

PR-Journal Newsletter

Nr. 475 / 24. KW 2015

Seite 1

Positive Resonanz auf DPRG-Zukunftsforum 2015: Künftig soll inhaltliche Arbeit verstärkt werden



Noch ein Zukunftskongress? Noch eine Veranstaltung „zum Netzwerken“? So oder ähnlich mag mancher gedacht haben, als er im Vorfeld vom „DPRG Zukunftsforum 2015“ hörte. Doch wer wie die rund 120 Teilnehmer am 12. Juni an der Westfälischen Hochschule in Gelsenkirchen dabei war, der konnte sich davon überzeugen, dass dem Berufsverband der PR-Schaffenden ernsthaft daran gelegen war, inhaltliche Akzente zu setzen. Einen ganzen Tag lang beschäftigte sich die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) mit dem aktuellen Selbstverständnis der professionellen Kommunikation und förderte dabei auch das Leistungsangebot der eigenen Arbeitskreise zutage. Die DPRG gab Einblicke in die eigene inhaltliche Arbeit – beispielsweise zu den Themen Krise oder auch Kommunikationssteuerung in der digitalen Gesellschaft. DPRG-Präsident Norbert Minwegen und seinem Team ist es damit gelungen, dass sein Verband sich nach langer Zeit wieder einmal öffentlich mit fachlichen, berufsständischen Fragen zu Wort meldete, und nicht mit Strukturdiskussionen um sich selbst kreiste. Zudem war die Veranstaltung von Seiten der DPRG-Geschäftsstelle und der Westfälischen Hochschule Gelsenkirchen bestens organisiert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ResponseSource
Antworten für Journalisten

Kommunikationsverantwortliche erreichen mit **ResponseSource** mehr Medienpräsenz, bauen ihre Medienkontakte aus und positionieren sich als Experten.

Testen Sie uns kostenlos!

FIFA-Sprecher De Gregorio tritt zurück



Eigentlich ist es keine Überraschung mehr: Wenige Tage nach FIFA-Chef Sepp Blatter trat am 11. Juni auch dessen Sprecher Walter De Gregorio zurück. Wie die FIFA auf ihrer Website mitteilte, gibt De Gregorio sein Amt als Direktor Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit mit sofortiger Wirkung ab. Als Berater stellte er sich der FIFA aber noch bis zum Jahresende 2015 zur Verfügung. De Gregorio war seit dem 14. September 2011 der Sprecher der FIFA. Nun übernimmt De Gregorios Stellvertreter Nicolas Maingot bis auf Weiteres dessen Aufgaben. Der (noch) amtierende FIFA-Generalsekretär Jérôme Valcke sagte: „Walter hat die letzten vier Jahre unglaublich hart gearbeitet, und wir sind ihm dafür sehr dankbar. Ich bin froh, dass wir bis Ende des Jahres auf seine Expertise zurückgreifen können.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Inhaltsverzeichnis

Der 475. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 46 Einzelmeldungen.

1. *Positive Resonanz auf DPRG-Zukunftsforum 2015: Künftig soll inhaltliche Arbeit verstärkt werden*
2. *FIFA-Sprecher De Gregorio tritt zurück*
3. *Glassdoor kürt beliebteste Manager Deutschlands auf Basis von Mitarbeiterbeurteilungen*
4. *62. Cannes Lions Festival of Creativity: Neuer Rekord bei den Einreichungen*
5. *McDonald's verpflichtet Ex-Obama-Sprecher Gibbs als globalen Kommunikationschef*
6. *Hansen löst Kopfer als Kommunikationschefin bei BP in Deutschland ab*
7. *FairPlane bestellt Jurist Ronald Schmid zum Unternehmenssprecher*
8. *Personalien compact - Unternehmen (9) (24. KW-2015)*
9. *Personalien compact - Sonstige (3) (24. KW-2015)*
10. *Personalien compact - Agenturen (6) (24. KW-2015)*
11. *Etats compact (19) (24. KW-2015)*
12. *PR-Agenturchefs über eine "kollegiale Arbeitsatmosphäre"*
13. *Edelman zieht sich aus der Schweiz zurück*
14. *Unternehmen compact (1) (24. KW-2015)*
15. *Medien compact (1) (24. KW-2015)*
16. *Reputationsmanagement: Das zweischneidige Schwert des Sponsorings am Beispiel der FIFA*
17. *Sustainability Image Score 2015: Nachhaltigkeit bleibt wichtiges Thema*
18. *Agenturen und die Jagd nach Mitarbeitern: Leben Totgesagte doch länger?*
19. *Die "besondere" Generation Y: Was Agenturen tun können*
20. *Unser großes Sommermenü III: Fischgang - Scharfe Gambas mit Melone, Kirschtomaten und Ananas*
21. *Spannungen vorprogrammiert: GPRA-Vorstand über Verhältnis von PR-Agenturen zu Auftraggebern*
22. *Seminare compact (1) (24. KW-2015)*
23. *Institut für Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim ehrt Absolventen*
24. *Serviceplan Gruppe und Steinbeis School of Management starten Creative Campus Munich*
25. *Bildung compact (3) (24. KW-2015)*
26. *Kaum sichtbar im Social Web: Studie zeigt Nachholbedarf von Finanzdienstleistern*
27. *Gehaltsstudie und die Folgen: Über Agenturen und die Probleme, als Arbeitgeber attraktiv zu sein*
28. *PR-Bild-Award: Einreichungsphase endet am 19. Juni*



29. *Internationale Awards für Medienmonitoring und -analyse: Kantar Media dreifach ausgezeichnet*
30. *Preise und Awards compact (1) (24. KW-2015)*
31. *Tipps compact (2) (24. KW-2015)*
32. *Jobbörse*
33. *Impressum*

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

Glassdoor kürt beliebteste Manager Deutschlands auf Basis von Mitarbeiterbeurteilungen



Glassdoor hat die beliebtesten Manager deutscher Unternehmen gekürt – und zwar mit Hilfe der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Auf der Karriere-Community haben Angestellte von Unternehmen weltweit die Möglichkeit, ihre CEOs zu bewerten. Jetzt hat **Glassdoor die Gewinner des jährlichen Awards** für Mitarbeiterzufriedenheit erstmals auch für Deutschland ermittelt und bekanntgegeben. Auf Platz eins findet sich Volkmar Denner, Bosch, vor Norbert Reithofer, BMW, und Dieter Zetsche, Daimler, auf Platz drei. Gemessen wurde die Befürwortungsrate in der eigenen Belegschaft. Auf den Plätzen vier bis zehn folgen Pierre Nanterme, Accenture, Kai Wawrzinek, Goodgame Studios, Elmar

Degenhart, Continental, Michael Diekmann, Allianz, Bill McDermott, SAP, Herbert Hainer, Adidas Group, und Meg Whitman, Hewlett-Packard. Übrigens wird BMWs Ex-CEO Reithofer noch in dieser Liste geführt, weil die Liste auf Bewertungen beruht, die bis zum 21. April abgegeben worden sind. Die Übergabe an seinen Nachfolger als CEO von BMW, Harald Krüger, erfolgte nach diesem Stichtag.

