

## PR-Journal Newsletter

Nr. 494 / 47. KW 2015

Seite 1

### thyssenkrupp: neuer Markenauftritt vermittelt Glaubwürdigkeit und Transparenz



Wer es ein wenig flapsig ausdrücken möchte, der könnte sagen: „Großes Kino!“ Wer es differenzierter erklären möchte, der könnte von einem „gelungenen Auftritt“ oder auch „vom richtigen Schritt zum rechten Zeitpunkt“ sprechen. Gemeint ist der neue Markenauftritt von thyssenkrupp. Präsentiert auf einer Pressekonferenz mit dem gesamten Vorstand, den CEOs einiger Einzelgesellschaften und den zuarbeitenden Dienstleistern, soll dieser neue Dachmarkenauftritt die Veränderung des früheren Stahlriesen hin zu einem diversifizierten Industriekonzern zeigen. Mal abgesehen davon, dass das neue grafische Erscheinungsbild handwerklich sauber, durchdacht und den Anforderungen an einen zeitgemäßen und zukunftsfähigen Auftritt genügt, war es die Art der Präsentation, die überzeugend wirkte. Glaubwürdigkeit und Transparenz kamen in einer Weise zum Ausdruck, wie man es bei Konzernen dieser Größenordnung selten erlebt. Foto: thyssenkrupps Vorstandschef Heinrich Hiesinger vor dem neuen Logo.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### Grimberg neuer ARD-Sprecher ab 2016

Steffen Grimberg (47) soll neuer Sprecher der ARD werden. Das berichtet der Mediendienst [„turi2.de“](#)

unter Berufung auf einen Bericht von Ulrike Simon im Blog [„rnd-news.de“](#) des Redaktionsnetzwerks Deutschland. Grimberg soll als ARD-Sprecher übernehmen, wenn Anfang 2016 die derzeitige MDR-Intendantin Karola Wille auf den Chefsessel der ARD rücke, heißt es. Grimberg gilt als versierter Medienjournalist. Er hat unter anderem für die „taz“ und das Medienmagazin „Zapp“ des NDR als Redakteur gearbeitet. Aktuell ist er noch beim Grimme-Institut beschäftigt. Mit Grimberg soll Sabine Krebs (45) die Pressestelle übernehmen. Krebs war zuletzt Chefin vom Dienst bei der „Tagesschau“ und den „Tagesthemen“. Grimberg und Krebs lösen 2016 Anna Engelke und Ilka Steinhausen ab, die unter dem aktuellen ARD-Intendanten Lutz Marmor die ARD-Sprecherinnen sind.

### Lars Kühn wird neuer Vorstand bei der WMP EuroCom AG



Lars Kühn (49, Foto (c) j+k) wird ab dem 1. Februar 2016 neuer Vorstand der Unternehmens- und Kommunikationsberatung WMP EuroCom AG

in Berlin. Kühn folgt damit dem bisherigen Vorstandsmitglied Klaus-Peter Schmidt-Deguelle (65), der aus dem Leitungsgremium nach Erreichen der Altersgrenze ausscheidet, dem Unternehmen aber als Senior Advisor verbunden bleibt. Im Vorstand unter dem Vorsitz von Michael Inacker und neben der für Finanzen und Personal verantwortlichen Katrin Dahm übernimmt Kühn neben der Betreuung von Mandaten die Aufgaben eines Chief Operating Officers (COO). Kühn war als Journalist unter anderem für die „Süddeutsche Zeitung“ tätig. Er gilt als Kommunikations- und Kampagnen-Experte und wirkte ab 1998 in der SPD Wahlkampfzentrale „Kampa“ mit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Inhaltsverzeichnis

Der 494. Newsletter des PR-Journals bietet über die aufgeführten Inhalte hinaus am Ende der jeweiligen Rubriken insgesamt weitere 22 Einzelmeldungen.

