

### KidsVA 2014/2015: Bücher bleiben beliebt, digitale Volljährigkeit ab neun Jahren



Die neue KidsVerbraucher-Analyse (KidsVA) 2014/2015 ist erschienen. Sie untersucht die Mediennutzung und das Konsumverhalten von Sechs- bis 13-Jährigen. Die wichtigste Erkenntnis: Medien nehmen nicht nur im Leben von Erwachsenen, sondern auch bei Kindern einen breiten Raum ein. Dabei zeigt sich, dass Bücher und Zeitschriften trotz des immer größeren digitalen Medienangebotes von großer Bedeutung bleiben. 78% (4,5 Mio.) der Sechs- bis 13-Jährigen lesen mindestens einmal pro Woche ein Buch und 73% (4,2 Mio.) greifen zu Zeitschriften. Die Zahlen zur Bücher- und Zeitschriftennutzung haben sich im Vergleich zum Vorjahr nur geringfügig verändert (Buch 2014: 77 % bzw. 4,5 Mio.; Zeitschriften: 74% bzw. 4,3 Mio.). Allerdings konnten die Zahlen von 2013 nicht wieder erreicht werden. Damals waren es noch 81 Prozent (4,8 Mio.) der 6- bis 13-Jährigen, die zum Buch griffen, und 82 Prozent (4,8 Mio.), die eine Zeitschrift zur Hand nahmen. Elektronische Bücher spielen mit konstanten 13% weiterhin nur eine untergeordnete Rolle.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### „Ich verachte Agenturen, die Berufseinsteiger mit 1.600 Euro abspeisen!“



Die Frankfurter Agentur Klenk & Hoursch zeigt klare Kante. Was die Einstiegsvoraussetzungen für Berufseinsteiger angeht, gibt Vorstandsmitglied Daniel J. Hanke (Foto) ein eindeutiges Statement ab. Für ihn sind Uniabschlüsse, Praktikumszeugnisse und Sprachzertifikate die „harte Währung“. Darüber hinaus will er im Bewerbungsverfahren herausfinden, wie groß das Beraterpotenzial der Kandidaten ist. Passt das und die Persönlichkeitsmerkmale wie Neugierde oder „ein gewisser Grad an Extraversion“ sind vorhanden, geht es noch ums Gehalt. Und da gibt es bei Klenk & Hoursch klare Zahlen: Berufseinsteiger starten bei der Frankfurter Agentur mit einem Bruttojahresgehalt zwischen 28.000 und 30.000 Euro, also 2.300 bis 2.500 Euro im Monat. Hinzu kommt am Ende jedes vollen Jahres ein erfolgsabhängiger Bonus. Hanke: „Ich verachte Agenturen, die Berufseinsteiger mit 1.600 Euro abspeisen!“ Das lässt an Klarheit nichts zu wünschen übrig und dürfte in der Agenturbranche für Gesprächsstoff sorgen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### Personalien compact - Unternehmen (13) (32./33. KW-2015)

1. **Bartels verlässt AXA: Kerstin Bartels**, Leiterin Unternehmenskommunikation der AXA Konzern AG in Köln, wird das Unternehmen zum 31.08. verlassen und sich neuen Aufgaben widmen. Bartels hatte die Position erst Anfang April übernommen. Bei AXA führte sie ein Team von 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Bartels war zuvor Bereichsleiterin Presse/Unternehmenskommunikation bei den Generali Versicherungen, München. Vorherige berufliche Stationen waren die VHV Versicherungen und die Hannoversche Leben.

## Inhaltsverzeichnis

Der 481. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 57 Einzelmeldungen.

1. *KidsVA 2014/2015: Bücher bleiben beliebt, digitale Volljährigkeit ab neun Jahren*
2. *„Ich verachte Agenturen, die Berufseinsteiger mit 1.600 Euro abspeisen!“*
3. *Personalien compact - Unternehmen (13) (32./33. KW-2015)*
4. *Personalien compact - Sonstige (6) (32./33. KW-2015)*
5. *Personalien compact - Agenturen (8) (32./33. KW-2015)*
6. *häberlein & mauerer verteidigt Sony Deutschland Etat*
7. *Etats compact (19) (32./33. KW-2015)*
8. *komm.passion Dossier 07/2015: CEO-Networking - Big Business durch Small Talk?*
9. *Gehälter in PR-Agenturen: mit den Jahren kommt die Steigerung*
10. *Agenturen compact (1) (32./33. KW-2015)*
11. *Hannoveraner PR-Studierende unterstützen Projekt für Demenzerkrankte*
12. *DPRG ernannt drei neue Ehrenmitglieder: Cremer, Dürig, Peters*
13. *Rekordteilnehmerzahl beim Deutschen Journalistenpreis Wirtschaft*
14. *Medien compact (1) (32./33. KW-2015)*
15. *Manfred Piwinger: Reputation risikolos?*
16. *CSR compact (1) (32./33. KW 2015)*
17. *Digitalisierung nimmt rasant zu, WhatsApp boomt*
18. *PR-Interview Nr. 132 – Sascha Fligge, BVB Dortmund: „Planbar ist nur wenig“*
19. *Rezension: Multimedia Marketing für Anfänger*
20. *Seminare compact (2) (32./33. KW-2015)*
21. *PRtransfer: Agenda Setting durch Social Media funktioniert nicht*
22. *EHI-Studie: PR im Handel 2015 findet zunehmend auch online statt*
23. *Studie zum Alltag von Journalisten: PR-Agenturen und Pressesprecher werden wichtiger*
24. *Rechts-Nachhilfe in Sachen Schleichwerbung im Internet: „Werbung ohne Werbung geht nicht“*
25. *Lesehinweise compact (4) (32./33. KW-2015)*
26. *Pressesprecherverband: Nominierungen für "Pressestelle des Jahres" 2015*
27. *Preise und Awards compact (2) (32./33. KW-2015)*
28. *Neues Faktenkontor-Buch: Fünf Erfolgsfaktoren für die Krisenkommunikation*
29. *Stamm Medien-Newsletter August 2015*
30. *Jobbörse*
31. *Impressum*

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site  
Ihre (Urlaubsvertretung) Gerhard Pfeffer und das Team vom PR-Journal



2. **Bergschmidt Leiterin Marketing & Communications bei BearingPoint: Michaela Bergschmidt (33)** ist seit dem 1. Juli Leiterin Marketing & Communications DACH bei BearingPoint in Frankfurt am Main. Sie berichtet an Mike Kronfellner, Head of Marketing & Communications. Bergschmidt war zuletzt Marketing Managerin Public Services und stellvertretende Leiterin Marketing & Communications DACH des Unternehmens.
3. **Park neuer Leiter Unternehmenskommunikation der Software AG: Byung-Hun Park (36)** ist seit dem 15. Juni Leiter der Unternehmenskommunikation bei der Software AG in Darmstadt. Seit 2012 war Park Pressesprecher des Unternehmens ([wir berichteten](#)). Park berichtet an den Chief Executive Officer Karl-Heinz Streibich. Er folgt auf Barbara Kögler, die das Unternehmen verlässt.
4. **Bäumer neuer Pressesprecher der Targobank: Axel Philipp Bäumer (39)** ist seit dem 1. August Pressesprecher der Targobank in Düsseldorf. Dort berichtet er an Oliver Zilcher, Bereichsleiter Unternehmenskommunikation. Zuletzt war er Leiter der Pressestelle der CDU-Landtagsfraktion NRW. Bäumer folgt auf Sebastian Heindrichs, der zu Altana gewechselt ist.
5. **Gorny verantwortet Kommunikation beim Lufthansa Communications Hub München: Klaus Gorny (35)** ist seit dem 1. August Leiter Group Communications Hub München und Süddeutschland bei der Deutschen Lufthansa. Die Position wurde neu geschaffen. Zuständig ist er für die Kommunikation sowie das Veranstaltungsmanagement am Standort München.