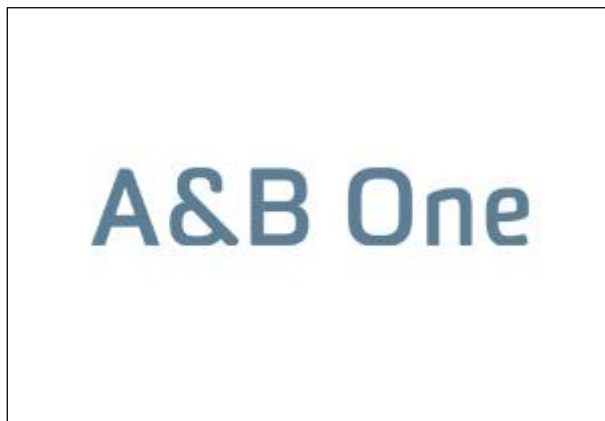
Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

62. Cannes Lions Festival of Creativity: Neuer Rekord bei den Einreichungen



Das 62. Cannes Lions International Festival of Creativity, das vom 21. bis zum 27. Juni stattfindet, freut sich in diesem Jahr über 40.133 Einreichungen, die sich auf 21 Kategorien verteilen. Das ist ein neuer Rekord. Die Zahl der Bewerbungen um die PR Lions hat sich dabei von rund 1.800 im Vorjahr auf 1.969 erhöht. Man darf gespannt sein, wie deutsche Teilnehmer in diesem Jahr abschneiden. Über alle Kategorien hinweg stammen die meisten Einreichungen aus Japan, Großbritannien, den USA und Deutschland. Die 366 Juroren – darunter 14 aus Deutschland – stehen nur vor der fast unlösbaren Aufgabe, die eingereichten Arbeiten zu beurteilen und die preiswürdigen herauszufinden. Philip Thomas, CEO des Kreativitätsfestivals kommentierte: „Die hohe Zahl der Bewerbungen zeigt, dass die Branche an die Kraft der Kreativität als Treiber für Geschäft und Marken glaubt.“ Weitere Informationen direkt auf der [Website zum Kreativitätsfestival in Cannes](#).

ren Sprecher von Barack Obama als globalen Kommunikationschef. Gibbs soll dabei mithelfen, den Fastfood-Riesen im 60. Jahr seines Bestehens einem Imagewandel zu unterziehen, der darauf zielt, gesündere Kost anzubieten. Das ist der Wunsch von Konzernchef Steve Easterbrook, der Gibbs als Global Chief Communications Officer und Vorstandsmitglied unter Vertrag genommen hat. Gibbs war von Januar 2009 bis Februar 2011 als Pressesprecher von US-Präsident Barack Obama tätig. Anschließend war er noch als Berater für das Weiße Haus tätig. Zuletzt arbeitete Gibbs für seine Agentur The Incite Agency, die er im Jahr 2011 mitgeründet hatte. Gibbs wird Nachfolger von Bridget Coffing, die nach 30 Jahren bei McDonald's in den Ruhestand geht. Neben der Personalie Gibbs hat McDonald's auch den Neuzugang von Silvia Lagnado als weltweite Marketingchefin bekannt gegeben. Lagnado wechselt von Unilever zum Fastfood-Konzern mit Hauptsitz in Oak Brook im US-Bundesstaat Illinois.



ren Sprecher von Barack Obama als globalen Kommunikationschef. Gibbs soll dabei mithelfen, den Fastfood-Riesen im 60. Jahr seines Bestehens einem Imagewandel zu unterziehen, der darauf zielt, gesündere Kost anzubieten. Das ist der Wunsch von Konzernchef Steve Easterbrook, der Gibbs als Global Chief Communications Officer und Vorstandsmitglied unter Vertrag genommen hat. Gibbs war von Januar 2009 bis Februar 2011 als Pressesprecher von US-Präsident Barack Obama tätig. Anschließend war er noch als Berater für das Weiße Haus tätig. Zuletzt arbeitete Gibbs für seine Agentur



The Incite Agency, die er im Jahr 2011 mitgeründet hatte. Gibbs wird Nachfolger von Bridget Coffing, die nach 30 Jahren bei McDonald's in den

Ruhestand geht. Neben der Personalie Gibbs hat McDonald's auch den Neuzugang von Silvia Lagnado als weltweite Marketingchefin bekannt gegeben. Lagnado wechselt von Unilever zum Fastfood-Konzern mit Hauptsitz in Oak Brook im US-Bundesstaat Illinois.

Personalien

McDonald's verpflichtet Ex-Obama-Sprecher Gibbs als PR-Chef

Vom Weißen Haus in die Hamburger-Küche: McDonald's verpflichtet mit Robert Gibbs (44) den frühe-

Hansen löst Kopfer als Kommunikationschefin bei BP ab



Stefanie Hansen (46, l.) wird als Nachfolgerin von Britta Kopfer (55,r.)

ab dem 1. Juli 2015 neue Leiterin der Presse & Externen Kommunikation der BP Europa SE in Deutschland. Vorgängerin Kopfer scheidet nach fast 30 Berufsjahren bei Veba Oel, Aral und BP aus dem Konzern aus. Hansen gehört dem Konzern bereits seit 16 Jahren an. 1999 stieg sie als Pressesprecherin bei der Tankstellengesellschaft Aral ein und hat seitdem unterschiedlichste Aufgaben im Kommunikationsbereich des zur BP Gruppe gehörenden Unternehmens verantwortet. Vor ihrem Eintritt bei Aral war Hansen nach ihrem Studium der Germanistik, Psychologie und BWL in verschiedenen Unternehmen im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig. In ihrer neuen Aufgabe wird sie durch die Pressesprecher Peter Alexewicz und Detlef Brandenburg unterstützt. Die Interne Kommunikation wird entlang der Geschäftsstrukturen europäisch gebündelt.

FairPlane bestellt Jurist Ronald Schmid zum Unternehmenssprecher



Der Rechtsanwalt und Wissenschaftler Ronald Schmid (Foto) wurde zum Unternehmenssprecher des in Wien ansässigen Verbraucherschutzportals FairPlane bestellt. Das Unternehmen FairPlane unterstützt Flugpassagiere auf der gleichnamigen Plattform dabei, Ausgleichsansprüche gegenüber Fluglinien einzufordern und durchzusetzen. Da trifft es sich gut, dass sich Ronald Schmid als Professor seit über 30 Jahren intensiv mit dem internationalen und europäischen Luftrecht befasst. Er gilt als ein profiliertes Jurist im Bereich Luftverkehrsrecht und als Mitgestalter von Fluggastrechten. Schmid übernimmt die neu geschaffene Position als Unternehmenssprecher sofort und unterstützt so den Gründer und Geschäftsführer von FairPlane, Andreas Sernetz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

KOMM-PASSION

Personalien compact - Unternehmen (9) (24. KW-2015)

1. **Kertesz wird Manager Communications & PR bei Caterpillar: Aljoscha Kertesz** (39) arbeitet jetzt als Manager Communications & PR beim Maschinen- und Anlagenbauer Caterpillar Energy Solutions in Mannheim. In der neu geschaffenen Funktion verantwortet er neben der internen Kommunikation auch das Regionalmarketing. Er berichtet an Marketingleiter **Thoralf Lemke**. Kertesz ist bereits seit 2012 bei Caterpillar und begann dort als Manager Internal Communications. Zuvor war er im Bereich Public Affairs bei Dachser beschäftigt.
2. **Wichtige Veränderung bei Twitter: Dick Costolo** (51), CEO von Twitter, tritt zum Ende Juni von dieser Funktion zurück. Costolo bleibt aber Mitglied des Verwaltungsrates. Zum 1. Juli übernimmt Jack Dorsey seinen Job, bis der Posten neu besetzt ist. Noch vor zwei Wochen hatte Costolo auf der "Code Conference" in Rancho Palos Verdes gesagt, dass er sich "überhaupt keine Sorgen" mache. Costolo war seit 2010 CEO von Twitter. Im Mai 2015 zählte das Unternehmen über 500 Millionen User, davon sind 302 Millionen aktiv. Twitter hatte im ersten Quartal 2015 einen Verlust von 162,4 Millionen Dollar zu verzeichnen.
3. **Weleda verstärkt Kommunikationsteam: Claudia Schiller** übernimmt die PR für den Bereich "Arzneimittel und Mutter & Kind" der Herstellerin von Naturkosmetik und Arzneimitteln in Arlesheim/Schweiz. **Susi Teichmann** wird die PR für den Bereich "Naturkosmetik" betreuen. Claudia

Schiller war vorher für einen Pharma-Medizintechnik-Konzern tätig, Susi Teichmann bei einem Dermokosmetik-Unternehmen.