1. *thyssenkrupp: neuer Markenauftritt vermittelt Glaubwürdigkeit und Transparenz*
2. *ARD holt Grimberg als neuen Sprecher ab 2016*
3. *Lars Kühn wird neuer Vorstand bei der WMP EuroCom AG*
4. *Personalien compact - Unternehmen (8) (47. KW-2015)*
5. *Personalien compact - Agenturen (3) (47. KW-2015)*
6. *Kampagne zur Alphabetisierung geht den nächsten Schritt*
7. *Etats compact (6) (47. KW-2015)*
8. *Klenk & Hoursch mit neuem Office in Hamburg weiter auf Wachstumskurs*
9. *closer PR: neue Agentur für internationale Kommunikation*
10. *Agenturen compact (1) (47. KW-2015)*
11. *Der isländische Progressive Jazz unter den Nischenprodukten*
12. *Branche compact (1) (47. KW-2015)*
13. *Interview: Influencer sind für Audi "eine enorm wichtige Zielgruppe"*
14. *Drei Spielregeln für die CEO Reputation - Was Top-Manager für ihren guten Ruf tun müssen*
15. *PR-Interview Nr. 135 - Oberst Frank Warda: Für den guten Namen Deutschlands*
16. *Gerücht: Lasst uns anders reden!*
17. *WISSENSchaftPRAXIS: LPRS hat Lufthansa-Sprecher Helmut Tolksdorf zu Gast*
18. *Termine compact (1) (47. KW-2015)*
19. *Seminare compact (1) (47. KW-2015)*
20. *Olympia-Bewerbung bringt Hamburger auf Trab*
21. *Werte-Index 2016: Deutsche setzen auf gelebte Leidenschaften und persönliche Projekte*
22. *Unternehmensethik: Deutsche Unternehmen verlieren bei Mitarbeitern an Vertrauen*
23. *Master-Award Unternehmenskommunikation ehrt Studie über Newsrooms*
24. *Preise und Awards compact (1) (47. KW-2015)*
25. *Jobbörse*
26. *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



## Personalien compact - Unternehmen (8) (47. KW-2015)

1. **Hamburg Marketing hat neue Kommunikationschefin: Ingrid Meyer-Bosse** übernimmt mit sofortiger Wirkung die Leitung der Unternehmenskommunikation der Hamburg Marketing GmbH. In ihrer Funktion berichtet sie direkt an die Geschäftsführer **Dietrich von Albedyll**, **Thorsten Kausch** und **Rolf Strittmatter**. Zuvor hat Meyer-Bosse mehr als 17 Jahre die Unternehmenskommunikation des Film- und Fernsehdienstleisters Studio Hamburg verantwortet. Die Hamburg Marketing GmbH verantwortet als Strategiegesellschaft die Entwicklung, Kommunikation und Steuerung der Marke Hamburg mit dem Ziel, Wertschöpfung und Lebensqualität in der Stadt weiter zu steigern.
2. **UCB Pharma mit neuem Kommunikationsleiter: Werner Bleilevens** (39) verantwortet seit Anfang November den Bereich Unternehmenskommunikation Zentraleuropa bei dem biopharmazeutischen Unternehmen UCB Pharma in Monheim. Bleilevens bringt mehr als zehn Jahre Erfahrung in der internen und externen Kommunikation hauptsächlich aus pharmazeutischen Unternehmen wie AbbVie (Deutschland) und Grünenthal (HQ und USA) mit. Bei UCB berichtet Bleilevens an **Peter Mitterhofer**, Area Head Central Europe.
3. **Siltronic stärkt Unternehmenskommunikation: Petra Müller** (48) hat zum 1. November die Aufgabe als Director Investor Relations & Communications bei Siltronic in München übernommen. Die Position wurde neu eingerichtet. Müller war zuvor bei Interroll in der Schweiz als

Head of Global PR & Investor Relations tätig. Bei Siltronic berichtet sie direkt an CEO **Christoph von Plotho**.

