

NEWSLETTER 538

46. KW 2016

- ++ Maertin von Edelman.ergo zu Bayer / Assion verlässt Börse ++
- ++ Österreich: Oberster Gerichtshof erlaubt Gefälligkeitsartikel ++
- ++ Analyse von Stellenanzeigen: austauschbar und unprofessionell ++

TOP MELDUNGEN

Kommunikationsbranche im Wandel: Interim Management als Karriereoption? →



Teil II des Interviews mit Wolfgang Griepentrog (Foto)

Vor wenigen Tagen hat „PR-Journal“-Autor Wolfgang Griepentrog im Interview beschrieben, was Interim Management für die Kommunikationsbranche bedeuten kann. Mancher Leser hat da vielleicht eine neue berufliche Option entdeckt. Wir haben unseren Gesprächspartner deswegen noch um seine ganz persönliche Einschätzung gebeten. Lesen Sie hier Teil II des Interviews.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„Awards sind eine feine Sache“ – Agenturchefs über die Bedeutung der Branchen-Preise →



Natürlich sind Agenturen stolz auf ihre gewonnenen Kommunikationsawards – genauso wie ein Sportler

stolz auf seine Medaillen oder ein Schauspieler auf erreichte Oscars und Emmys ist. Die Award-Trophäen stehen in Agenturen deshalb meist gut sichtbar im Eingangsbereich oder dekorieren den Meeting-Raum. Ein beliebtes Small-Talk-Thema für Kunden. PR-Agenturen würden ihr Handwerk nicht verstehen, wenn sie die Awards nicht zur eigenen Kommunikation nutzen würden. Die Pressemitteilungen der Sieger erreichen Fachmedien pünktlich morgens nach der Gala; die Webseite wird entsprechend ergänzt. Euphorisierte Kunden freuen sich mit und kommunizieren die Preise ebenfalls an ihren Verteiler. Bessere Eigen-PR gibt es kaum.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 538. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 25 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1	Medien	10
Kommunikationsbranche im Wandel: Interim Management als Karriereoption? – Teil II →	1	Medien compact (1) (46. KW-2016) →	10
„Awards sind eine feine Sache“ – Agenturchefs über die Bedeutung der Branchen-Preise →	1	Social Media	11
Sind redaktionelle Artikel als Gegenleistung für Anzeigen jetzt in Österreich erlaubt? →	3	Influencer Marketing - gemeinsames Interesse als Schlüssel zum Erfolg →	11
Personalien	3	Autoren-Beiträge.....	11
Maertin übernimmt „Corporate Communications“ bei Bayer →	3	Neugeschäft: Kaltakquise im B-to-B-Sektor ist für Agenturen ziemlich aussichtslos →	11
Assion wechselt von der Deutschen Börse AG in den Vorstand der Leonteq AG →	4	Rezensionen	11
Gorny verstärkt das Kommunikations-Team von Facebook →	4	Rede ist Führung →	11
Personalien compact - Unternehmen (1) (46. KW-2016) →	4	Sigmar Gabriel – Menschenfänger und kompromissloser Machtpolitiker →	12
Personalien compact - Agenturen (5) (46. KW-2016) →	4	Termine.....	12
Personalien compact - Sonstige (3) (46. KW-2016) →	6	BdP-Mediendisput in Berlin über Unternehmens- kommunikation: „Agenturen sind kein Allheilmittel“ → .	12
Etats	6	news aktuell startet mit „Tell your Story“ neue Veranstaltungsreihe →	13
PP:Agenda realisiert Integrationskampagne „Löwen im Herz - Hessen integriert.“ →	6	Termine compact (1) (46. KW-2016) →	13
Neue Kampagne von n-tv und Havas: „Let’s talk about sex – Das Jahrhundert der Aufklärung“ →	7	Studien	13
Etats compact (10) (46. KW-2016) →	7	Ernüchternde Analyse von 120.000 Stellenanzeigen: austauschbar, unprofessionell, lustlos getextet →	13
Agenturen	8	Jobangebote	14
Kommunikationsagentur Havas zieht Herbstbilanz →	8	Gesuche (4)	14
Gehälter in Werbeagenturen sind laut GWA besser als bislang bekannt →	9	Angebote (55)	14
Agenturen compact (3) (46. KW-2016) →	9	Volontariat/Trainee.....	14
Unternehmen.....	10	Praktikum	14
Unternehmen compact (1) (46. KW-2016) →	10	Impressum	15
Organisationen	10	Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PR-Journal	
Zoff im VDZ um die Wahl des Präsidenten →	10		

Sind redaktionelle Artikel als Gegenleistung für Anzeigen jetzt in Österreich erlaubt? →



Gefälligkeitsartikel müssen in Print-Medien nicht als Werbung gekennzeichnet werden. Denn die Leser gehen heute davon aus, dass

redaktionelle Beiträge in periodischen Medien nicht „neutral“ sind. Diese Aussage kommt nicht aus der Lügenpresse-Ecke, sondern vom Wiener Obersten Gerichtshof (OGH), in Österreich die höchste Instanz in Zivil- und Strafsachen.