4. **Vodafone setzt Public Affairs in Berlin neu auf: Christian Rapp** (37) ist bei Vodafone neuer Leiter Public Affairs in Berlin. Zuletzt war er für das Telekommunikationsunternehmen Leiter Kommunikation des Vodafone Instituts sowie Pressesprecher in der Unternehmenskommunikation. Die Position im Bereich Public Affairs wurde neu geschaffen. Rapps soll die politische Kommunikation auf Bundes- und Landesebene neu ausrichten. Er berichtet an **Mark Speich**, der die Aktivitäten von Vodafone, Vodafone Institut und Vodafone Stiftung in der Hauptstadt koordiniert. Vor seinem Wechsel zu Vodafone war er bis zum Jahr 2010 Leiter Kommunikation und Social Media für die Lindauer Nobelpreisträgerungen.
5. **Rötzer neue Leiterin Corporate Media Relations bei Vodafone: Sarah Rötzer** (33) leitet seit dem 1. Juni den Bereich Corporate Media Relations bei Vodafone in Düsseldorf. In der neu geschaffenen Position berichtet sie an **Alexander Leinhos**. Vor ihrem Wechsel zu Vodafone war sie über acht Jahre Beraterin bei der strategischen Kommunikationsberatung CNC – Communications & Network Consulting.
6. **Witt weitet bei Breuninger Aufgabenbereich aus: Christian Witt** (41), Director Corporate Communications bei der Breuninger Gruppe in Stuttgart, hat zum 1. Juni zusätzlich die Verantwortung für die Bereiche Marketingkooperation und Sponsoring übernommen. Diese Aufgaben fielen bisher ins Marketing-Ressort. Witt, der seit 2011 bei der Breuninger-Gruppe ist, berichtet auch künftig an den Vorsitzenden der Breuninger Unternehmensleitung, **Willy Oergel**. Von 2004 bis 2008 war Witt Leiter der Unternehmenskommunikation am Düsseldorfer Flughafen.
7. **Küpper verantwortet Public Affairs von Huawei in Deutschland: Torsten Küpper** (45) ist seit Mai Vice President und Director Corporate and Public Affairs der Huawei Technologies Deutschland GmbH in Düsseldorf. Damit verantwortet er die Außenbeziehungen des Unternehmens in Deutschland. Küpper ist seit Juli 2010 bei dem Technologieanbieter und war zuletzt als Vice General Counsel Western Europe tätig. Er berichtet an **Kevin Hu**, den CEO der deutschen Niederlassung. Küpper hat Rechtswissenschaften in Bochum und Düsseldorf studiert. Nach Stationen in Australien und in einer



Kanzlei in Neuss war er zunächst von 2001 bis 2010 als Rechtsanwalt und Senior Legal Counsel für Vodafone in verschiedenen Ländern tätig.

8. **Horn neuer Leiter der ZF-Konzernkommunikation: Christoph Horn** (48), seit acht Jahren Leiter der globalen Kommunikation von Mercedes-Benz Cars, wird neuer Kommunikationschef des ZF-Konzerns in Friedrichshafen. Er folgt Anfang September auf **Matthias Lenz**, der das Unternehmen im Mai nach 16 Jahren verlassen hat. Horn berichtet direkt an den ZF-Vorstandsvorsitzenden **Stefan Sommer**. Horn ist seit 2002 bei Daimler tätig, seit 2007 in der Führungsrolle als Leiter der globalen Kommunikation Mercedes-Benz Cars. Vor seinem Wechsel zur damaligen DaimlerChrysler AG arbeitete er für Ford, General Motors und Opel.
9. **Neue Presseansprechpartnerin bei MSC Kreuzfahrten: Rebecka Hoch** (32) geht am 1. Juli als PR Managerin bei MSC Kreuzfahrten in München an Bord und fungiert damit zukünftig als Hauptansprechpartnerin für die Medien in Deutschland. Vor ihrem Eintritt bei MSC Kreuzfahrten war Hoch als Senior Beraterin bei der PR- und Marketingagentur KPRN network in Berlin tätig. Dort beriet sie deutsche und internationale Tourismus-Kunden in allen Fragen der Kommunikation und strategischen Positionierung. Sie unterstützte Fremdenverkehrsämter, Hotels und Reiseveranstalter bei ihren Presse- und Marketingaktivitäten. In ihrer neuen Funktion berichtet Hoch an **Maik Homeyer**, Director Marketing & PR.

**Personalien compact - Sonstige (3)
(24. KW-2015)**

1. **Wechsel im Aufsichtsrat der Hamburg Media School: Rainer Esser** (57) ist neuer Aufsichtsratsvorsitzender der Hamburg Media School (HMS). Er folgt auf Robin Houcken, der Mitglied des Aufsichtsrates bleiben wird. Seit 1999 ist Esser Geschäftsführer des Zeit Verlages und seit 2011 Geschäftsführer der DVH Medien GmbH. Der Zeitverlag ist seit 2010 Förderer der HMS. Esser ist seit 2012 Mitglied des Aufsichtsrats der HMS.
2. **Kocher wird neue Kommunikationschefin des SVV in Zürich: Tanja Kocher** (50) wird als Nachfolgerin von **Michael Wiesner** ab dem 1. September neue Leiterin des Ressorts Kommunikation und Mitglied der Geschäftsleitung beim Schweizerischen Versicherungsverband SVV in Zürich. Vorgänger Wiesner wechselte im April als Kommunikationschef zu Economie-suisse. Kocher verantwortet derzeit noch den Bereich Kommunikation & Marketing für das Vermögensverwaltungsgeschäft der Deutschen Bank in der Schweiz und für die Region EMEA. Zuvor hatte die frühere Journalistin und Redakteurin verschiedene Kommunikationsaufgaben in der schweizerischen Finanzwirtschaft inne. Beim SVV wird es ihre Aufgabe sein, die Kommunikation des Versicherungsverbandes neu auszurichten.
3. **Stephanie Beer leitet Kommunikation der OWM: Stephanie Beer** (41) ist seit dem 1. Juni Leiterin Kommunikation und Pressesprecherin bei der Organisation der Werbungtreibenden im Markenverband (OWM) in Berlin. Sie verantwortet in dieser neu geschaffenen Position die interne und externe Kommunikation des Verbands und wird sich neben Medienarbeit und Onlinekommunikation insbesondere um den Ausbau der Mitgliederkommunikation kümmern. Beer kommt von den Unternehmensverbänden Berlin-Brandenburg (UVB), wo sie zuletzt als Leiterin der Pressestelle und Pressesprecherin tätig war. Stephanie Beer berichtet an OWM-Geschäftsführer **Joachim Schütz**.