4. **Wechsel von der Agentur- auf Unternehmensseite: Markus Eisenhut** (52) leitet vom 1. Januar 2016 an die Kommunikationsarbeit des Versicherungsunternehmens Zurich Schweiz. Der ehemalige Co-Chefredakteur der schweizerischen Zeitung „Tages-Anzeiger“ kommt von der PR-Agentur Farner, wo er zuletzt als Senior Consultant und Mitglied der Geschäftsleitung tätig war. Bei Zurich Schweiz berichtet Eisenhut künftig an **Christoph Gaus**, Leiter Marketing und Privatkundengeschäft sowie Mitglied der Geschäftsleitung.
5. **Salzburg AG bekommt neue Kommunikationschefin: Daniela Kinz** (41) übernimmt vom 1. Januar 2016 an die Leitung der Stabsstelle Kommunikationsmanagement beim Energie- und Infrastrukturdienstleister Salzburg AG. In Personalunion ist sie gleichzeitig auch Pressesprecherin. Sie löst **Sigi Kämmerer** ab, der zur FH Salzburg wechselt. Zuvor war Kinz Sprecherin des Bundesministeriums für Finanzen in Wien. Künftig berichtet sie an den Vorstand der Salzburg AG.
6. **Mayr fliegt von Qatar zu Singapore Airlines: Katharina Mayr** (29) ist als Nachfolgerin von **Nina Eberth** seit dem 1. November neue PR- und Marketing-Managerin Schweiz bei Singapore Airlines in Zürich. Vorgängerin Eberth hat das Unternehmen verlassen. Mayr war zuletzt als Executive Assitant für Qatar Airways Schweiz tätig. Künftig berichtet sie an den General Manager **Ranjan Jha**.
7. **Achermann ICT-Services verpflichtet PR-Manager: Roger Rietmann** (30) zeichnet seit Mitte Oktober verantwortlich für Marketing und Kommunikation beim schweizerischen ICT-Dienstleister Achermann ICT-Services in Kriens. Vorgängerin **Corinne Hofstetter** hat das Unternehmen verlassen. Rietmann arbeitete zuvor als Marketing Manager beim Onlinehändler ARP. Bei Achermann berichtet er an die Leiterin Interne Services, **Petra Zihlmann**.
8. **Neuer Unternehmenssprecher bei Grünenthal: Steffen Fritzsche** (51) leitet seit dem 1. November die Unternehmenskommunikation des Pharmaunternehmens Grünenthal in Aachen. Als Nachfolger von **Friederike Herrfurth** unterstützt er die Geschäftsführung in der internen und externen Kommunikation zu konzernrelevanten Themen. Vorgängerin Herfurth



hat das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen. Fritzsche war zuletzt bei UCB Pharma in Monheim, wo er seit 2010 Head of Corporate Communications & Public Affairs war. Bei Grünenthal berichtet Fritzsche an **Heinz-Gerd Sulmann**, Head of Global Human Resources.

### Personalien compact - Agenturen (3) (47. KW-2015)

1. **Karkalis, Düsseldorf mit neuem Consultant: Sabrina Schreiber** (28) verstärkt seit Mitte November das Düsseldorfer Team als Consultant für die Bereiche Lifestyle, Fashion und Interior und wird ab sofort u.a. unseren Neukunden beddinghouse betreuen. Sie war zuletzt mehrere Jahre auf Agenturseite für die strategische Markenberatung und Kommunikation für die Procter & Gamble-Marken Max Factor, Olaz, Pantene Pro-V und head&shoulders sowie für die Teamführung verantwortlich.
2. **B2B-Kommunikationsagentur Möller Horcher mit zwei neuen Redakteuren:** Möller Horcher, eine auf Business-to-Business-Kommunikation von IT- und High-Tech-Unternehmen spezialisierte Agentur aus Offenbach am Main, baut den Bereich Redaktion weiter aus: **Julia Götzschel** (27) und **Tatjana Müller** (26) unterstützen seit Herbst 2015 das Redaktionsteam bei der Content-Produktion. Götzschel war zuletzt in der Verlagsbranche als Lektorin und Produktmanagerin tätig. Müller verantwortete vor ihrem Wechsel die Eigen-PR für eine Frankfurter Kommunikationsagentur.
3. **Sigrid Eck Senior Advisor bei Hartmut Schultz Kommunikation: Sigrid Eck** (47) ist