Dessen **Urteil vom 26. September** hatte in den letzten Tagen intensive Diskussionen ausgelöst, sowohl in den Medien als auch in der PR. Es hagelte heftige Kritik vom österreichischen PR-Ethik-Rat und dem Public Relations Verband Austria PRVA. Hier kommt ein Versuch der Klärung.

Urteil öffnet Tür und Tor für Koppelungsgeschäfte

„Das Urteil öffnet Tür und Tor für Koppelungsgeschäfte und damit für die Täuschung von LeserInnen. Es basiert auf der Annahme, dass für redaktionelle „Gefälligkeitsartikel“ kein Entgelt bezahlt werde und sie daher nicht zu kennzeichnen seien“, kritisierte **der PR-Ethik-Rat**. Aus Erfahrung wisse der Rat, dass oft sehr wohl Geld fließe, und zwar in Form von schwer nachweisbaren Koppelungsgeschäften.

„In der schnellleibigen Medienlandschaft fällt es für Menschen selbst mit hoher Medienaffinität mitunter schwer zu differenzieren“, erklärte **PRVA-Präsidentin Susanne Senft**. Diese hätten keine Chance, objektive Berichterstattung von ‚Gefälligkeitsberichterstattung‘ zu unterscheiden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



PERSONALIEN

Maertin übernimmt „Corporate Communications“ bei Bayer →



Christian Maertin (46, Foto) wird ab dem 1. Dezember 2016 die Abteilung Corporate Communications der Bayer AG in Leverkusen leiten. In dieser Funktion verantwortet er unter anderem die Wirtschafts- und Finanzpressearbeit des Unternehmens sowie die Kommunikation der Themen Innovation, Nachhaltigkeit und Technologie. Maertin berichtet an Michael Preuss, der vor ihm die Corporate Communications von Bayer geleitet hatte und seit 1. Mai den Bereich „Communications, Government Relations and Corporate Brand“ von Bayer verantwortet. Zuletzt arbeitete Maertin als Managing Director für die internationale Kommunikationsberatung Edelman.ergo, wo er die Corporate- und Krisenkommunikation für Deutschland verantwortete.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Assion wechselt von der Deutschen Börse AG in den Vorstand der Leonteq AG →



Rüdiger Assion (49, Foto), Managing Director Group Communications, tritt zum 31. Dezember 2016 aus der Deutsche Börse AG aus. Er verlässt das Unternehmen nach

rund zehn Jahren auf eigenen Wunsch und in freundschaftlichem Einvernehmen mit dem Management, um sich einer neuen, weiterführenden Aufgabe im Vorstand der Leonteq AG, Zürich, zu widmen. Carsten Kengeter, CEO Deutsche Börse AG, sagte: „In der Zusammenarbeit habe ich seine Kompetenz, seine Erfahrung und vor allem sein Einschätzungsvermögen sehr geschätzt. Ich danke ihm und wünsche ihm alles Gute für seine Zukunft.“ Die Deutsche Börse hat bisher noch nicht bekannt geben, wer die Nachfolge von Assion als Kommunikationschef antritt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gorny verstärkt das Kommunikationsteam von Facebook →



Klaus Gorny (37, Foto) ist seit dem 7. November bei Facebook als Manager Corporate Communications in Hamburg tätig. Zusammen mit Stefan Stojanow, Hanna Reisch und

Dennis Hagelstein verantwortet er die Corporate Communications in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Gorny war zuletzt Head of Group Communications Hub Munich & South Germany bei der Lufthansa. Dort war er für die externe und interne Kommunikation am Standort München zuständig. In seiner neuen Position berichtet er an Tina Kulow, Director Corporate Communications Northern, Central, Eastern Europe und Benelux.



Personalien compact - Unternehmen (1) (46. KW-2016) →

1. **Krupp ist neuer Pressesprecher bei Currenta:** **Timo Krupp** (36) ist neuer Pressesprecher beim Chempark-Betreiber und -Manager Currenta. Er verantwortet dort unter anderem die Pressearbeit des Standorts Leverkusen. Krupp studierte Journalismus und PR und war bislang als Pressesprecher für die nach Anzahl der Schausteller größte Kirmes Deutschlands tätig. Zuvor war er als Kommunikationsberater im Auftrag für Ministerien und Behörden in ganz Deutschland eingesetzt. Bei Currenta berichtet er an **Jürgen Gemke**, Leiter Unternehmenskommunikation und Presse.