**Personalien compact - Agenturen (6)
(24. KW-2015)**

1. **cherrypicker baut sein Team aus: Jens Schlicht** (59) und **Claudia Bäumer** (32) sind

Buchverlosung: Vordenker in der Krisenkommunikation



Was macht Krisenkommunikatoren erfolgreich. Diese Frage beantwortet das gerade erschienene Buch „Vordenker in der Krisenkommunikation“ im Buchhandel erschienen. Wer sein persönliches Exemplar gewinnen möchte, [findet hier alle weiteren Informationen zur Verlosung](#). Unter allen Einsendern werden drei Exemplare verlost.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

2. **Fill wird neuer Geschäftsführer der Profilwerkstatt: Christian Fill** (47) wird ab dem 15. Juni neuer Geschäftsführer der Profilwerkstatt in Darmstadt. In seiner neuen Funktion wird er das neue Münchner Büro der Corporate Publishing-Spezialisten führen. Fill kommt von BurdaCreative, das inzwischen unter dem Namen C3 firmiert, wo er seit dem Jahr 2010 ebenfalls Geschäftsführer war. Zuvor war als Journalist unter anderem für den Handelsblatt-Verlag tätig. (Quelle: "cp-monitor.de")

3. **Personalveränderungen in der Serviceplan Gruppe: Winfried Bergmann**, seit 1989 bei der Serviceplan Gruppe, wird am 1. Juli neuer Geschäftsleiter Personal bei seinem Arbeitgeber und übernimmt damit die Aufgaben von **Jens Plath**. Die Geschäftsführung der Beratung bei Serviceplan Campaign übernimmt **Michael Jaeger**. Jens Plath, langjähriger Personalchef der Serviceplan Gruppe, verlässt nach fast zehn Jahren die Agentur und übernimmt die Leitung und den Aufbau des von Serviceplan und der Steinbeis School of Management and Innovation (Steinbeis-SMI) neu gegründeten Studienzentrums in München. [\(Wir berichten an anderer Stelle darüber\).](#)
4. **Klingler für Pärsch bei der Münchner Agentur KGK: Benita Klingler (27)** ist als Volontärin neue Mitarbeiterin im Team der auf PR und Journalismus für Outdoor, Sport und Textil spezialisierten Münchner Agentur Kern Gottbrath Kommunikation (KGK). Klingler bringt einen Bachelor in Kunstgeschichte, zwei Jahre Berufserfahrung im Kunsthandel und eine Werkstudenten-Tätigkeit mit Schwerpunkt Online-Kommunikation beim bayrischen Bergschuster Hanwagals als Vorerfahrung in ihre neue Tätigkeit ein. Sie nimmt die Stelle von **Sissi Pärsch** ein, die KGK nach neun Jahren verlässt. Berufsbegleitend absolviert Klingler einen Masterstudiengang in Sport-, Kultur- und Eventmanagement.
5. **Thomas Norgall wird Creative Director bei mpm: Thomas Norgall** wird ab dem 1. Juli neues Mitglied im Managementteam der Mainzer Agentur mpm Corporate Communication Solutions. In der neu geschaffenen Position wird Norgall die Kreativ-Unit der Agentur leiten. Er bringt umfassendes Know-how im Bereich Corporate Reporting mit. Zuletzt war er als Creative Director bei wirDesign in Berlin und Braunschweig tätig, zuvor unter anderem bei Kuhn, Kammann & Kuhn in Köln und als Leiter der Unternehmenskommunikation der Kaiserswerther Diakonie.
6. **Devaki Menon wird Digital Consultant bei Weber Shandwick:** Neue Mitarbeiterin im Team der Technology Practice von Weber Shandwick wird ab dem 15. Juni Devaki Menon. Am Münchener Standort wird sie hauptsächlich den Mobilfunkanbieter Motorola betreuen, aber auch für andere Kunden aus dem B-to-B- und B-to-C-Bereich tätig sein. Zu Menons Aufgaben gehört das Community Management – beispielsweise auf Facebook und

Zu schnell für Ziele?

Kommunikationsplanung mit Lautenbach Sass.

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

Twitter – sowie die Leitung von Social Media- und digitalen Projekte. Vor ihrem Wechsel war Menon unter anderem Social Media-Specialist bei Western Digital und Campaign Operations Manager bei Microsoft in München.

Etats

Etats compact (19) (24. KW-2015)

1. **HBI gewinnt HEAT Software als Kunden**
HEAT Software, München
was: Kommunikative Begleitung der Umfirmierung sowie PR
an: **HBI Helga Bailey GmbH - International PR & MarCom**, München
2. **Serviceplan Frankfurt gewinnt Continental-Etat**
Continental Geschäftsbereich Commercial Vehicles & Aftermarket, Hannover
was: Leadagentur inkl. Messeauftritte, Mailings, Print- sowie Online-Werbemittel
an: **Serviceplan Frankfurt**
3. **easyHeizung hat Stammplatz sicher**
Startup-Unternehmen easyHeizung, Köln
was: Pressearbeit für den digitalen Heizungswechsel
an: **Stammplatz Kommunikation**, Köln

4. **FAS startet Markenkampagne: „Ihr Kopf kann was erleben“**
Die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung (F.A.S.)
was: Markenkampagne mit Anzeigen, Online-Videowerbung und Außenwerbung
an: **Agentur Scholz & Friends Berlin**
5. **Uhlmann PR kommuniziert für Ferienhaus-Spezialisten**
Tourismus-Unternehmen Landal GreenParks GmbH, Trier
was: Endverbraucher- und Fachkommunikation
an: **Uhlmann PR**, Augsburg
6. **„So schnell. Wie Berlin.“: B.Z. startet neue Image-Kampagne**
Tageszeitung „B.Z.“, Berlin
was: Imagekampagne mit Radio-, Print- und Onlinewerbung
an: „**The Brand Orchestra**“ und „**LBiQ**“, beide Berlin
7. **Dörfer/Partner rückt Sonnenschutz von Flexalum ins rechte Licht**
Flexalum Sonnenschutzsysteme, Düsseldorf
was: Konzeption, Planung und Durchführung von B-to-B- und B-to-C-PR-Maßnahmen
an: **Dörfer/Partner Kommunikations-Gesellschaft mbH**, Düsseldorf
8. **by the way communications wirbt für Schweizer Küche**
Les Grandes Tables de Suisse
was: Imagekampagne
an: **by the way communications AG**, Bern
9. **RaikeSchwertner gewinnt PR-Etat von Kreuzfahrtanbieter**
Betriebsgesellschaft Cruise Gate Hamburg GmbH (CGH)
was: Externe Pressestelle und kommunikative Begleitung der Pre-Opening-Phase
an: **RaikeSchwertner GmbH**, Hamburg
10. **Schwartz Public Relations kommuniziert für Medizintechnikunternehmen ReWalk**
ReWalk Robotics, Berlin
was: Presse- und Medienarbeit, Public Affairs, Messe-PR
an: **Schwartz Public Relations**, München
11. **redRobin gewinnt PR-Etat von Unigestion**
Finanzwirtschaftsunternehmen Unigestion, Genf
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Ansprache von Investoren und Finanz- und Wirtschaftsmedien
an: **redRobin. Strategic Public Relations GmbH**, Hamburg



12. **Medienfabrik präsentiert ehrliche Gesichter für ehrliche Berufe**
Kommunale Gesundheitskonferenz Bonn
was: Imagekampagne "Gesundheitsstandort Bonn"
an: **Medienfabrik Gütersloh GmbH**, Bonn
13. **w&p Wilde & Partner sichert sich PR-Etat des Sani Resorts**
Sani Resort auf der Halbinsel Cassandra, Nähe Thessaloniki
was: Pressearbeit Richtung Luxus- und Lifestylemedien sowie Fachmedien der Hotelindustrie
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
14. **vitamin e inszeniert Olympus Photography Playground**
Kamerahersteller Olympus Deutschland GmbH, Hamburg
was: Umsetzung des Live-Ereignisses „Photography Playground“
an: **vitamin e GmbH**, Hamburg
15. **Stromberger PR unterstützt D-Hotels & Resorts bei Neueröffnungen**
D-Hotels & Resorts, Istanbul (Türkei)
was: PR-Arbeit zum Launch der Kollektion „Exclusive Hotels“
an: **Stromberger PR**, München
16. **TEMA Berlin informiert über die Star Group**
Anbieter technikbasierter Übersetzungsdienstleistungen Star Group, Ramsen (Schweiz)
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **TEMA Technologie Marketing AG**, Berlin
17. **MRM/McCann entwickelt neuen Internetauftritt für die WIBank**
WIBank, Frankfurt am Main

was: Relaunch der Website

an: **McCann Worldgroup Deutschland**,
Frankfurt am Main

18. **Schlösser PR für Sport- und Fitness-Plattform Endomondo**

Under Armour Connected Fitness, Amsterdam
(europ. Niederlassung)

was: Europaweite Pressearbeit

an: **Schlösser PR**, Berlin

19. **Datenmanagement-Unternehmen Commvault setzt auf Grayling**

CommVault®, Niederlassung Wien (Hauptsitz
Tinton Falls, USA)

was: Unternehmens- und
Produktkommunikation in Österreich.