In dieser Funktion berichtet er an Andreas Bartels, Leiter Media Relations Lufthansa Group in Frankfurt. Zuvor war Gorny Pressesprecher im Bereich Media Relations Lufthansa Group.

6. **Kreke mit neuen Funktionen bei Thomas Cook: Nina Kreke** (43) ist seit dem 1. August Pressesprecherin Hotels & Resorts bei der Thomas Cook Group. Zuvor war sie als Pressesprecherin für die Thomas Cook AG tätig. Sie berichtet an Mathias Brandes, den Group Head of Communications der Thomas Cook Group.
7. **Fuhlrott neu im Presseteam bei SWISS: Meike Fuhlrott** (42) unterstützt das Media Relations Team der Swiss International Air Lines (SWISS), Basel, seit Anfang August als neue Pressesprecherin. Sie kommt von der Unternehmensberatung A.T. Kearney, wo sie während der vergangenen sieben Jahre die Marketing- und Kommunikationsaktivitäten in der Schweiz verantwortet hat. Weiterhin zum Mediensprecher-Team unter der Leitung von **Daniel Bärlocher** gehören **Karin Müller**, **Sonja Ptasek** und **Stefan Vasic**.
8. **Pieper neue Sprecherin bei Reconcept: Christiane Pieper** (52) ist beim Hamburger Emissionshaus Reconcept neue Direktorin für Presse und Marketing. Seit dem 20. Juli verantwortet sie in der neu geschaffenen Position die Pressearbeit und Projekte der internen sowie externen Unternehmenskommunikation. Zuletzt war sie für Hesse Newman Capital tätig, wo sie für die Unternehmens-PR zuständig war. Bei ihrem neuen Arbeitgeber berichtet Pieper an den Geschäftsführer **Karsten Reetz**.
9. **Buchner kommuniziert für Holmer Maschinenbau: Sabina Buchner** (32) ist seit dem 1. Mai neue Leiterin der Abteilung Marketing und Kommunikation bei Holmer Maschinenbau mit Sitz in Schierling/Eggmühl. Die Position wurde neu geschaffen. Vorher war Buchner ein Jahr lang Referentin der Geschäftsleitung im Unternehmen. Sie berichtet an den CEO **Wolfgang Bergmann**.
10. **Neue Kommunikationschefin bei Energie Burgenland: Hannelore Halwax** (43) leitet seit dem 1. August die Unternehmenskommunikation der Energie Burgenland in Eisenstadt. Die Position wurde neu geschaffen. Halwax zeichnet für die externe und interne Kommunikation, das Mitarbeiter- und Kundenmagazin sowie den Social Media-Auftritt des Unternehmens verantwortlich. Halwax arbeitet bereits seit 2011 für den Landesenergieanbieter, zuletzt in der



A&B One

Position der stellvertretenden Leiterin für Marketing und Kommunikation. Sie berichtet an den Vorstandssprecher **Michael Gerbavits**.

11. **Von der Politik in die Unternehmenswelt: Alexander Schaub** (31) ist seit Anfang Juni neuer Referent für Unternehmenskommunikation beim Berliner Verkehrsunternehmen Abellio. Zuvor war er als Referent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU (MIT) tätig. Dort wird **Florian Beckert** sein Nachfolger. Beckert kommt von der Bundesakademie für Sicherheitspolitik, wo er Referent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit war. Bei der MIT berichtet er an den Hauptgeschäftsführer **Thorsten Alleben**. Schaub ist bei Abellio der Leiter Politik und Kommunikation, **Rainer Thumann**, zugeordnet.
12. **Faenger wurde Pressesprecher beim Chemparkbetreiber Currenta: Mauritz Faenger** (31) ist neuer Pressesprecher beim Chemparkbetreiber und -Manager Currenta, Leverkusen. Er verantwortet dort u.a. die Pressearbeit des Standorts Dormagen sowie zu energiepolitischen Themen. Faenger kommt vom Stadtwerke-Netzwerk Trianel in Aachen, bei dem er für die Kraftwerkskommunikation zuständig war. Bei Currenta berichtet er an **Jörg Brückner**, den Leiter Presse und PR.
13. **Wolff von der Rentenbank zum FinTech-Startup: Juliane Wolff** (33), zuletzt seit Juli 2012 Leiterin Öffentlichkeitsarbeit und Pressesprecherin bei der Rentenbank in Frankfurt am Main, ist seit dem 1. August Director Communications bei Lendico, einem FinTech-Startup von Rocket Internet in Berlin. Dort berichtet sie an **Dominik Steinkühler**, Co-Founder und Managing Director. Lendico sieht sich als Alternative zur klassischen Bank und bezeichnet sich

als Kreditmarktplatz für Privat- und Unternehmenskredite. Seit der Gründung im Dezember 2013 hat Lendico das Vertrauen von 250.000 Nutzern gewonnen.

### Personalien compact - Sonstige (6) (32./33. KW-2015)

1. **Von Aretin leitet Kommunikation für das Deutsche Jugendinstitut: Felicitas von Aretin** (53) ist Leiterin der im Juli neugeschaffenen Abteilung für Medien und Kommunikation des Deutschen Jugendinstituts (DJI) in München. In der Position verantwortet sie die Kommunikation des Instituts, das Wissenschaftsmagazin DJI-Impulse sowie den Aufbau des nationalen und internationalen Marketings. Zuvor war von Aretin Referatsleiterin für Forschungsmarketing, Veranstaltungen und Ausstellungen bei der Max-Planck-Gesellschaft.
2. **Beck Leiterin Kommunikation & Marketing der Max-Planck-Gesellschaft: Christina Beck** (49) ist seit dem 1. August Leiterin der Abteilung Kommunikation & Marketing der Max-Planck-Gesellschaft. Die Position wurde neu geschaffen. Zu Ihren Aufgaben zählen Wissenschaftskommunikation, Ausstellungen und Veranstaltungen, das Mitarbeitermagazin und das Intranet. Beck bleibt weiterhin Pressesprecherin der Max-Planck-Gesellschaft.
3. **BDSV in Düsseldorf mit neuem PR-Manager: Cord C. Schulz** (28) arbeitet seit dem 1. August als Projektmanager Public Relations der Bundesvereinigung Deutscher Stahlrecycling- und Entsorgungsunternehmen (BDSV) in Düsseldorf. Er ist in dieser Funktion für die externe, interne und politische Kommunikation des Verbandes zuständig. Zuvor wurde diese Aufgabe von der Geschäftsführung wahrgenommen. Er berichtet an den Hauptgeschäftsführer **Rainer Cosson**. Zuvor war Schulz BÜroleiter beim FDP-Abgeordneten **Jens P. Meyer** in der Hamburger Bürgerschaft.
4. **Neue Pressesprecherin bei der Kath. Frauengemeinschaft: Saskia Bellem** (37) ist seit 1. August die neue Pressesprecherin des Bundesverbandes der Katholischen Frauengemeinschaft Deutschlands (kfd) in Düsseldorf. Sie folgt auf **Petra Gohr-Guder**, die sich nach sieben Jahren neuen beruflichen Herausforderungen gestellt hat. Bellem arbeitete zuletzt freiberuflich und als Leiterin der Stabstelle Öff-

## KOMM-PASSION

fentlichkeitsarbeit und Kommunikation der kategorialen Seelsorge für den öffentlichen Auftritt aller 25 Seelsorge-Fachbereiche der Erzdiözese Wien.