Personalien compact - Agenturen (5) (46. KW-2016) →

1. **Vier neue Köpfe bei ad publica in Hamburg:** Mit **Katharina Orth** (25), **Liza Baudisch** (22), **Daniela Kühn** (26) und **Julia Wischniewski** (26) gewann die Hamburger PR-Agentur ad publica

2016 vier neue Mitarbeiterinnen. Rückkehrerin **Orth** ist nach sechs Monaten bei einer anderen Hamburger Agentur zurück gekommen und verstärkt seit November als Account Manager das Food- und Beverage-Team. **Baudisch**, die Erfahrungen aus dem Journalismus sowie der Agentur- und Unternehmensarbeit mitbringt, ist als Account Administrator eingestellt. **Kühr** ist ebenfalls als Account Administrator Teil des Food- und Beverage-Teams, neben Social Media gehört auch Pressearbeit zu ihren Aufgaben. **Wischniewski** unterstützt als Account Executive das ad publica Team. Genau wie Kühr war sie zuvor für verschiedene Hamburger Agenturen tätig.

2. **Personalveränderungen bei S.KOM Consulting:** Die vor einem Jahr gegründete Stuttgarter Kommunikationsberatung S.KOM Consulting bekommt Verstärkung: **Gerhard Bläske**, langjähriger Wirtschaftsredakteur der „Süddeutschen Zeitung“, „WirtschaftsWoche“ und „Börsen-Zeitung“, ist ab sofort als neuer Partner für S.KOM tätig. Darüber hinaus hat die Kommunikationsberatung mit **Rudolf Rauschenberger**, langjähriger Leiter des ZDF-Landesstudios in Baden-Württemberg, einen TV-Experten für sich gewonnen. Gemeinsam mit ihm bietet S.KOM künftig Medientrainings für Unternehmen an. Der bisherige S.KOM-Partner **Hilmar Pfister** wird künftig nur noch projektbezogen für das Beratungsunternehmen tätig sein.
3. **Rieke Bönisch wird Senior Manager bei Burson-Marsteller:** Burson-Marsteller gewinnt **Rieke Bönisch** (51) als Senior Manager für die Beratungsfelder Technologie und Industrie. Am Standort Frankfurt am Main berät Bönisch nationale und internationale Kunden mit dem Schwerpunkt in der B-to-B Kommunikation. Zuletzt war Bönisch bei Public Relations Partners GmbH in Kronberg tätig, wo sie als Head of Department viele Jahre sowohl für große Kundenetats und den Ausbau des Neugeschäfts verantwortlich



war. Bönisch war zuvor als selbstständige Kommunikationsberaterin und als Corporate Communications Manager bei Sophos GmbH und weiteren Unternehmen tätig.

4. **Neue PR-Chefin für Beratungsunternehmen Weissman: Anna Souksengphet-Dachlauer** (35) leitet seit Oktober die Bereiche Marketing und PR beim Beratungsunternehmen Weissman mit Hauptsitz in Nürnberg. In der auf Familienunternehmen spezialisierten Beratung ist sie für die Koordination der PR-Aktivitäten verantwortlich. Außerdem wirkt sie mit an der Neuausrichtung der Markenstrategie. Souksengphet-Dachlauer berichtet an Geschäftsführer **Moritz Weissman**. Vor ihrem Wechsel war sie für MOST Mobile Specials im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig.
5. **Neueinstellungen auf der Managing Partner Ebene:** Die Münchner Corporate Identity-Beratung Martin et Karczinski stellt ihre Führung neu

auf. **Klaus Kallenbrunnen** übernahm zum 1. November den Bereich Digital Business und besetzt damit die Position des Director Digital Business. Zum gleichen Zeitpunkt übernahmen **Dirk Kartes** das operative Management und **Heinz Schwan** das Finanzmanagement bei der Branding Agentur. Martin et Karczinski ist seit 15 Jahren mit strategischer Beratung am Markt. Nach eigenen Angaben ist das Unternehmen Corporate Lead Agency für Lufthansa weltweit und arbeitet als strategischer Partner unter anderem für die Deutsche Börse Group, Gaggenau und Miles & More.



tätig. Er folgt auf Amr Huber, der SWI im Frühling 2016 verlassen hat. Seit 2013 war Burger bei SWI im Bereich K+M für die Messung und Analyse des Online-Traffics verantwortlich.