an: **Grayling Austria**, Wien

Agenturen

PR-Agenturchefs über eine "kollegiale Arbeitsatmosphäre"



Welche Begriffe eignen sich für ein "Stellenanzeigen-Bingo"? Nichts falsch machen kann man mit einem "guten Betriebsklima" oder einem "netten Team". Kaum eine Stellenanzeige kommt ohne sie aus. Hier geht es um die "kollegiale Arbeitsatmosphäre". Diese sei heutigen Absolventen ganz besonders wichtig bei der Wahl eines Arbeitgebers, meinte Kienbaum unlängst in einer Studie. Bewerber würden gerne wissen, was sich hinter solchen Begriffen verbirgt. Das "PR-Journal" hat bei fünf Agenturen nachgefragt, was sie darunter verstehen. Geantwortet haben: Alexandra Groß (Foto, 1. v. l.), Vorstand Fink & Fuchs Public Relations; Stefan Hencke (2. v. l.), CEO Convensis Group; Birgit Krüger (3. v. l.), Geschäftsführende Gesellschafterin consense communications und Präsidiumsmitglied der GPRA; Christiane Schulz (2. v. r.), CEO Weber

Shandwick Germany; und Uwe Wache (r.), Vorstand Klenk & Hoursch.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Edelman zieht sich aus der Schweiz zurück

Edelman hat sich entschieden, sein Schweizer Büro in Zürich zu schließen. Grund ist laut einer Mitteilung "...die strategische Fokussierung auf große europäische Kernmärkte, in denen die Agentur aufgrund größerer Büros die ganze Palette integrierter Kommunikationslösungen anbieten kann..."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Unternehmen

Unternehmen compact (1) (24. KW-2015)

1. **Weltweite Werbeausgaben wachsen in 2016 um durchschnittlich 4,2 Prozent:** So lautet die Kernaussage im 39. "Advertising Ratios

and Budgets" Report, den das Marktforschungsunternehmen Schonfeld & Associates am 10. Juni veröffentlichte. Der Report berücksichtigt rund 5.000 Unternehmen in 320 Industriebereichen. Die höchsten Ausgaben wird im nächsten Jahr die Autoindustrie vornehmen. Weitere Informationen [hier](#).

Medien

Medien compact (1) (24. KW-2015)

1. **"Süddeutsche Zeitung" startet Wirtschaftsmagazin für Frauen:** Das Supplement "Plan W - Frauen verändern Wirtschaft" liegt der Zeitschrift am 13. Juni erstmals bei. Es soll vierteljährlich in einer Auflage von 460.000 Exemplaren erscheinen. Die Zeitschrift für "Wirtschaft, Frauen und Leben" soll "Lust auf berufliche Selbstentfaltung machen, auf Erfolg, Innovation und Lernen". In der ersten Ausgabe geht es um das Wesen der Macht und die Frage, was Macht mit Menschen anstellt, welche Chancen sie eröffnen kann und wie Frauen ihr im Alltag und Berufsleben begegnen.

CSR + Reputation

Reputationsmanagement: Das zweischneidige Schwert des Sponsorings am Beispiel der FIFA



Von Christian Finstad (Foto)

Gerade im Sportumfeld ist Sponsoring für gewöhnlich ein einträgliches Geschäft für beide Seiten – es sei denn, die Reputation der gesponserten Organisation erleidet einen plötzlichen Dämpfer. Dann kann auch für den Sponsor aus einer Win-Win- schnell eine Lose-Lose-Beziehung werden. Jüngstes Beispiel für dieses ambivalente Beziehungsverhältnis ist der Korruptionsskandal rund um den Fußballweltverband FIFA. Nicht nur die FIFA selbst wurde unmittelbar nach Bekanntwerden der Ermittlungen des FBI



massiv in traditionellen und sozialen Medien attackiert – auch große FIFA-Sponsoren wie Coca-Cola, Adidas, Visa, Hyundai oder McDonalds wurden innerhalb weniger Stunden und weltweit in den Fall hineingezogen und sahen sich zu distanzierenden Statements genötigt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Sustainability Image Score 2015: Nachhaltigkeit bleibt wichtiges Thema

Branchenranking 2015

Branchenranking 2015

TOP		
SIS: 74,2	Babynahrung	1
SIS: 69,5	Molkereiprodukte	2
SIS: 69,5	Haushaltsgeräte	3
SIS: 68,9	Automobil	4
SIS: 68,0	Touristik	5
SIS: 67,4	Convenience / Tiefkühlkost	6
SIS: 66,7	Süßwaren	7
SIS: 66,7	Drogerieware	8
SIS: 64,3	Versicherungen	9
SIS: 63,2	Energiedienstleistung	10
SIS: 61,9	Consumer Electronics	11
SIS: 61,0	Bekleidung	12
SIS: 60,8	Finanzdienstleistungen	13
SIS: 60,3	Lebensmittel	14

Zum fünften Mal präsentiert die Serviceplan Gruppe den "Sustainability Image Score" (SIS). An der Spitze des SIS-Rankings 2015 stehen HIPP, Miele, Milupa, Toyota, Alete, Frosta, Audi, Bosch, Coppenrath & Wiese und Bären-

marke. Seit der ersten Studie ist die Anzahl der Top-Branchen deutlich gestiegen.

2012 zählten Babynahrung, Automobil, Molkereiprodukte, Haushaltswaren, Convenience / Tiefkühlkost, Touristik und Süßwaren zu den Top-Branchen. Heute sind es darüber hinaus Drogerieartikel, Versicherungen, Energiedienstleistungen, Consumer Electronics, Bekleidung, Finanzdienstleistungen sowie Lebensmittel. Die Anzahl der Flop-Branchen hat sich von neun auf zwei – Telekommunikation und Fast Food – reduziert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Autoren-Beiträge

Agenturen und die Jagd nach Mitarbeitern: Leben Totgesagte doch länger?



Von Birgit Krüger (Foto)

Agenturen zahlen miserabel, behandeln ihre Leute schlecht und machen in Punkto Mitarbeiter sowieso alles falsch.

Was oft genug geschrieben steht, ist automatisch wahr? Wir alle wissen, dass Vereinfachung veranschaulicht. Diese Diskussion jedenfalls ist in meinen Augen ein Beispiel für den Versuch, eine komplexe Situation zu einfach zu erklären.

Um mal einen Faktor heraus zu greifen: Agenturen brauchen Nachwuchs, der leidenschaftlich rechts und links schaut, neugierig und experimentierfreudig ist. Dieser Anspruch auf Arbeitgeberseite trifft auf ein hochgradig verschultes System, das Studierende heute durchlaufen. Viele Studenten verlernen aufgrund enger und voller Zeitpläne, sich eine eigene Agenda zu setzen. Vielmehr lernen sie, sich tapfer durch alles durchzukämpfen, was man ihnen vorsetzt – weil genau das von ihnen im Studium verlangt wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Die "besondere" Generation Y: Was Agenturen tun können



Ist die "besondere" Generation Y ein Klischee? Ich glaube, dass dem so ist. Noch nie wurde so viel über eine Generation geschrieben.