5. **Spitz folgt auf Klaua beim DOSB: Ulrike Spitz** (59) wird zum 1. September 2015 neue Pressesprecherin des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB). Spitz war Sportressortleiterin der „Frankfurter Rundschau“ und Leiterin Kommunikation und Prävention sowie Stellvertretende Geschäftsführerin der Nationalen Anti Doping Agentur (NADA), ehe sie in den vergangenen Jahren als freiberufliche Kommunikationsberaterin und Autorin arbeitete, unter anderem für die NADA und die Deutsche Sportlotterie (DSL). Die aus dem Schwarzwald stammende frühere Leistungssportlerin tritt die Nachfolge des bisherigen Ressortleiters **Christian Klaua** (40) an, der zum IOC wechselt.
6. **Landkreis Friesland mit neuer Sprecherin: Nicola Karmires** (33) wird neue Pressesprecherin Landkreises Friesland. Als Nachfolgerin von **Sönke Klug** übernimmt sie die Pressestelle samt Verantwortung für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Kommunikation über soziale Netzwerke und die Webseite zum 1. Oktober. Vorgänger Klug orientiert sich beruflich um. Karmires sammelte ihre Vorerfahrungen in der PR bei einer Münchner Agentur und später beim Modeunternehmen Ulla Popken in Rastede. Bis zu ihrem Dienstantritt in der Kreisverwaltung ist sie noch für die Nordseebad Spiekeroog GmbH tätig.

**Personalien compact - Agenturen (8)  
(32./33. KW-2015)**

1. **Mouratidis übernimmt Teamleitung bei Kompaktmedien: Daniel Mouratidis** (38) leitet seit Juli 2015 das Team Strategie und Konzeption der Berliner Kommunikationsagentur Kompaktmedien. In seiner neuen Position soll er das Neukundengeschäft der Agentur weiterentwickeln, die vorrangig für politische Institutionen und Verbände kommuniziert. Zuvor war Mouratidis Geschäftsführer der Sarah Wiener Stiftung.
2. **Martin Schulze verstärkt giw-Team: Martin Schulze** (42) ist seit Anfang August PR-Senior-Berater bei der giw Gesellschaft für Informationen aus der und für die Wirtschaft mbH in Essen. Er übernimmt dort die Betreuung von IT-Kunden der Agentur, die ihren Schwerpunkt in der B2B-Kommunikation hat. Schulze war zuvor langjähriger Chefredakteur der CE-Fachhandelsmagazine hitec Handel und hitec Elektrofach.
3. **Loga ist stellvertretender Geschäftsführer von moskito: Hendrik Loga** (35) ist stellvertretender Geschäftsführer von moskito geworden. Er unterstützt die Inhaber Sabine Szabó und Eckard Christiani in der Leitung der Agentur. Zu seinem Aufgabenbereich zählt das operative Management am Stammsitz in Bremen. Zudem verstärkt er den Kreativbereich. Loga war zuletzt als selbstständiger Unternehmer in München tätig. Zuvor war er bei ProSiebenSat.1 Games und Burda Digital.
4. **Circle Comm GmbH erweitert Geschäftsleitung: Sabine Kreuzsch** (53), zuletzt zwei Jahre als Geschäftsführerin bei der Healthcare-PR-Agentur med publico in Wiesbaden, ist seit Anfang August neues Mitglied der Geschäftsleitung bei der Circle Comm GmbH - Agentur für Gesundheitskommunikation in Darmstadt. Sie berät dort Kunden in der ethischen Kommunikation. Kreuzsch war zuvor unter anderem bei verschiedenen PR-Agenturen wie Ogilvy Healthworld, Dorothea Küsters Life Science Communications und Edelman beschäftigt. (Quelle: „Healthcare Marketing)
5. **Storymaker-Berater Kottenstede zurück in Deutschland: Kai Kottenstede** (36), seit 2012 für das Team der Tübinger Agentur Storymaker in Shanghai, kehrt zurück nach Deutschland. Als Director China und Senior Consultant Food Technologies wird er von Berlin aus für Storymaker tätig sein. Von Shanghai aus hatte



- er bereits das Agenturteam in Beijing unterstützt. Parallel schließt er seine politikwissenschaftliche Promotion zur Lebensmittelsicherheit in China an der Universität Tübingen ab.
6. **Schaper und Krug zurück bei Cohn & Wolfe: Mirjam Schaper und Katja Krug** sind zurück bei der Agentur Cohn & Wolfe Deutschland, Hamburg. Nach einer längeren Auszeit bedingt durch Elternzeit sind die beiden Seniorberaterinnen nun wieder an Bord. Nach mehreren Kundengewinnen für die Corporate- und Krisen-Practice soll durch die Rückkehrerinnen nun die Healthcare-Practice gestärkt werden.
  7. **Wulff übernimmt Teamleitung bei Finanz-PR-Agentur: Neele Wulff** (30), seit Februar 2015 bei der Hamburger Agentur redRobin. Strategic Public Relations GmbH, leitet seit dem 1. August das neue Team „Versicherung und FinTechs“. Der Ausbau der internen Strukturen folgt auf vier Etatgewinne der Agentur im ersten Halbjahr 2015. Aufgabe von Wulff ist die strategische Beratung und Betreuung von Unternehmen aus dem Bereich Versicherungen und Finanzinnovationen. Wulff wechselte im Februar 2015 von der Hamburger Agentur EuroKommunikation zu redRobin.
  8. **Wilde & Partner baut sein Luftfahrtteam weiter aus: Magdalena Hauser** unterstützt ab sofort das Luftfahrtteam der Münchner Agentur w&p Wilde & Partner Public Relations. In ihrer neuen Position als PR-Beraterin betreut sie Agentur-Accounts im Bereich Airlines und Luftfahrt und gehört zum festen Beraterteam des Kompetenzbereiches Krisenkommunikation. Vor ihrem Wechsel zu w&p war Hauser vier Jahre in der Unternehmenskommunikation der

Condor Flugdienst GmbH tätig, zuletzt als Pressesprecherin.

