver Schrott Kommunikation (OSK) und „t3n“ →



Wer keine Lust mehr hat, sich Snapchat von seinen Kindern erklären zu lassen, kann jetzt ins Selbststudium gehen. Die Kölner Agentur Oliver Schrott Kommunikation (OSK) und „t3n“, das Magazin der digitalen Wirtschaft aus Hannover, haben ein

Snapchat-E-Book „Was du über die Hype-App wissen musst“ mit über 80 Seiten veröffentlicht. Es gibt allen Interessierten und Kommunikationsverantwortlichen in Unternehmen und Agenturen eine strukturierte Anleitung mit wertvollen Praxistipps an die Hand. Für Jugendliche ist Snapchat als Kommunikationsplattform inzwischen wichtiger als Facebook. Viele Kommunikations- und Marketingentscheider betrachten die App daher als unverzichtbaren Bestandteil im modernen digitalen Kommunikationsmix. Trotzdem nutzen erst wenige Unternehmen die Vorzüge der App. Das könnte sich bald ändern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR- und Werbekosten auf einen Blick: Neuer Etat-Kalkulator erschienen →



Die Neuauflage des Etat-Kalkulators ist erschienen. Der creativ collection Verlag aus Freiburg

im Breisgau wartet in der Ausgabe 2016 / 2017 mit einer Neuerung auf: ein Special mit Angaben zu den Kosten von „Digital out of Home“-Maßnahmen. Mit aktualisierten Daten und Fakten gibt der Etat-Kalkulator schnell und direkt Antworten auf die Frage nach Honoraren und Kosten in den Bereichen PR, Werbung, Marketing und Produktion in Deutschland und Österreich. Der Etat-Kalkulator ist seit über 30 Jahren in der Werbe- und Marketingbranche etabliert und bekannt für klare, realistische und marktgerechte Zahlen. Das bedeutet mehr Kostentransparenz für alle Werbekonzepte und für neue Marketingideen. Ein Griff, ein Dreh – eine Antwort.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA IM DIALOG

Beratung und strategische Kommunikation: So bekämpft ORCA van Loon den „Content Shock“ →



Für die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) sind Nachwuchsförderung und die gezielte Verbesserung des Images von Kommuni-

kationsagenturen gegenüber Studierenden wichtige Ziele der Verbandsarbeit. Mehrfach hat der Verband betont, dass Agenturen ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern und künftig stärker im Sinne eines Employer Brandings am Markt agieren wollen. Eine konkrete Maßnahme setzt die GPRA 2016 in Kooperation mit dem „PR-Journal“ um. Monatlich stellt sich ein Agenturchef der GPRA den Fragen von Studierenden, die sich in den Initiativen in Hannover (PRSH), Leipzig (LPRS), Mainz (kommoguntia) und Münster (campus relations) engagieren. Sie haben so Gelegenheit, alle Fragen über das Agenturgeschäft zu stellen, die sie für relevant halten. In der elften Folge stellten sich Timo Lommatzsch (Foto oben),



Geschäftsführer von ORCA van Loon, und Nina Marie Wehmeier (I.), Junior-Beraterin in der Agentur ORCA van Loon, den Fragen von Maïke Grunenberg, Studentin des Bachelorstudiengangs Kommunikationswissenschaft in Münster und Vorstandsmitglied der Studierendeninitiative campus relations e.V., und Megan Heather Suzanne Neumann, Studentin des Masterstudiengangs Strategische Kommunikationswissenschaft in Münster und Mitglied von campus relations e. V..

Studentin des Bachelorstudiengangs Kommunikationswissenschaft in Münster und Vorstandsmitglied der Studierendeninitiative campus relations e.V., und Megan Heather Suzanne Neumann, Studentin des Masterstudiengangs Strategische Kommunikationswissenschaft in Münster und Mitglied von campus relations e. V..

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

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 (52)

Stellenangebote der Agenturen

- Junior PR Berater (m/w) für Düsseldorf und Berlin
- Junior PR Consultant (w/m) Healthcare in Düsseldorf
- Junior PR Berater (w/m) Beauty, München
- Riba:BusinessTalk sucht PR-Manager (m/w) in Vollzeit, bei Koblenz
- Junior PR-Berater(in) in Berlin für spannende Aufgaben
- Junior-PR-Berater Online Public Relations und Community Management (m/w) Schwerpunkt Automotive&Technik ab 01.12.2016, Düsseldorf
- Senior PR-Berater/in B2C, Stuttgart
- Senior PR-Consultant in Düsseldorf
- Junior-PR-Berater (m/w) in München
- Erfahrener Healthcare-PR-Berater (m/w) in Köln
- Grayling München sucht einen PR Berater (w/m)
- Grayling Frankfurt sucht ab sofort einen Junior PR-Consultant (w/m)
- Kommunikationsberater (m/w) für unsere Zentrale in Leipzig
- JR. PR-Berater(in) in Berlin (Vollzeit)
- PR Manager/in für den Standort Berlin (Vollzeit)
- Senior-Redakteur/Senior-PR-Berater (m/w), Hamburg
- Juniorberater PR (m/w), München
- PR-Agentur mit touristischem Schwerpunkt sucht PR Manager(in) ab Dezember 2016 oder später, München
- 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

Stellenangebote der Unternehmen

- Leiter/Leiterin Unternehmenskommunikation, Neuburg a.d.D.
- Communications / PR Specialist for DACH, Düsseldorf
- 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

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- Projektleiter/in Dialog & Veranstaltungen, Berlin

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 14. November 2016 um 19:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.398 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 30,7 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.904 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.