Nachdem mich innerhalb weniger Tage zwei Studien gleichen Inhalts erreichten, habe ich mich am 10. Juni in [meinem Blog](#) um Klärung bemüht. Meine Thesen: Vergessen Sie vieles, was Sie über die Generation Y und deren Ansprüche an Arbeitgeber lesen. Für das Werben von guten Kräften sind diese Studien nur eingeschränkt brauchbar. Manche weisen aber den richtigen Weg.

Beschreibungen in der Art "Das erwartet die Generation Y von einem Arbeitgeber" greifen zwangsläufig zu kurz. Der Beleg: Langsam nähern sich die Älteren dieser Generation den 40igern. Dies sind Menschen, die eine Familie gegründet haben oder gründen wollen. Dann gibt es diejenigen, die bereits in Führungspositionen aufgerückt sind. Sie alle sollen dieselben Erwartungen an das Unternehmen haben wie etwa Young Professionals oder gar Studenten? Was heißt das speziell für Arbeitgeber wie PR-Agenturen?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Unser großes Sommermenü III: Fischgang - Scharfe Gambas mit Melone, Kirschtomaten und Ananas



(n**sb**) In allen Weltregionen haben die Menschen in Küstennähe eine besondere Leidenschaft für Tiere entwickelt, die große Ähnlichkeit mit Insekten aufweisen. Was uns ekelt und gruselt, wenn es an Land begegnet, gilt als willkommene Delikatesse, sobald es dem Wasser entsteigt. Tatsächlich sind Krebse, Langusten und Scampi nichts anderes als nahe Verwandte von Asseln, Spinnen oder Heuschrecken.

Die Krabbeltiere tragen zu allem Überfluss Namen, die eine eindeutige Identifizierung schwer machen. Was die Italiener „Scampi“ nennen, kennen die Franzosen als „Langoustines“. Die aber gehören zu den Hummerartigen und haben mit den „Langusten“ nichts zu tun. Die sind ihrerseits eng verwandt mit „Gambas“ und „Garnelen“, denen man das wegen des immensen Größenunterschieds kaum glauben will. Darum sagen die Deutschen „Krabben“ dazu – und prompt schütteln die Franzosen und Briten die Köpfe, denn für sie sind „Crabs“ unsere „Taschenkrebse“. Alles klar?

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Termine

Spannungen vorprogrammiert: GPRA- Vorstand über Verhältnis von PR- Agenturen zu Auftraggebern



Gastvortrag an der Universität Leipzig: Uwe A. Kohrs (Foto l.), Geschäftsführender Gesellschafter der impact Agentur für Kommunikation GmbH,

und Frank Behrendt (r.), Vorstandsmitglied der fischerAppelt AG, haben in der vergangenen Woche am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaften der Universität Leipzig über die Geschäftsbeziehungen zwischen Agenturen und Auftraggebern gehalten. Die beiden Vorstandsmitglieder des PR-Agenturverbandes GPRA sprachen über Spannungen, die Grundlagen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit, den Faktor Mensch und Wertschätzung von Agenturen. „Spannungen sind vorprogrammiert innerhalb der Geschäftsbeziehungen zwischen Agenturen und Auftraggebern“, sagte Behrendt. Die Gründe dafür seien auf beiden Seiten vielseitig.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Seminare

Seminare compact (1) (24. KW-2015)

1. **CA-Fachseminar „Kommunikations- und Marketing-Controlling“:** Beim Fachseminar der **CA controller akademie vom 6. bis 8. Juli in Feldafing** lernen die Teilnehmer Bereiche der Kommunikation und deren Bedeutung für das Unternehmen kennen. Es geht um die **Steigerung von Effektivität und Effizienz der Unternehmenskommunikation**. Das Fachseminar für Manager und Controller leitet Rainer Pollmann, geschäftsführender Partner von PRT Pollmann & Rühm Training, Augsburg. Er entwickelt seit 2006 im Internationalen Controller Verein (ICV) das Thema Kommunikations-Controlling. Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeit finden sich auf der [CA-Website](#).

Bildung

Universität Hohenheim ehrt Absolventen

Bei der Absolventenfeier des Instituts für Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim

wurden am 12. Juni die besten Absolventen der drei Studiengänge des Fachbereichs für ihre herausragenden Leistungen mit dem Communication Consultants (CC) Award ausgezeichnet und erhielten ein Preisgeld, das die gleichnamige Stuttgarter PR-Agentur sponserte. CC pflegt seit vielen Jahren enge Beziehungen zur Universität Hohenheim und schafft in Lehrveranstaltungen im Bereich Online-Kommunikation und in Workshops zu Schreibkompetenz in der PR die Verbindung zwischen Theorie und Praxis. Die Preisträger des Awards 2015 in der Bachelor-Kategorie waren: Jennifer Stock, Jasmin Fick, Helen Holdermann, Alisa Hennhöfer, Fabienne Lind, Carolin Eicher, Lisa Baudermann und Katharina Krummel. In der Master-Kategorie wurden Jaiser Linda, Robin Renz, Sabrina Schönherr und Claudia Thoms ausgezeichnet. (Foto, © Hoffmann Fotografie Stuttgart)



Serviceplan Gruppe und Steinbeis School of Management starten Creative Campus Munich



Die Steinbeis School of Management and Innovation (Steinbeis-SMI; Foto: © Steinhoff

Haehnel Architekten) kommt nach München und startet gemeinsam mit der Serviceplan Gruppe unter dem Namen Creative Campus Munich ein Ausbildungskonzept für Manager, Kreative, Marketing- und Kommunikationsexperten. Während Steinbeis dort seine Studiengänge und Zertifikats-Programme anbieten wird, nutzt die Agenturgruppe die Räumlichkeiten für ihr Personalentwicklungsprogramm. Serviceplan und Steinbeis bieten berufs begleitende Studiengängen zu Bachelor und Master

an. Geleitet wird das neue Studienzentrum von Jens Plath, dem langjährigem Geschäftsleiter Personal der Serviceplan Gruppe, der sich als HR Consultant zum 1. Juli selbständig macht und in dieser neuen Rolle gemeinsam mit Carsten Rasner, Direktor der Steinbeis SMI, den neuen Standort aufbaut und leitet.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Bildung compact (3) (24. KW-2015)

1. **Leipzig School of Media veröffentlicht Masterarbeiten:** Ausgewählte Masterarbeiten von Absolventen der Leipzig School of Media (LSoM) sind seit dem 10. Juni online abrufbar. Ob Social Media in der Öffentlichkeitsarbeit, die Qualität von hyperlokalen journalistischen Angeboten oder Kommunikationskonzepte für moderne Unternehmensmedien – eine Vielzahl der Arbeiten beschäftigt sich mit aktuellen Herausforderungen der Medienbranche. Die LSoM bildet seit 2008 in Zusammenarbeit mit der Universität Leipzig und der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig Fachkräfte aus Medien, Kommunikation und Marketing berufs begleitend weiter. Erst kürzlich verabschiedete die School ihren 100. Absolventen.
2. **SCM erweitert Schulungsangebot 2015 / 2016:** Die School for Communication and Management (SCM), Berlin, bietet nun auch **Tourismuskommunikation und -marketing** an. Hierzu findet im Herbst erstmalig ein Intensivkurs statt. Damit ergänzt die SCM ihr Angebot zu den klassischen Themenbereichen aus Interner Kommunikation, Public Relations und Social Media um **neue Weiterbildungsformate**. Auch der Seminarbereich wurde mit Themen wie Suchmaschinenoptimierung, Mitarbeiterzeitschriften, Geheimwissen Google? sowie Schriftverkehr weiter ausgebaut. Das neu erschienene Gesamtprogramm 2015/2016 kann auf der SCM-Website bestellt und heruntergeladen werden.
3. **Quadriga-Hochschule lädt ein zum Infonachmittag:** Einen Infonachmittag über das **Kompaktstudium Politikmanagement und Public Affairs** veranstaltet die Quadriga Hochschule am **9. Juli von 16:00 bis 18:30 Uhr im Studienzentrum Berlin**. Die Teilnehmer er-

fahren vor Ort welche Inhalte behandelt werden und wie der Ablauf des sechsmonatigen berufsbegleitenden Kompaktstudiums ist. Der Studiengang vermittelt in 13 Studienbriefen sowie drei Präsenzphasen in Berlin praxisnah die Arbeitsbereiche und -techniken von Politikmanagement und Lobbying. Weitere Informationen zum Kompaktstudium finden sich auf der [Quadriga-Website](#). Zur Anmeldung für die In-foveranstaltung [geht's hier](#).