## Etats

### häberlein & mauerer verteidigt Sony Deutschland Etat



Die Münchner Agentur häberlein & mauerer freut sich, die langjährige Zusammenarbeit mit Sony Deutschland fortzusetzen. Nach erfolgreicher

Verteidigung des Sony Mobile Communications Etats Ende 2014, konnte sich die Agentur auch im Pitch um Sony Deutschland Anfang 2015 erneut behaupten und führt die seit 2005 laufende Betreuung beider Accounts der Sony Corporation fort. Der Sony Deutschland Etat wird vom Digital Living-Team am Berliner Standort der Agentur betreut und umfasst die Bereiche Digital Imaging, TV, Vision & Sound sowie Corporate. Das Team um Vorstand Uwe Freytag (Foto) ist agenturseitig für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im B-to-B- und B-to-C-Bereich in Deutschland verantwortlich. Markenstrategie, Lifestyle-, Produkt- und Corporate-PR zielen darauf, das Image zu stärken und sollen die Sichtbarkeit von Sony in Special Interest-, Fach- und Publikumsmedien sowie in Blogs steigern.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Etats compact (19) (32./33. KW-2015)

1. **Grayling Schweiz gewinnt zwei Kommunikationsetats**  
Cornelia Versand GmbH, St. Gallen  
was: PR-Etat  
Mitel/Aastra, Solothurn  
was: Bekanntmachung der Marke  
an: **Grayling Schweiz AG**, Zürich
2. **PR für Odlo Sportswear**  
Odlo Sports Group AG, Hünenberg

### So nutzen Unternehmen Instagram

Instagram gehört – neben Youtube und Snapchat – die Zukunft. Während Facebook zunehmend veraltet, Google+ kurz vor dem Ende steht und Twitter vor allem um sich selbst kreist, gewinnt Instagram immer mehr Nutzer. Das Netzwerk setzt auf Bilder und die mobile Anwendung. Damit trifft es genau den Nerv der (jungen) Zielgruppe.

*Lesen Sie hier einige vielversprechende Beispiele, wie Unternehmen dies nutzen können.*

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

- was: Medien- und PR-Arbeit  
an: **PRfact AG**, Zürich
3. **Fauth & Gundlach unterstützt IT-Berater BenchCom**  
BenchCom GmbH, Wiesbaden  
was: PR-Betreuung  
an: **Fauth & Gundlach GmbH**, Wiesbaden
4. **Besser grillen mit der Counterpart Group**  
Die Kohle-Manufaktur / Rheinbraun Brennstoff GmbH, Frechen  
was: Markeneinführungskampagne für Grillbriketts und Brennpaste  
an: **Counterpart GmbH**, Köln
5. **Swisscontent mit neuen Aufträgen**  
a) Credit Suisse Group AG, Zürich  
was: Neukonzeption des Magazins InfoPlus  
b) Hostettler AG, Sursee  
was: Aufbau eines digitalen Mitarbeiterportals  
an: **Swisscontent AG**, Zürich
6. **Events für mehr Licht mit Velux**  
Velux Schweiz AG, Trimbach  
was: Live Communication  
an: **Relounge**, Olten
7. **Smirnoff-Wodka startet Multimedia-Kommunikationskampagne**  
Marketing- und Vertriebsgesellschaft Diageo Germany GmbH, Hamburg

- was: Neue Kommunikationskampagne unter dem Leitmotiv "We're Open"  
an: **72ndandSunny**, Amsterdam
8. **FleishmanHillard verteidigt PR-Etat der California Walnut Commission**  
California Walnut Commission (CWC), Folsom (Kalifornien, USA)  
was: Mix aus Healthcare-Kommunikation und Social Media-Maßnahmen  
an: **FleishmanHillard Germany GmbH**, Frankfurt am Main
9. **Augsburger Agentur übernimmt Pressearbeit für Berliner TechnoLab**  
Labordienstleister TechnoLab, Berlin  
was: Externe Pressestelle und Öffentlichkeitsarbeit  
an: **Konzept PR**, Augsburg
10. **Möller Horcher kommuniziert für 7BusinessConsulting AG**  
IT-Beratungsunternehmen  
7BusinessConsulting AG, Gemmrigheim  
was: Awareness-Kampagne, Positionierung von CEO Jürgen Böhm als Keynote Speaker  
an: **Möller Horcher Public Relations GmbH**, Offenbach
11. **Neues Mitarbeitermagazin für Rhön-Kliniken**  
Rhön-Klinikum AG, Bad Neustadt an der Saale  
was: Mitarbeitermagazin „Wir“ für alle fünf Klinikstandorte  
an: **Corporate Publishing Agentur Zimmermann Editorial**, Köln
12. **Technologie-Spezialist Pisano vergibt PR-Etat an Wilde & Partner**  
Pisano Holding GmbH, Hamburg  
was: Pressearbeit für Fach- und Consumer-Titel, PR zur Steigerung der Bekanntheit  
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
13. **B+D launcht neue Website für Landesanstalt für Medien NRW**  
Landesanstalt für Medien NRW, Düsseldorf  
was: Responsive und barrierefreier Website-Relaunch  
an: **B+D Interactive**, Köln
14. **A&B One übernimmt Markenentwicklung für Kliniknetzwerk „Wir für Gesundheit“**  
Kliniknetzwerk für Qualitätsmedizin „Wir für Gesundheit“, Berlin, und Debeka-Krankenversicherung, Düsseldorf  
was: Markenentwicklung und -architektur, Vertriebs- und Pressematerialien sowie Contentstrategie

**Zu schnell für Ziele?**

**Kommunikationsplanung mit Lautenbach Sass.**

Telefon + 49 69 257 82 65 - 0  
[www.lautenbachsass.de](http://www.lautenbachsass.de)

- an: **A&B One Kommunikationsagentur GmbH**, Berlin
15. **Fink & Fuchs kommuniziert für Fiduca & GAD IT AG**  
Fiduca & GAD IT AG, Dienstleister für alle Volks- und Raiffeisen-Banken, Karlsruhe und Münster  
was: PR-Etat  
an: **Fink & Fuchs Public Relations AG**, Wiesbaden und München
16. **Hurtigruten geht mit Hansmann PR auf Expedition**  
Hurtigruten, norwegischer Spezialist für Reisen in polare Gewässer, Hamburg  
was: PR-Etat fürs Segment Expeditions-Seereisen  
an: **Hansmann PR, Brunthaler & Geisler GbR**, München
17. **Cohn & Wolfe gewinnt den PR-Etat für die "Pille Danach"**  
HRA Pharma Deutschland GmbH, Bochum  
was: PR und Konsumentinnenkommunikation für ellaOne, die Pille Danach  
an: **Cohn & Wolfe PR GmbH & Co.KG**, Hamburg

## Agenturen

### komm.passion Dossier 07/2015: CEO-Networking - Big Business durch Small Talk?



Sekt oder  
Sachlichkeit?  
Während  
manche  
CEOs gerne

auf die eigene Finca laden und dort locker-leicht beim Schampus plaudern, quälen sich andere durch jede Minute eines Get-togethers. Networking ist heute Pflicht für CEOs. Laut einer Studie von IBM gehen 60 Prozent einer erfolgreichen Laufbahn auf das Konto von guten Beziehungen. Allerdings gibt es nicht nur eine erfolgreiche Weise des Netzwerkens. Erfolgreiches Networking heißt in erster Linie: die kommunikativen Stärken ausspielen. Diese sind bei CEOs unterschiedlich.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Gehälter in PR-Agenturen: mit den Jahren kommt die Steigerung

Die Kienbaum-Gehaltsstudie bringt es Jahr für Jahr an den Tag: PR-Führungskräfte auf Unternehmensseite beziehen durchaus Top-Gehälter ([wir berichten zuletzt am 21. Juli 2015](#)). Doch auch Mitarbeiter der Unternehmenskommunikation auf Referentenebene verdienen im Mittel mit 59.000 Euro pro Jahr durchaus passabel. Wie sieht es demgegenüber auf der Agenturseite aus? [„W&V Online“](#) und [„Gehalt.de“](#) wollten es genau wissen. Sie untersuchten die Gehälter in PR-Agenturen und stellten fest, dass ein PR-Berater im Schnitt pro Jahr 45.100 Euro oder 3.760 Euro im Monat verdient, auf den ersten Blick also deutlich weniger als auf der Unternehmensseite. Erst mit zunehmender Erfahrung und höherem Alter steigern sich die Einkünfte bis sie in den Bereich der Unternehmensverdienste kommen.