Personalien compact - Sonstige (3)
(46. KW-2016) →

- Zolke ist neuer Sprecher der Universität Düsseldorf: Achim Zolke** (43) leitet seit dem 7. November die Stabsstelle Presse und Kommunikation der Heinrich-Heine-Universität in Düsseldorf. Zuvor arbeitete er für das Design Zentrum Nordrhein-Westfalen in Essen, wo er zuletzt als Leiter der Kommunikationsabteilung tätig war. In seiner neuen Funktion berichtet Zolke an die Rektorin der Universität, **Anja Steinbeck**.
- Stadt Jena hat neuen Pressesprecher: André Kudernatsch** (46), zuletzt seit 2010 Redakteur beim MDR in der Kulturredaktion, ist seit dem 1. November neuer Pressesprecher der Stadt Jena. Vorgängerin **Barbara Glasser** hat die Stadt bis August 2016 als Sprecherin vertreten. Kudernatsch berichtet in seiner neuen Position an den Oberbürgermeister der Stadt Jena, **Albrecht Schröter**.
- Burger leitet Kommunikation und Marketing bei swissinfo.ch: Christian Burger** (40) wird ab Januar 2017 den Bereich Kommunikation und Marketing der Nachrichten- und Informationsplattform swissinfo.ch mit Sitz in Bern leiten. Zurzeit ist er dort als Researcher und Media Analyst

ETATS

PP:Agenda realisiert Integrationskampagne

„Löwen im Herz - Hessen integriert.“ →



Hessen ist seit Jahrzehnten Heimat für Menschen aus der Region und der Welt. Die Wertschätzung anderer Kulturen und Lebensentwürfe gehört fest zum hessischen Selbstverständnis. Unzählige Aktivitäten von Kommunen, Städten, Sozialpartnern, Initiativen und der Zivilgesellschaft zeugen inzwischen von der erfolgreichen Integrationspolitik des Landes. „Integration lebt immer von Menschen – Menschen mit Löwen im Herz“, sagte Staatssekretär für Integration Jo Dreiseitel (Foto I.) bei seiner Eröffnungsrede in Wiesbaden zum Start der neuen hessischen Integrationskampagne. Das betraf Menschen, die nach Hessen migrierten und hier eine neue Heimat fanden genauso, wie Menschen ohne Migrationshintergrund, die sich in Hessen für Vielfalt, Toleranz und gesellschaftlichen Zusammenhalt engagieren.

Auf dem Foto (© Marc Holstein) v.l.n.r.: Staatssekretär Jo Dreiseitel, Ana-Violeta Sacaliuc und Dragoslav Stepanovic.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Kampagne von n-tv und Havas: „Let’s talk about sex – Das Jahrhundert der Aufklärung“ →



„Let’s talk about sex – Das Jahrhundert der Aufklärung“ heißt die neue Doku-Reihe des Nachrichtensenders n-tv, für die Havas eine Kampagne konzipiert hat. In sechs Episoden zeigt die Dokumentation, wie sich in Deutschland die sexuelle Aufklärung sowie die Hal-

tung zum Thema Sex unter den verschiedensten Blickwinkeln im vergangenen Jahrhundert bis heute entwickelt hat. „Die Herausforderung war, dass die Kampagne Sex zum Inhalt haben sollte, ohne dabei anstößig oder billig zu werden“, so Andreas Henke, CCO Havas Düsseldorf. Cornelia Dienstbach, Leitung Marketing n-tv & Verticals/Diversifikation, ergänzt außerdem: „Die Schubkraft des Themas haben wir gern genutzt – aber eben so, dass die Kampagne dem inhaltlichen Anspruch der Marke n-tv gerecht und dabei mit einer Prise Humor inszeniert wird.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (10) (46. KW-2016) →

1. **IT-Sicherheitsanbieter Brabblers AG wählt PR-COM**
wer: Start-up-Unternehmen Brabblers AG, München
was: Strategische Unternehmenskommunikation

Noch ein paar Millionen mehr dank vorbildlicher Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit steigert den Umsatz: Im Durchschnitt erzielen Unternehmen in Deutschland 4,6 Prozent ihres Umsatzes durch Nachhaltigkeit. Aufschlussreich ist, was Konsumenten im Hinblick auf Ökologie, Soziales und Ökonomie als nachhaltig wahrnehmen, bzw. welche Aspekte der Nachhaltigkeit in ihrem Bewusstsein besonders stark „verankert sind“.