Studien

Kaum sichtbar im Social Web: Studie zeigt Nachholbedarf von Finanzdienstleistern



Das Social Web ist für die Finanzbranche weiterhin ein kaum erschlossenes Neuland: 82 Prozent der Social Media-Nutzer in Deutschland haben inner-

halb von sechs Monaten keinerlei Aktivitäten von Banken oder Versicherern im Web 2.0 wahrgenommen. Das zeigt der online-repräsentative „Social Media-Atlas 2014/2015“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor. Lediglich acht Prozent der Social Media-Nutzer bemerkten im Social Web sowohl Aktivitäten von Banken als auch Versicherern, weitere fünf Prozent nur von Banken und vier Prozent nur von Versicherern. An mehr als vier von fünf Web 2.0-Surfern geht jegliches Engagement von Geldhäusern und Assekuranzen in den Sozialen Medien also komplett vorbei. Zum Vergleich: 36 Prozent der Social Media-Nutzer nahmen im gleichen Zeitraum Aktivitäten von Unternehmen aus der Konsumgüterbranche auf Social Media-Kanälen wahr. Die Grafik zeigt allerdings, dass diejenigen, die von den Social Media-Aktivitäten Notiz nahmen, diese zu 40 Prozent mit „gut“ und „sehr gut“ beurteilt haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Gehaltsstudie und die Folgen: Über Agenturen und die Probleme, als Arbeitgeber attraktiv zu sein

Die [Veröffentlichung einer Umfrage](#) zur Bezahlung in Agenturen, die die Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen am 8. Juni verbreitet hatte, hat ein breites Echo in den Fachmedien zur Folge gehabt.

- Noch am gleichen Tag schrieb „PR-Journal“-Autor Helge Weinberg einen [Kommentar mit dem Titel „Gehälter sind nicht alles, Wertschätzung ist ebenfalls wichtig“](#). Weinberg wies darauf hin, dass das Gehalt nicht alles sei – aber ohne (ausreichendes) Gehalt alles andere nichts sei. „Wird das Gehalt als branchenüblich und angemessen empfunden, dann zählen andere Dinge im Unternehmen“, schrieb er.
- Den Aspekt Wertschätzung griff auch Eva-Maria Schmidt in ihrem Kommentar in „Horizont“ auf. Unter der Überschrift [„Maues Gehalt - Agenturen müssen nicht nur besser zahlen. Sie müssen sich besser verkaufen“](#) schreibt Schmidt, dass es jungen Agenturmitarbeitern – vor allem wenn sie zuvor als Praktikanten dort tätig waren – an Wertschätzung fehle: „Die hat zwar auch, aber nicht nur mit dem Gehalt zu tun. Viele Agenturen haben also doch ein Nachwuchsproblem“, folgert sie.
- „Horizont“ hat dann Ronald Focken, Geschäftsführer bei Serviceplan, dazu gewinnen können, aus seiner Sicht über Kommunikationsagenturen als „Wunscharbeitgeber“ zu schreiben. Sein ernüchterndes Fazit: [„Agenturen verschlafen die Zukunft“](#). Focken wörtlich: „Es überrascht daher umso mehr, dass eine Branche, die sich in den Fachmedien als innovativer Vorreiter oder Ideengeber verkauft, in ihre eigene Leistungsfähigkeit so wenig oder vielfach gar nicht investiert.“
- Im „PR-Journal“ wiederum veröffentlicht Agenturchefin und GPRA-Vorstandsmitglied Birgit Krüger nun einen Beitrag, in dem sie Frage aufwirft, warum Agenturen nicht dazu in der Lage sind, sich als attraktive Arbeitgeber

darzustellen. Ihre Analyse: „Statt gemeinsam an einer differenzierten Wahrnehmung der Situation zu arbeiten, nehmen wir uns lieber gegenseitig in Sippenhaft.“ Lesen Sie auch Ihren [Beitrag „Agenturen und die Jagd nach Mitarbeitern: Leben Totgesagte doch länger?“](#).

Preise und Awards

PR-Bild-Award: Einreichungsphase endet am 19. Juni



Der PR-Bild-Award wird in diesem Jahr zum zehnten Mal vergeben. Bewerbungen sind noch bis zum 19. Juni möglich. Bis dahin haben Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz Gelegenheit, ihre besten PR-Bilder der vergangenen zwölf Monate einzureichen. Bewerber können sich die Teilnehmer mit einer unbegrenzten Anzahl von Bildern, auch in mehreren der nachfolgenden Kategorien: Unternehmenskommunikation, Event und Messe, Produktfoto, Portrait, NGO-Foto sowie Tourismus, Freizeit und Sport. Als Sonderkategorie kommt 2015 Social Media-Foto hinzu. Eine unabhängige Jury mit Experten aus Journalismus, Fotografie und PR wird Anfang Juli die Shortlist wählen. Anschließend wird die Öffentlichkeit zum Voting eingeladen. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Bildeinreichung finden sich auf der [Website des Preis-Initiators news aktuell](#), Hamburg.

Internationale Awards für Medienmonitoring und -analyse: Kantar Media dreifach ausgezeichnet

Preise in 22 Kategorien – vom Chairman's Award über den Grand Prix bis hin zum Nachwuchspreis –

auch die Branche der Medienmonitoring- und Medienanalyse-Unternehmen vergibt auf internationaler Ebene Preise für besonders gelungene Arbeiten im Vorjahr. Veranstalter ist die International Association for the Measurement and Evaluation of Communication (AMEC), die seit 13 Jahren die Branchen-

amec International Summit on Measurement
STOCKHOLM 3-4 June 2015

besten kürt. In diesem Jahr fand die Preisverleihung am 4. Juni in Stockholm statt. Dreifacher Preisträger war Kantar Media. Schon im vergangenen Jahr wurde Kantar Media mit zwei Silber-Trophäen ausgezeichnet. Weitere Gewinner waren unter anderen Unternehmen auch Ketchum Global Research and Analytics, Gorkana, Prime Research und Ogilvy Public Relations, die mit ihre Analysetools teilweise auch auf dem deutschen Markt anbieten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Preise und Awards compact (1) (24. KW-2015)

1. **Deutsche Preise für Onlinekommunikation vergeben:** Social Media-Team des Jahres auf Unternehmensseite wurde Sixt, auf Agenturseite elbkind. Als Online-Kampagne des Jahres wurde „Tough Enough“ von Dell in Zusammenarbeit mit MediaCom Beyond Advertising ausgezeichnet. Die **Gewinner des Deutschen Preises für Onlinekommunikation wurden am 10. Juni in Berlin gekürt.** Ausrichter des Preises ist das im Berliner Helios-Verlag erscheinende Magazin „pressesprecher“. Die übrigen 32 Preisträger finden sich direkt auf der [„pressesprecher“-Website](#).