So verdient ein PR-Berater mit neun Jahren Berufserfahrung im Schnitt 57.000 Euro oder 4.750 Euro im Monat. Bis es soweit ist, müssen – wie in anderen Berufen auch – magere Jahre überstanden werden. Die genauen Zahlen für Berufseinsteiger sowie eine ausführliche Darstellung der Auswertung, die auf knapp 1.200 Datensätzen beruht, finden Sie direkt auf [„W&V.de“](#) im Beitrag [„Gehaltstabelle: Was ein PR-Berater in Agenturen verdient“](#).

### Agenturen compact (1) (32./33. KW-2015)

1. **Ehrenamtliches Engagement für Kinder:** Die PR-Agentur **Ballcom** mit Sitz in Heusenstamm wird ehrenamtlich die [Facebook-Seite](#) der Kinderhilfestiftung e.V. betreuen. Die Organisation hilft chronisch kranken, körperlich und geistig behinderten sowie misshandelten Kindern. Sie ist eine ehrenamtliche Initiative von Bürgern und der Wirtschaft der Rhein-Main-Region. Ihren Sitz hat sie in Neu-Isenburg.





## Organisationen

### Hannoveraner PR-Studierende unterstützen Projekt für Demenzerkrankte

# PRSH.

Public Relations  
Studierende Hannover e.V.

Konzepte für Events, Medienarbeit und Social Media – mit diesen Aktivitäten unterstützte der Verein der Public Relations

Studierenden Hannover e.V. (PRSH) im Wintersemester 2014/2015 das Projekt **Klang und Leben e.V.** Der Verein hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Lebensqualität demenzkranker Menschen mit Hilfe des gemeinsamen Musizierens zu steigern.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### DPRG ernennt drei neue Ehrenmitglieder: Cremer, Dürig, Peters



Für langjährige Verdienste um die Deutsche Public Relations Gesellschaft e. V.

(DPRG) wurden Uta-Micaela Dürig (Foto 2.v.li.), Geschäftsführerin der Robert Bosch Stiftung in Stuttgart, Winfried Peters (Foto 3.v.li.), Geschäftsführer und Inhaber der Agentur SEA Public Relations in Frankfurt, und Stephan M. Cremer (Foto 1.v.li.), Inhaber und Geschäftsführer der Agentur Topcom Communication in Frankfurt, mit der DPRG-Ehrenmitgliedschaft ausgezeichnet. Die Wahl erfolgte durch den Hauptausschuss des Berufsverbands.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*



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

**Testen Sie uns kostenlos!**

## Medien

### Rekordteilnehmerzahl beim Deutschen Journalistenpreis Wirtschaft



Der Deutsche Journalistenpreis Wirtschaft / Börse / Finanzen (djp) 2015 freut sich über 358 Teilnehmer, die insgesamt 436 Print- und Online-Artikel rund um das Wirtschaftsgeschehen aus den letzten zwölf Monaten einreichten. Die Jury hat nun bis zum 30. September die Qual der Wahl bei ihrem neunten Auswahlverfahren. Dann findet zur Bekanntgabe der Preisträger in Frankfurt am Main „die journalistenparty“ statt, zu der mehr als 250 Gäste erwartet werden. Eintrittskarten für die Veranstaltung der deutschsprachigen Wirtschaftspresse können direkt über die [djp-Website](#) bestellt werden. Hauptberufliche Journalisten, insbesondere alle Wettbewerbsteilnehmer und deren Redaktionskollegen,

haben freien Eintritt. Für Gäste aus der Wirtschaft gilt bis zum 31. August ein Frühbucheerpreis in Höhe von 120 Euro, danach 145 Euro.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Medien compact (1) (32./33. KW-2015)

"Ich will als Leser nicht wie ein Idiot behandelt werden!" meint **Georg Altrogge** auf meedia.de. Der Adressat seiner beißenden Kritik ist Spiegel Online-Chef **Florian Harms**. Dieser hatte am 14.08. erklärt, er wolle zukünftig in der Berichterstattung "auch bei düsteren Themen einen Aspekt aufzeigen, der Hoffnung macht". Spiegel Online habe immer noch "exzellente" Schreiber, meint Altrogge. Das Problem sei Harms als Chefredakteur, der die Leser für Volltrottel zu halten scheine und eine "schreckliche politische Korrektheit" verfolge. Mit der jüngsten Initiative von Harms solle sich jetzt wohl die Realität dem Journalismus anpassen. Altrogge gab Harms die Empfehlung, sich an dem Leitsatz von Rudolf Augstein zu orientieren: "Sagen, was ist." Hier der Link zum Beitrag von Altrogge.

## CSR + Reputation

### Manfred Piwinger: Reputation risikolos?



Nur rund ein Drittel der DAX-30-Unternehmen erwähnt Reputation als eigenständige Risikoart. Einige weitere erwähnen das Reputationsrisiko mehr oder weniger beiläufig in anderen Zusammenhängen. Und dies, obwohl das Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (kurz: KonTraG) ausdrücklich verlangt, dass „sämtliche den Unternehmen drohenden Risiken vollständig zu erfassen sind“. Gesetzlich geregelt ist die Pflicht zur Risikoberichterstattung u.a. im neuen Rechnungslegungsstandard DRS 20. Hernach sind alle Risiken berichtspflichtig „die die Entscheidung

der Adressaten des Konzernlageberichts beeinflussen können“. Ergänzung finden diese Vorschriften in verschiedenen Bereichen des Kapitalmarktrechts. Als eigenständige Risikokategorie ist Reputation bisher lediglich in den „Aufsichtsrechtlichen Mindestanforderungen an das Risikomanagement von Versicherungsunternehmen“ (MaRisk BA) verpflichtend geregelt.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### CSR compact (1) (32./33. KW 2015)

**Reputation - Rewe topp Edeka und Alnatura:** Das "Munich Digital Institute" hat in einer Analyse über 12 Monate das Informations- und digitale Mediennutzungsverhalten deutschsprachiger Internet-Nutzer zu einem gesundem Lebensstil ausgewertet. Zudem hatte das Institut analysiert, welche Rolle Unternehmen relevanter Branchen in diesem Kontext spielen. Über 2.500 Suchmaschinen-Begriffe und 100.000 soziale Konversationen wurden evaluiert. Ergebnis: Die Lebensmittelbranche kommt dem Wunsch nach transparenten Informationen kaum nach. Anders die deutschen Krankenkassenversicherer, die entsprechende Angebote aufgesetzt haben. Im Branchenschnitt kommen Lebensmittelhersteller und Handel nur auf etwa 21 Prozent positive Nennungen in Online-Medien und 32 Prozent positive Kommentare auf Facebook. Rewe liegt nicht nur vor Edeka, sondern auch vor dem Bio-Label Alnatura. Kellogg's und Danone liegen deutlich unter dem Branchenschnitt. Nestlé bildet das Schlusslicht. Unter den Versicherungen ragen Barmer GEK, Techniker Krankenkasse und AOK heraus. Europas größter Versicherer Allianz hält die rote Laterne.