Lesen Sie hier, womit Sie in Ihrer Kommunikation punkten können.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

und Umsetzung der PR-Aktivitäten
an: **PR-COM GmbH**, München

2. **Territory gewinnt Etat der neuen cosnova-Marke „L.O.V“**
wer: Beauty-Marke cosnova Beauty GmbH, Sulzbach (Taunus)
was: Inhaltsorientierte Kommunikation für die neue cosnova-Marke „L.O.V“
an: **Territory GmbH**, Gütersloh
3. **Hamburger PR-Agentur ad publica stößt auf Gin Mare an**
wer: Importhandelshaus für Spirituosen Reide-meister & Ulrichs GmbH, Bremen
was: PR-Etat für Gin Mare samt Social Media, Pressearbeit und Events
an: **ad publica Public Relations GmbH**, Hamburg
4. **BMW vergibt globalen BMW Digital-Etat an Interone**
wer: BMW Group, München

was: Entwicklung des internationalen Webauftritts

an: **Interone**, München

5. **proALPHA vergibt Kommunikationsetat an Fink & Fuchs**

wer: Lösungsanbieter für Enterprise-Resource-Planning (ERP), proALPHA Gruppe, Weilerbach

was: Unternehmens- sowie der Produkt- und Marken-Kommunikation in der Region DACH

an: **Fink & Fuchs AG**, Wiesbaden

6. **Steuerzahler starten Kampagne mit roten Zahlen**

wer: Bund der Steuerzahler e.V. (BdSt), Berlin

was: Online-Fundraisingkampagne zum **Umzug der Schuldenuhr**

an: **Adverb – Agentur für Verbandskommunikation**, Berlin

7. **Finnest setzt bei der Kommunikation auf newskontor**

wer: Finanzierungsplattform Finnest, Wien

was: PR und Kommunikation

an: **newskontor GmbH**, Düsseldorf

8. **OnTop PR gewinnt zwei Etats**

a) homepage4you, Oldenburg

b) Coaching-Anbieter Elterngarten, Baierbrunn

was: Presse- und Medienarbeit

an: **OnTop PR**, Lüneburg

9. **HBI Helga Bailey unterstützt Netzwerkspezialisten Brocade**

wer: Brocade Communications GmbH, Garching

was: Medienarbeit, Social Media

an: **HBI Helga Bailey GmbH – International PR & MarCom**, München



AGENTUREN

Kommunikationsagentur Havas zieht Herbstbilanz →



Die inhabergeführte Networkagentur Havas ist in Bewegung. Die Agenturgruppe mit Hauptsitz in Düsseldorf fokussiert weiter auf den Ausbau zur Creative Communication Group in Deutschland und ad-

diert nach diversen Pitch-Erfolgen namhafte Unternehmen zur Kundenliste. Thomas Funk (Foto) – seit Mai 2016 verantwortlicher Managing Director Europe für die Märkte Zentral- und Osteuropa – ist mit der Geschäftsentwicklung der deutschen Havas Agenturen in den letzten sechs Monaten zufrieden: „Alle Agenturen entwickeln gerade ein neues Momentum und wir machen gute Fortschritte bei der Implementierung der weltweiten Havas Philosophie ‚Together‘. Insgesamt konnten alle vier Agenturen an den drei Standorten Hamburg, Düsseldorf und München signifikantes Neugeschäft verbuchen,“ so Funk.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gehälter in Werbeagenturen sind laut GWA besser als bislang bekannt →

	Mittelwert Bereich in EUR
Beratung	53.733
Strategie	67.015
Art	50.429
Text	52.469
Produktion	46.663
Prog./OnlineProd.	53.341
Konzeption	56.224
Admin./Services	47.836

Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA) wehrt sich. Mit einer aktuellen Erhebung zeigt er auf, dass die Gehälter in Deutschlands führenden Agenturen nicht dem allgemeinen Vorurteil entsprechen, Agenturen würden

ihre Mitarbeiter unterdurchschnittlich bezahlen. So liegen die Durchschnittsgehälter in den Bereichen Kreation und Beratung deutlich über 50.000 Euro pro Jahr. Am besten verdienen Strategen. Auf Basis der seit 2012 vom GWA erhobenen Daten (siehe nebenstehende GWA-Grafik), die bislang nur teilnehmenden Mitgliedsagenturen zur Verfügung gestellt wurden, ergibt sich folgendes Bild: In Agenturen verdienen zum Beispiel Strategen jährlich 67.015 Euro brutto, Konzeptioner 56.224 Euro und Berater 53.733 Euro. Die Gehälter schwanken mit den Karrierestufen: während der Einstieg als Junior mit durchschnittlich 32.182 Euro vergütet wird, verdienen Werber in der leitenden Position durchschnittlich fast 90.000 Euro. Zudem sind die Gehälter im Vergleich zu den Daten von 2012 über alle Bereiche und Karrierestufen hinweg um durchschnittlich acht Prozent angestiegen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (3) (46. KW-2016) →

1. **C3 und MXM gründen gemeinsames Netzwerk:** Zwei der weltweit führenden Content Marketing Agenturen, der europäische Marktführer **C3 Creative Code and Content (C3)** und der U.S.-Marktführer **Meredith Xcelerated Marketing (MXM)**, gründen gemeinsam das **Global**



Content Marketing Network MXM//C3. C3 setzt damit seine Internationalisierung fort. Gemeinsam bündeln beide Partner 240 Millionen Dollar Umsatz, 1.200 Mitarbeiter und 18 Büros in neun Ländern. Das neue Network wird von einem gemeinsamen Board geführt, dem seitens C3 **Lukas Kircher** (Founder und Geschäftsführer) und **Gregor Vogelsang** (Geschäftsführer), sowie seitens MXM **Georgine Anton** (President) und **Dan Rubin** (Executive Director Strategy) angehören.