Tipps

Tipps compact (2) (24. KW-2015)

1. **news aktuell bietet mit ots Analytics einen neuen Service:** Das neue Analysetool bietet den Kunden von news aktuell die Möglichkeit, die Zugriffe auf die Meldungen in den jeweiligen Newsrooms zu sichten und miteinander zu

vergleichen. So können Rückschlüsse gezogen werden, welche Faktoren den Informationen besondere Aufmerksamkeit verschaffen. ots Analytics steht allen ots-Nutzern zur Verfügung, die innerhalb der letzten zwölf Monate mindestens drei Meldungen über das ots Netzwerk verbreitet haben. Zum Start steht ots Analytics als zusätzliche Serviceleistung kostenfrei zur Verfügung. Weitere Informationen direkt bei [news aktuell](#).

2. **Suchen Sie noch ein Ausflugsziel für den Sommer?** Das **Museum für Kommunikation in Bern** bietet sich an. Für die Neukonzeption seiner Dauerausstellungen hat der Kanton Bern einen Zuschussbetrag von 1,27 Millionen Franken (1,21 Millionen Euro) bewilligt. Das Museum will aus drei Dauerausstellungen eine einzige machen, Kostenpunkt insgesamt: elf Millionen Franken. Wann die Umbauten fertig sein werden, ist nicht bekannt. Klar ist nur, dass das Museum Anziehungskraft hat. Jährlich besuchen mehr als 1.000 Schulklassen das Museum. (Quelle: der schweizerische Mediendienst "persoenlich.com")

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 4 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (52)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- *PR-Berater/in mit mehrjähriger Erfahrung, Köln*
- *PR-Berater/in, Karlsruhe*
- *Account Director Consumer PR, Berlin*

- *Junior PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *PR-Berater (m/w) Tourismus in Hamburger PR-Agentur*
- *Erfahrener IT- und Telekommunikations-Fachredakteur (m/w), München*
- *Loerke Kommunikation sucht PR Berater (m/w) Schwerpunkt Food, Hamburg*
- *PR Unit-Leitung Sport in München (m/w)*
- *PR-Berater (m/w) Fashion, Düsseldorf*
- *PR Manager (m/w) Lifestyle-Kommunikation, Stuttgart*
- *PR-Berater (m/w), München*
- *PR-Berater(in) Consumer, München*
- *Junior-Berater(in) Consumer- und Corporate-PR, München*
- *(Junior) PR-Berater (m/w) Corporate Communications, München*
- *Junior PR-Berater, Darmstadt*
- *Junior Account Executive in Teilzeit, Berlin*
- *PR-Berater & PR-Redakteur (m/w), Heidelberg*
- *PR-Berater (m/w), Köln*
- *PR-Berater/-in, Berlin*
- *Senior PR-Berater/-in, Berlin*
- *Junior-PR-Redakteur (m/w) Industrie/Handel/Finanzen ab 1.6./1.7.2015, Starnberg*
- *Redakteur (m/w) mit ausgewiesener IT-/TK-Kompetenz, Köln*
- *PR-Berater / Junior-Berater (m/w) Schwerpunkte Energie und Technologie, Hamburg*
- *MuthKomm sucht PR-Berater (m/w), die mit unserer Agentur wachsen wollen, Hamburg*
- *Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Food & Beverage, Hamburg*
- *Junior-PR-Berater (m/w), Montabaur*
- *PR Consultant (m/w) für den Bereich Fashion & Lifestyle in Düsseldorf*
- *Schwartz Public Relations München sucht PR-Berater(in)*

Behörden (Öffentl.Dienst)

- *Wissenschaftsjournalist (w/m), Jülich*

Medien

- *PR Manager - Games (m/w), Hamburg*
- *Senior Berater (m/w) Content Marketing, Hamburg*

Unternehmen

- *Social Media Manager (m/w), Berlin*

- *Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Frankfurt/Main*
- *Junior Spezialist (m/w) Online Kommunikation, Berlin*
- *Mitarbeiter Kommunikation und Marketing (m/w), Filderstadt*
- *Mitarbeiter Marketing und PR (m/w), Köln*
- *Marketing Koordinator Kommunikation (m/w) bei der LLOYD Shoes GmbH in Sulingen*

Verbände (Non-Profit)

- *Projektmanager Public Relations (m/w), Düsseldorf*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 15. Juni 2015 um 19:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.987 Empfänger** versandt.

Impressum

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Gründer und Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg (seit 2004/1996), (pfeffer[at]pr-journal.de), Chefredakteur von 11/2004 bis 04/2014

Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg (USt-IdNr.: DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)

REDAKTION:



Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (dillmann[at]pr-journal.de),

Postadresse: Linzer Straße 72 b, 53604 Bad Honnef, Telefon: 02224 901616, Mobil: 0171 3326139;

Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen - Rubrik: „Norbert: Gerüchte+Gerichte“; Riccardo Wagner,

Köln - Ressort: „CSR + Reputation“; Helge Weinberg, Hamburg.

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview":

Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Kartte, Rahel Camps und Gunter Ortlieb.

Rubrik „PR-WebsiteCheck“:

Lan Anh Nguyen, Hannover, (nguyen[at]prsh.de) (Teamleiterin); Kristin Becke; Carina Bogus; Jan Jasper Dundurs; Janine Riedel; Lara Wöhrmann.

Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine":

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

Korrespondenten:

Berlin/Potsdam: Birgit Grigoriou, Berlin

Düsseldorf/Rhein-Ruhr: Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, Agentur Fürstenberg

Frankfurt a.M./Rhein-Main: Marcus Eichhorn, Frankfurt am Main, BetterRelations

Hamburg/Norddeutschland: Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation

Köln/Bonn/Aachen: Riccardo Wagner, Köln, BetterRelations

München/Oberbayern: Frederic Sturm, München, Indoc-Film

Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner

Neuseeland: Linda Sasse, Wellington

USA: Dr. Markus Lemmens, New York.

Rezensionen:

Annett Helbig, Hamburg (helbig[at]mastermedia.de); Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach; Manfred Piwinger, Wuppertal.

Autoren:

Dr. Wolfgang Griepentrog, Leichlingen; Manfred Piwinger, Wuppertal; Mathias Scheben, Andernach.

Die **Gesichter zu den Namen der "Mitmacher"** in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir auf unserer neuen Serviceseite dokumentiert: www.pr-journal.de/fotos.html.

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (Anschrift + Telefon siehe nachfolgend), E-Mail: [anzeigen\[at\]pr-journal.de](mailto:anzeigen[at]pr-journal.de).

Anschrift:

Lendersbergstraße 86, 53721, Siegburg,
Telefon: 02241 2013060, Telefax: 02241 2013061,
Mobilfon: 0160 94635777

E-Mail: [redaktion\[at\]pr-journal.de](mailto:redaktion[at]pr-journal.de)

URL: www.pr-journal.de; www.prjournal.de;
www.pr-journal.ch; www.pr-journal.at; www.pr-journal.com.



Auflage kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin. Für 2014 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: 343.712 Visits und 828.038 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 942 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,4 Seiten aufgerufen.

SocialMedia-Seiten des PR-Journals:

Twitter: twitter.com/prjournal; twitter.com/prjobboerse;

Facebook: www.facebook.com/prjournal; www.facebook.com/prjobboerse;

Google+: plus.google.com/u/0/+prjournal/posts;
plus.google.com/114272728529044425944/posts

Und schauen Sie doch auch mal auf unsere anderen Internetangebote:

- Jobangebote und -gesuche: *PR-Jobboerse*
- PR-Datenbank *Agenturen*

- PR-Datenbank *Dienstleister*
- PR-Datenbank *Ausbilder*
- PR-Datenbank *PR-Ranking*
- PR-Datenbank *PR-WebsiteCheck*
- PR-Datenbank *PR-Termine*