## Social Media

### Digitalisierung nimmt rasant zu, WhatsApp boomt



Die Zahl der Internetnutzer steigt weiter an. Rund 3,2 Milliarden Menschen sind heute online, 43 Prozent der Weltbevölkerung. 223 Millionen Menschen haben weltweit das Internet in den letzten zwölf Monaten zum ersten Mal verwendet, was 600.000 neue Nutzer pro Tag sind. Im Jahresvergleich betrug die Steigerung 7,6 Prozent. Diese Zahlen hatte die Digital-Agentur We Are Social für ihren "Global Digital Statshot" ermittelt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Das PR-Interview

### PR-Interview Nr. 132 – Sascha Fligge, BVB Dortmund: „Planbar ist nur wenig“

Das "PR-Interview" wird realisiert von [K1 Gesellschaft für Kommunikation](#)



Mit dem Start der Fußball-Bundesliga rückt auch die Arbeit der Pressesprecher und PR-Verantwortlichen der Clubs in den Blickpunkt. Wir sprachen mit Sascha Fligge von Borussia Dortmund über seine Arbeit.

**PR-Journal:** Beschreiben Sie uns Ihre Aufgaben als Direktor Kommunikation von Borussia Dortmund.

**Sascha Fligge:** Vereinfacht gesagt ist meine Abteilung verantwortlich für alle intern und extern gespielten Inhalte. Konkret heißt das: die Homepage, Pressemitteilungen, wöchentliche Pressekonferenzen, ein Mitgliedermagazin mit 125.000er Auflage, 13 Millionen Facebook-Freunde, 1,5 Millionen Nutzer bei Twitter, über eine Million bei Google+, fast eine Million bei Instagram, das Festlegen der Strategien für die Unternehmenskommunikation – das Ganze in der Ansprache vom Ultrafan bis zum Aktionär. Vieles in Deutsch, Englisch und Japanisch. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Rezensionen

### Rezension: Multimedia Marketing für Anfänger



**Titel:** Praxishandbuch Multimedia-Marketing;  
**Autoren:** Thomas Urban und Andreas Carjell; **Verlag:** UVK Verlagsgesellschaft 2014, 362 Seiten; 39,99 Euro; ISBN-13: 978-3867644235

Was ist die letzten Tage und Wochen los in der Medienwelt? "The end of advertising as you know it" titelt socialmediaweek.org. Endlich schaltet Instagram seine Programmierschnittstelle für Werbung frei. Währenddessen verhilft der FC Bayern dem

ZDF zu einer Super-Quote. Und die deutschen Verlage setzen mit E-Book-Singles einen kleinen Schritt in das digitale Geschäft. Content Marketing. Cross-Media. Multimedia Marketing.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Seminare

### Seminare compact (2) (32./33. KW-2015)

1. **Kurse "Schreibwerkstatt", "Corporate Publishing" und "PR":** Die Münchner **Akademie der Deutschen Medien** bietet folgende Zertifikatskurse an: Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung am 31. August bis 03. September 2015; Corporate Publishing Manager am 07. bis 11. September 2015 sowie PR- und Communications Manager am 09. bis 12. November 2015. Alle Kurse finden in München statt. Diese und weitere Kurse mit Zertifikat finden Sie auf der [Webseite der Akademie](#).
2. **Konzeptionsseminar als Grundlage erfolgreicher PR Arbeit:** Im August startet die **Düsseldorfer Akademie für Marketing-Kommunikation DAMK** eine Veranstaltungsreihe zum Thema Öffentlichkeitsarbeit und PR. Zum Auftakt der Reihe erläutert Dozent Dirk Schäfer von der Agentur Conosco am **21. und 22. August** den Marketing-Management-Prozess (MMP). Im Zentrum des Blockseminars steht die Vorgehensweise bei der Entwicklung eines strukturierten und umsetzungsfähigen Konzeptes. Das Intensivseminar richtet sich in erster Linie an Marketingverantwortliche kleiner und mittelständischer Unternehmen. Die Teilnahme kostet 650 Euro. Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeit auf der [DAMK-Website](#).

## Studien

### PRtransfer: Agenda Setting durch Social Media funktioniert nicht



Die Reichweite einer Organisation in den sozialen Medien wird vor allem durch ihre Sichtbarkeit in den Massenmedien bestimmt. Dies zeigt die Studie „Social media and organizational visibility“ mit Blick auf einige der 500 umsatzstärksten Unternehmen der Welt sowie auf einflussreiche Non-Profit-Organisationen. Die US-Studie der Autoren Aimei Yang und Michael Kent aus dem vergangenen Jahr belegt: Die Aktivitäten einer Organisation im Social Web erhöhen deren Beachtung in den traditionellen Massenmedien kaum. Umgekehrt sagt die Reichweite massenmedialer Berichte über die Organisation meist auch eine hohe Reichweite im Social Web voraus. Das funktioniert unabhängig davon, ob die Organisation Social Media als Einwegkommunikation oder als „echtes“ Dialogangebot nutzt.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### EHI-Studie: PR im Handel 2015 findet zunehmend auch online statt



Printmedien behaupten sich auch in der digitalisierten Welt als wichtigster Kommunikationskanal für die Öffentlichkeitsarbeit im Handel. Der Trend zur Digitalisierung zeigt sich dennoch in der hohen Relevanz von Onlinemedien, der steigenden Präsenz von Handelsunternehmen in sozialen Medien und der wachsenden Bedeutung von Owned Media. Auch Big Data ist bei den Kommunikationsverantwortli-

chen des Handels längst ein Thema, so die Ergebnisse der EHI-Studie ‚PR im Handel 2015‘. Das EHI Retail Institute, Köln, ist ein Forschungs-, Bildungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner. Es hat für die Untersuchung PR-Vertreter aus 92 Handelsunternehmen befragt, darunter knapp die Hälfte der Top 20 des deutschen Einzelhandels.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Studie zum Alltag von Journalisten: PR-Agenturen und Pressesprecher werden wichtiger



Der Alltag der Journalisten in Deutschland ist von zunehmender Arbeitsbelastung, Zeitdruck und Budgetkürzungen geprägt. Pressekonferenzen werden deshalb in den meisten Fällen als reine Zeitverschwendung empfunden. Hingegen ist der persönliche Kontakt als Informationsquelle in den letzten Jahren wichtiger geworden. Das sind einige der Ergebnisse der Studie, die das ECCO-PR-Agenturnetz Düsseldorf jetzt gemeinsam mit dem Journalistenportal "newsroom.de" durchgeführt hat. Knapp 450 Journalisten haben sich an der Online-Umfrage beteiligt.