2. **textschwester zieht um:** Die Düsseldorfer Agentur textschwester verlegt Anfang 2017 ihren Sitz. Weit in die Ferne trieb es die PR + Presseagentur für strategische Lifestyle-Kommunikation dabei nicht. Sie residiert weiterhin im Düsseldorfer Stadtteil Pempelfort, rund 700 Meter von dem alten Standort entfernt. Die neue Adresse: Prinz-Georg-Straße 7, 40477 Düsseldorf
3. **Employee Activate - Lewis stellt Markenbotschafter-Service vor:** Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen – das bietet ein neuer Service von Lewis, München. Employee Activate soll es

ihnen ermöglichen, sich aktiv an Branchendiskussionen zu beteiligen und sich in ihren persönlichen sozialen Kanälen zu engagieren. Das Programm erleichtert es den Mitarbeitern, Geschichten über das Unternehmen zu erzählen, für das sie arbeiten. Der Service bietet die Entwicklung von Richtlinien und Prozessen und das Management von Content Marketing-Strategien. Zusätzlich hilft er dabei, Stories in den unterschiedlichen Medien und Kanälen zu verbreiten, KPIs zu definieren und passende Plattformen auszuwählen.

[Weitere Infos.](#)

UNTERNEHMEN

Unternehmen compact (1) (46. KW-2016) →

1. **Lufthansa-Pressestelle twittert für Journalisten:** Die Unternehmenskommunikation der Lufthansa Group twittert. [@lufthansaNews](#) bietet Twitter-Nutzern Nachrichten aus der Lufthansa Group, aktuelle Statements des Managements, Hintergründe zu laufenden Diskussionen sowie Fakten, Videos und Fotos aus der Welt des Aviation-Konzerns. Der Twitterkanal ist die schnellste Informationsquelle für Neuigkeiten der Lufthansa Group. Die Pressestelle kommuniziert dabei auf Deutsch und Englisch. Der Twitter-Kanal [@lufthansaNews](#) hat bereits über 7.000 Follower. Als Ergänzung zu den bereits bestehenden Lufthansa-Twitter-Kanälen richtet er sich in erster Linie an Journalisten und Blogger.

ORGANISATIONEN

Zoff im VDZ um die Wahl des Präsidenten →

Unmittelbar nach seiner Wahl zum Präsidenten des Verbandes deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ)



klang Stephan Holthoff-Pförtner noch ganz optimistisch. Im Interview mit [„turi2.de“](#) zeigte er sich überzeugt davon, die Unstimmigkeiten mit einigen großen Verlagen in den Griff zu bekommen. Doch nun scheint der Streit zwischen dem Verband und einigen großen Mitgliedsverlagen zu eskalieren. Wie heute bekannt wurde, wollen die Verlagshäuser Gruner + Jahr, Zeit, der Spiegel und Medweth aus dem Fachverband Publikumszeitschriften des VDZ austreten. Hintergrund der Fehde ist, dass die großen Verlage nicht damit einverstanden waren, wie Holthoff-Pförtner zum Nachfolger Hubert Burdas gemacht wurde. In einem Brief an das VDZ-Präsidium ist die Rede von „Hinterzimmerbünden“. Weitere Informationen bei [„meedia.de“](#), [„turi2.de“](#) und [„horizont.net“](#).

MEDIEN

Medien compact (1) (46. KW-2016) →

1. **„F.A.S.“ als „European Newspaper of the Year“ ausgezeichnet:** Am 15. November gab die Jury des 18. European Newspaper Awards bekannt, dass die „Frankfurter Allgemeine Sonntagzeitung“ (F.A.S.) mit der Auszeichnung „European Newspaper of the Year“ in der Kategorie „Wochenzeitung“ prämiert wird. Damit erhält die F.A.S. diesen Hauptpreis für Zeitungsdesign nach 2002 zum zweiten Mal. In den letzten Jahren wurde sie zudem mit 25 Awards of

Excellence in unterschiedlichen Kategorien ausgezeichnet. Auszüge aus der Begründung der 15-köpfigen europäischen Jury: „Die F.A.S. hat ein sehr klares Layout. Die Leserführung ist übersichtlich und schnörkellos. Seiten werden oft sehr ruhig layoutet.“