**Schaubild:** 81,6 Prozent der antwortenden Journalisten stellen eine gestiegene Arbeitsbelastung fest, nahezu ebenso viele (79 %) sehen als Resultat Qualitätseinbußen. Außerdem stellen sie eine zunehmende Erosion der Grenzen zwischen redaktionellen und bezahlten Inhalten fest. Folgerichtig sinkt

für fast alle Antwortenden (93 %) die Glaubwürdigkeit der Medien.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Lesehinweise

### Rechts-Nachhilfe in Sachen Schleichwerbung im Internet: „Werbung ohne Werbung geht nicht“



Wie soll der Beitrag jetzt gekennzeichnet werden? Ist es eine „Anzeige“, ein „Advertisorial“ oder ein „Sponsored Post“? Wer bloggt oder „Botschaften“ auf journalistischen Angeboten platzieren will, mag sich diese Frage hin und wieder schon gestellt haben. Die Leitfrage könnte – je nach Aufgabenstellung – aber auch lauten: Unter welchen Umständen kann es vermieden werden, diese Inhalte als Werbung zu deklarieren? Klare Antworten auf diese Fragen gibt Nina Diercks (Foto), sie ist Rechtsanwältin und Partnerin der Kanzlei Dirks & Diercks in Hamburg. Sie sagt unumwunden: „Werbung ohne Werbung geht nicht. Die User müssen den Unterschied zwischen kommerzieller Kommunikation und redaktionellem Inhalt klar erkennen können.“ In einem ausführlichen Aufsatz für das [„Upload Magazin“](#) warnt die Gründerin und Autorin des [„Social Media Recht Blog“](#) vor allen Spielarten der „unauffälligen Werbung“. Nur weil Schleichwerbung im Internet nun „Native Advertising“, „Blogger Relations“ oder „Content Marketing“ genannt werde, sei es noch lange nicht legal. Der Beitrag umreißt das Thema Schleichwerbung im Internet ebenso kompetent wie ausführlich, Sie finden ihn in voller Länge auf der [Website des „Upload Magazins“](#).

## Lesehinweise compact (4) (32./33. KW-2015)

1. **YouTuber erklären Kernbegriffe des Islam:** Youtube-Star **LeFloid**, der vor kurzem Bundeskanzlerin Angela Merkel interviewt hatte, die Beauty-Bloggerin **Hatice Schmidt** und **Mr-Wissen2Go** sollen Jugendlichen Grundbegriffe des Islam erklären. Die Bundeszentrale für politische Bildung hatte die bekannten YouTuber für eine Kampagne gewonnen, die als Gegenoffensive zur Internet-Propaganda des Islamischen Staats entwickelt wurde. Diese richtet sich an Jugendliche, die "ihren Platz in der Gesellschaft suchen oder aufgrund ihrer muslimischen Herkunft Ablehnung erfahren". Mehr Infos sind auf [futurezone](#) zu finden.
2. **Facebook will alles wissen, ist selbst aber wenig kommunikativ.** Axel Schröder, Korrespondent des Deutschlandfunks schreibt im DLF-Blog über den Versuch eines Besuchs im deutschen Facebook-Hauptquartier. [Seine Erkenntnisse hier zum Nachlesen](#). Es muss frustrierend gewesen sein - am Hamburger Firmensitz kein Firmen- oder Namensschild. Auch nicht an der Bürotür im 12. Stock. Schröders Resümee: "Und ich hoffe, dass die Menschen hinter Facebook Deutschland den Spruch ernst nehmen, der direkt am Empfangstresen auf einem Nelson Mandela-Poster steht: „Open all doors!“ – Wobei die Frage bleibt, was genau damit gemeint ist: „Öffnet alle Türen in unser Unternehmen“ oder „Öffnet alle Wohn-, Schlaf-, Badezimmer- und Küchentüren unserer Nutzer, unseres Nutzviehs!“?"  
P.S.: Ein Beispiel unverständlicher Blindheit von Facebook beschreibt [Thomas Lückerath am 7. August auf DWDL.de](#): "Rechtsradikaler Hass und Gewaltandrohungen - **Augen zu und durch - Facebook sieht kein Problem.**"
3. **Werben für ein anderes Deutschland:** Was der Hass auf Flüchtlinge mit Werbung zu tun hat? **W&V-Blogger Peter Breuer** fragt sich, "ob nicht genau jetzt unser Job als Werber anfängt". Das Briefing stehe jeden Tag schließlich in den Nachrichten. Seine Meinung: Wir haben alle Informationen und ein Produkt, für das es sich zu kämpfen lohnt - eine bunte, moderne und vielsprachige Demokratie. Sein Plädoyer für eine "Deutschland-Kampagne ohne Klischees und ohne Überheblichkeit" finden Sie im W&V-Blog [Breuers Arbeitswelt](#).

4. **Social Web: Bei allen Kanälen dabei um jeden Preis?** – Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn, Flickr, Google+, Pinterest – die Liste der Social-Media-Kanäle ist lang. Waren es anfangs überwiegend Twitter und Facebook, die mit Informationen beliefert wurden, so stehen bei vielen Unternehmen jetzt auch Pinterest und Google+ auf dem Marketing- und PR-Plan. Für manche ist der Corporate Blog ein „Must Have“ – schließlich will man in der digitalen Welt mit der Konkurrenz Schritt halten. Doch muss ein Unternehmen überall präsent sein? Was macht Sinn und vor allem was macht keinen Sinn? Antworten liefert ein **Beitrag von Helen Mack** auf dem [PR-Blog der Münchner HBI Helga Bailey GmbH](#).

## Preise und Awards

### Pressesprecherverband: Nominierungen für "Pressestelle des Jahres" 2015

Die neun Finalisten für die Auszeichnung „Pressestelle des Jahres 2015“ des Bundesverbands deutscher Pressesprecher (BdP) stehen fest. Nominiert in der Kategorie „Politik/Verwaltung“ sind das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt und das Klinikum Dortmund. Die Nominierten der Kategorie „Verbände/NGOs“ sind der Industrieverband Agrar e. V., der ÖAMTC und die Staatliche Kunstsammlungen Dresden. Auf der Shortlist für die Kategorie „Unternehmen“ stehen die Adam Opel AG, die Deutsche Telekom AG und die Kaspersky Labs GmbH.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Preise und Awards compact (2) (32./33. KW-2015)

1. **Die Shortlist für den PR-Bild Award 2015 steht fest.** Die Jury hat aus rund 1.800 eingereichten Bildern die 71 besten Motive ausgewählt. Bis zum 16. Oktober kann die Öffentlichkeit über das PR-Bild des Jahres 2015 abstimmen. Die Preise werden in den folgenden Ka-

tegorien vergeben: "Unternehmenskommunikation", "Event und Messe", "Produkt", "Porträt", "NGO", "Tourismus, Freizeit und Sport" sowie "Social Media" (Sonderkategorie). Die Preisverleihung findet am 12. November in Hamburg statt. In diesem Jahr feiert der Branchenpreis der dpa-Tochter news aktuell sein zehntes Jubiläum. Zur Abstimmung [bitte hier klicken](#).

2. **Auswertung für den Private Public Award gestartet:** Zum sechsten Mal bewertet **ergo Kommunikation**, Köln, zusammen mit den Wirtschaftsprüfern von **PKF Fasselt Schlage**, Frankfurt am Main, und weiteren Partnern die Geschäftsberichte der 250 umsatzstärksten, nicht-börsennotierten Familien- und Stiftungsunternehmen in Deutschland. Einsendeschluss war der 31. Juli. Nun werden Inhalt, Sprache, Gestaltung und digitale Präsentation anhand von rund 100 Kriterien genauestens unter die Lupe genommen. Der genaue Kriterienkatalog steht auf der [Award-Website](#) zum Download bereit. Die Gewinner werden am 12. November in Frankfurt am Main bekanntgegeben.