SOCIAL MEDIA

Influencer Marketing - gemeinsames Interesse als Schlüssel zum Erfolg →



In Berlin ging am 14. November die #Inreach Konferenz für Influencer Marketing in die zweite Runde. Über 400 Teilnehmer kamen im Kino International zu-

sammen, darunter gut 100 Influencer. Das "PR-Journal" war Medienpartner der Konferenz. #Inreach zeigte, dass Influencer Marketing in 2017 bei vielen Marken fester Bestandteil im Marketing Mix sein wird. Ein Fokus der Konferenz lag auf der langfristigen Zusammenarbeit von Marken und Influencern. Hier zeigten Vorträge von Adidas, Mercedes-Benz oder Olympus jeweils eigene Ansätze auf, wie Influencer Marketing im Unternehmen etabliert werden kann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

AUTOREN-BEITRÄGE

Neugeschäft: Kaltakquise im B-to-B-Sektor ist für Agenturen ziemlich aussichtslos →

Von Heiko Burrack, Freiburg

Eine hochgradige Spezialisierung, profunde Fach- und Marktkenntnisse sowie weitreichendes Produkt-Know-how sind speziell im B-to-B-Sektor unabdingbare Voraussetzungen für Unternehmenskommunikatoren. Immer wieder bekommen das auch Agenturen zu spüren, die in diesen Markt hinein wollen. Denn



ihre Akquisebemühungen laufen hier nicht selten ins Leere. Daher hat mich für diesen Teil der Serie über Neugeschäftsanstrengungen von Agenturen besonders interessiert, wie Unternehmenssprecher mit entsprechenden Anfragen umgehen beziehungsweise was sie von Agenturen erwarten.



Mein Gesprächspartner für diese Ausgabe war Klaus Treichel (Foto), Leiter der Kommunikation beim Industrieunternehmen ABB in Mannheim. Seine für Agenturen ernüchternde Auskunft: „Wir engagieren Agenturen nur in ausgewählten Bereichen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

REZENSIONEN

Rede ist Führung →

Von Vazrik Bazil, Berlin

Stephan Wachtel, einer der renommiertesten Coaches für Führungskräfte, hat bei Hanser sein 10. Buch veröffentlicht: „Executive Modus. 12 Taktiken für mehr Führungswirkung“. Auf knapp 200 Seiten

verdichtet er Erfahrungen aus 20 Jahren Arbeit mit Spitzenmanagern der deutschen Wirtschaft – in flottem Stil und beherzter Atemführung. Dieses Buch,



geschrieben aus der Praxis für die Praxis, verbindet einprägsam Rhetorik, Persönlichkeits-PR und Führungsstil. Damit schält Wachtel den Kern gelungener Rhetorik heraus, welche die Tradition „Psychagoge“ nennt, „Seelenführung“.

Rede ist Führung. Und der Redner führt, wenn er nicht als „Experte“

auftritt, sondern als „Executive“. Was beide voneinander unterscheidet und welche Kunstgriffe den „Executive-Modus“ ausmachen, ist das Thema des Buches.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Sigmar Gabriel – Menschenfänger und kompromissloser Machtpolitiker →



Von Volker Thoms, Berlin

Natürlich musste es Altkanzler Gerhard Schröder sein, der das Buch „Sigmar Gabriel. Patron und Provokateur“ in Berlin vorstellte. Schröder gilt als Entdecker und Förderer Sigmar Gabriels während ihrer gemeinsamen Zeit in Niedersachsen. In den kommenden Wochen steht die Entscheidung an, ob SPD-Chef Gabriel auch Kanzlerkandidat der Partei werden wird, was nach der Durchsetzung von Frank-Walter Steinmeier als Bundespräsidentenkandidat eher wahrscheinlicher als unwahrscheinlicher geworden ist. Der Frage, ob Gabriel selbst die Kanzlerrolle ausfüllen könne und für diese geeignet sei, gehen mit Christoph Hickmann von der „Süddeutschen Zeitung“ und Daniel Friedrich Sturm von „Die Welt“ zwei der profiliertesten Hauptstadt-Korrespondenten und SPD-Kenner in ihrem 320 Seiten starken Buch nach.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



TERMINE

BdP-Mediendisput in Berlin über Unternehmenskommunikation: „Agenturen sind kein Allheilmittel“ →

Wenn man in der selbsternannten Start-up-Hauptstadt Berlin Kommunikationsverantwortliche von jungen Unternehmen erreichen will, braucht man für seine Veranstaltung zumindest einen griffigen Titel. „Kommunizierst Du noch oder gründest Du schon?“ nannte der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) seinen Mediendisput in der Telefonica Hauptstadtrepräsentanz Unter den Linden. Laut Einladung sollte unter anderem diskutiert werden, ob die Ausgründung der unternehmenseigenen Kommunikationsabteilung ein Zukunftsmodell sei. Die Wahl des Themas war unter anderem daran angelehnt, dass aus der Start-up-Holding Rocket Internet die Agentur RCKT hervorging, die mit ihrem Gründer Nils Seger



in der Diskussionsrunde vertreten war.

Foto (©

Quadrige Media / Julia Nimke): Die Diskussionsrunde beim BdP-Mediendisput v.l.n.r. mit Boris Radke, Susanne Krehl, Kristin Breuer, Nils Seger und Moderator Marco Vollmar, Executive Director Kommunikation beim WWF Deutschland.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

news aktuell startet mit „Tell your Story“ neue Veranstaltungsreihe →



Journalismus, Medienkonsum und PR sind derzeit massiven Veränderungen ausgesetzt. Was bedeuten die Entwicklungen für die

Presse- und PR-Arbeit? Was kann und muss Pressearbeit heute leisten? Mit diesen Fragen beschäftigt sich news aktuell, Hamburg, in der neuen Veranstaltungsreihe „Tell your Story! Praxistipps für Ihren PR-Erfolg“. Die dpa-Tochter ist im November mit dem neuen Format zu Gast in Köln, München und Stuttgart. Reale Beispiele aus dem Arbeitsalltag von Pressestellen und PR-Agenturen stehen im Mittelpunkt der etwa einstündigen kostenfreien Veranstaltung von news aktuell. Was funktioniert bei Pressearbeit und Influencer Relations am besten? Wo liegen die Probleme? Woran scheitern Unternehmen bei ihrer PR?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (1) (46. KW-2016) →

- Macromedia München diskutiert über Hate Speech:** Hass und Hetze im Internet. Was passiert da? Wer spricht und wer klatscht Beifall in Online-Kommentaren, Internet-Foren und sozialen Medien? Der Alumni- und Förderverein Macromedia-Community e.V. und die Grimme-Akademie laden zu einer Veranstaltung am **6. Dezember um 18:00 Uhr** ein. Sie findet in der Hochschule Macromedia München im Auditorium (6. Stock), Sandstraße 9, statt. Moderatorin Aycha Riffi, Grimme-Akademie, diskutiert mit Jochen Voß, ZDF heute-show online, Daniel Wüllner, „Süddeutsche Zeitung“ Social Media, Richard Gutjahr, Netzjournalist und Blogger, und Frauke Gerlach, Grimme-Institut. Die **Veranstaltung** ist frei zugänglich und kostet keinen Eintritt.

STUDIEN

Ernüchternde Analyse von 120.000 Stellenanzeigen: austauschbar, unprofessionell, lustlos getextet →



Deutschen Unternehmen gelingt es nicht, sich in Stellenanzeigen als Arbeitgeber zu differenzieren. Stattdessen setzen sie in dem nach wie vor wichtigsten Instrument der Mitarbeitersuche auf Füll-

wörter, vorgestanzte Wortbausteine (siehe Grafik) und ungelenke Substantivierungen. Zu diesem Fazit kommt die Studie „Club der Gleichen – Edition Stellenanzeigen“. Sie wurde von den Unternehmensberatern Manfred Böcker und Sascha Theisen durchgeführt. Beide haben sich als PR-Berater seit vielen Jahren ausschließlich auf Arbeitswelt- und Personalmanagementthemen spezialisiert und stehen hinter der Initiative Employer Telling. Unterstützt wurden sie bei der Erstellung von Textkernel, einem Spezialisten für semantisches Recruiting. 120.000 Online-Stellenanzeigen wurde für die Studie analysiert. Sie ist damit die bisher größte Untersuchung dieser Art im deutschsprachigen Raum. Für die quantitative Analyse wurde das von Textkernel entwickelte Big Data-Tool Jobfeed genutzt.

[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 (55)

Stellenangebote der Agenturen

- Account Manager/Projektleiter (m/w) mit B2B-Kommunikation für unser Team „Engineering & Manufacturing“, Tübingen
- Account Director/Teamleitung PR (mw) Schwerpunkt Beauty & Lifestyle, Hamburg
- Account Director/Teamleitung (m/w) Schwerpunkt F&B & Lifestyle, Hamburg
- PR-Redakteur Lifestyle/Food mit Beratungskompetenz (m/w), Düsseldorf
- Junior-Redakteur (m/w), Hamburg
- Junior-PR-Berater/in, Köln
- PR-Berater (m/w), Köln
- 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

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

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- Projektleiter/in Dialog & Veranstaltungen, Berlin

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 21. November 2016 um 17:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.518 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 24,9 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.931 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.