## Tipps

### Neues Faktenkontor-Buch: Fünf Erfolgsfaktoren für die Krisenkommunikation



Vier von fünf Unternehmen halten es für wahrscheinlich, dass sie innerhalb von sechs bis zwölf Monaten eine Kommunikationskrise erleben werden. Trotzdem herrscht in vielen Firmen große Unsicherheit, wie sie mit solchen

Krisen umgehen sollen. Es werden nur wenige Vorkehrungen getroffen. Doch gerade eine gute Vorbereitung in ruhigen Zeiten ist entscheidend für die kommunikative Bewältigung einer Krise. Das zeigt das neue Buch "Vordenker in der Krisenkommunikation. Die 10 entscheidenden Erfolgsfaktoren für (Kommunikations-) Manager" von der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## STAMM Medien-News

### Stamm Medien-Newsletter August 2015

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (ca. 24.000) in Deutschland (Print / Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk / Radio + Fernsehen, Online (seit 2003)). Im Juli 2015 wurden 5.454 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 16.929 Medien. Der monatliche „Stamm Medien-Newsletter“ informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Jobangebote

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

### GESUCHE

Die 5 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

### ANGEBOTE (60)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

#### Agenturen

- *Senior-PR Consultant (m/w) für den Bereich Fashion & Lifestyle in Düsseldorf*
- *Account Executive (m/w) Consumer Technology, Düsseldorf*
- *PR-Berater/In, Düsseldorf*
- *PR- und Social Media-Berater/in, Düsseldorf*
- *Junior-PR-Berater (m/w), Mannheim*
- *(Senior) PR-Berater (m/w) in Köln*
- *Jeschenko MedienAgentur sucht PR-Trainee (m/w) / Junior PR-Berater (m/w) / PR-Berater (m/w), Köln&Berlin*
- *PR-BeraterIn in München für die Bereiche Uhren/Schmuck und Lifestyle*
- *Junior-PR-Berater/-in Technik, Köln*
- *(Senior) Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Finanzthemen, Hamburg*
- *Erfahrener PR-Berater (m/w), München*
- *PR-Manager (m/w), Berlin*
- *Junior-PR-Berater/-in mit echter Content-Kompetenz, Montabaur*
- *PR-Berater (w/m), Hamburg*
- *Projektmanager/in, Berlin*
- *PR-Manager(in), Berlin*
- *Sinnstiftender Wirkungsraum als PR-Berater/in in München (ab September 2015)*
- *PR-Consultant Consumer für kleine, aber feine Lifestyle-Agentur in Hamburg*
- *GeSK in Berlin sucht (Junior-) PR-Berater/-in*
- *Junior PR-Berater (m/w), Wiesbaden*
- *Wir suchen Trainees / Junior Consultants (w/m), München*
- *Junior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Food & Lifestyle, Hamburg*
- *Account Executive/Junior PR-Berater (m/w), München*
- *Consultants (m/w) für Berlin*
- *(Senior) Account Manager PR (m/w) Corporate- & Krisenkommunikation, Hamburg*
- *Junior Account Manager PR (m/w), Hamburg*
- *International tätige Agentur im Rhein-Neckar-Raum sucht PR-Berater/in (auch Junior)*
- *Consultant (m/w) Consumer und Lifestyle PR, Düsseldorf*
- *redroses communications Hamburg sucht erfahrenen PR-Berater (m/w)*
- *Projektleiter/-in PR und Social Media in Lifestyle-Agentur, Berlin*
- *Havas PR Hamburg sucht (Junior) PR-Berater/in*
- *Junior PR Manager Tourismus in Lifestyle-Agentur, Berlin*
- *PR-Berater/in für den Bereich Marken-PR, Ludwigshafen a.R.*

#### Medien

- *Redakteur / Texter Arbeitsrecht (m/w), Frankfurt a.M.*

#### Unternehmen

- *Manager Public & Investor Relations (m/w), bei München*
- *Online-Redakteur/in, Frankfurt a.M.*
- *PR-Referent/in in Berlin*
- *Referent/in Pressearbeit, Düsseldorf*
- *Internal Communication Manager (m/f) Global Injectables Platform, Frankfurt a.M.*
- *PR Manager B2B/IT (m/w), Schwalbach/Taunus*
- *Junior Manager Communications (m/w), München*

#### Verbände (Non-Profit)

- *Senior-Referent Kommunikation / Pressesprecher (w/m, Vollzeit), Frankfurt a.M.*
- *Redakteur (m/w) – Schwerpunkt Online, Bad Oeynhausen*
- *Referenten/-in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit / Stiftungskommunikation, Bonn*
- *Assistenz (m/w) Öffentlichkeitsarbeit, Hamburg*

---

#### Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 17. August 2015 um 17:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.035 Empfänger** versandt.

---

## Impressum

---

#### Gründer + Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg (seit 2004/1996), ([pfeffer@pr-journal.de](mailto:pfeffer@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@pr-journal.de](mailto:dillmann@pr-journal.de)), **Postadresse:**

Linzer Strasse 72 b, 53604 Bad Honnef,

Telefon: 02224 901616, Telefax: 02224 901615, Mobil:  
0171 3326139;

**Redaktionsschluss für Newsletter:** montags um 16  
Uhr an [redaktion@pr-journal.de](mailto:redaktion@pr-journal.de).

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-Jobbörse":**

Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) ([karriere@pr-journal.de](mailto:karriere@pr-journal.de)).

**Korrespondenten:**

*Berlin/Potsdam:* N.N.

*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@mastermedia.de](mailto:helbig@mastermedia.de));

Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach; Manfred Piwinger,  
Wuppertal.

**Autoren:**

Dr. Wolfgang Griepentrog, Leichlingen; Christian  
Krause, München; Manfred Piwinger, Wuppertal;  
Mathias Scheben, Andernach; Mike Schnoor, Köln.

**Die Gesichter zu den Namen der „Mitmacher“ in der  
Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir auf  
unserer neuen Serviceseite dokumentiert:** <http://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, Mo-  
bil: 0160 94635777

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

URL: [pr-journal.de](http://pr-journal.de); [pr-journal.at](http://pr-journal.at); [pr-journal.ch](http://pr-journal.ch); [pr-journal.com](http://pr-journal.com);  
[pr-journal.info](http://pr-journal.info); [pr-journal.net](http://pr-journal.net);  
[agenturcafe.de](http://agenturcafe.de); [neues-prportal.de](http://neues-prportal.de); [pr-journal.de/newsletter/archiv.html](http://pr-journal.de/newsletter/archiv.html).



Auflage kontrolliert durch die  
Informationsgemeinschaft zur  
Feststellung der Verbreitung von  
Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin.  
Für 2013 wurden von InfOnline,  
Bonn für die Internetseiten des PR-  
Journals ausgewiesen: 357.592

Visits und 979.978 PageImpressions. Das ergibt einen  
Tagesdurchschnitt von 1.089 Besuchern.

**Laufend neue Informationen und Meldungen aus der  
Kommunikationsbranche finden Sie wie immer auf  
unserer Homepage**

- und auch bei Twitter: [@prjournal](https://twitter.com/prjournal) und [@prjobboerse](https://twitter.com/prjobboerse)
- sowie auf unseren Fanseiten bei Facebook: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- auch bei Google+: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- und bei [Pinterest](#)