neue Mitarbeiterin im Beratungsteam der Hartmut Schultz Kommunikation GmbH, München. Als Senior Advisor wird sie insbesondere für die Beratung von Kunden der Medien- und Marketing- sowie Digitalbranche verantwortlich sein. Eck verantwortete zuvor als Director Press die Unternehmens- und Programmkommunikation bei Universal Networks International Germany. Von April 2011 bis August 2014 leitete sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Discovery Networks Deutschland. Zuvor arbeitete sie 13 Jahre als Redakteurin, davon mehr als zehn Jahre bei der Fachzeitschrift „Werben & Verkaufen“. Sie war dort stellvertretende Ressortleiterin Medien.

## Etats

### Kampagne zur Alphabetisierung geht den nächsten Schritt



Im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) hat das Agenturkonsortium familie redlich / Kompaktmedien

die seit 2011 laufende bundesweite Informationskampagne zur Alphabetisierung „Lesen & Schreiben – Mein Schlüssel zur Welt“ optisch und inhaltlich überarbeitet. „Bisher wurden aus Sicht von Betroffenen die Vorteile des Lesen- und Schreibenlernens in der Rückschau thematisiert. Jetzt geht es darum, den Schlüsselmoment der Entscheidung pro Schriftsprache positiv einzufangen“, erklärt Claudio Gallio, Vorstand der familie redlich AG. Die Kernbotschaft: „Nur Mut! Der nächste Schritt lohnt sich.“ „Auch in der Medienarbeit und in Veranstaltungen für verschiedene Zielgruppen ist die Kernbotschaft im kommenden Jahr der zentrale Punkt in der neuen Erzählung“, sagt Norbert Schmedt, Geschäftsführer von Kompaktmedien. Die integrierte angelegte Informations- und Mobilisierungskampagne ist Bestandteil der von Bundesbildungsministerin Johanna Wanka im September 2015 ausgerufenen Dekade für Alphabetisierung. Die Kampagne

## KOMM-PASSION

des BMBF soll vor diesem Hintergrund über den sogenannten funktionalen Analphabetismus informieren und betroffene Menschen motivieren, den Schritt in die Schriftsprache zu gehen.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Etats compact (6) (47. KW-2015)

- Kavermann cb.e entwickelt Messestand für Allianz AG**  
 wer: Allianz AG, München  
 was: Messeauftritt auf der DKM  
 an: **CB.e Kavermann GmbH & Co. KG**, Stuttgart
- ISGRO mit „Licence to care“ auf Mission in London**  
 wer: Lohmann & Rauscher GmbH & Co. KG, Neuwied  
 was: Messestand auf der EWMA 2015 in London  
 an: **ISGRO - Gesundheitskommunikation GmbH & Co. KG**, Mannheim
- Schwartz PR gewinnt Re-Pitch um zwei Frankfurter Messen**  
 wer: Messe Frankfurt  
 was: Überregionale Presse- und Medienarbeit sowie Social Media für die Investitionsgütermessen „Light + Building“ sowie „ISH“  
 an: **Schwartz Public Relations**, München
- Schlösser PR betreibt Personality-PR für DJ Tomekk**  
 wer: Hip Hop-DJ Tomekk, Berlin  
 was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Social Media  
 an: **Schlösser PR**, Berlin
- Phicomm baut Zusammenarbeit mit Profil Marketing aus**  
 wer: Smartphone-Anbieter Phicomm Europe GmbH, Unterhaching (Hauptsitz in China)

was: Medienarbeit und Kommunikation im B-to-C- und B-to-B-Bereich

an: **Profil Marketing OHG**, Braunschweig

6. **Dr. Haffa & Partner unterstützt ABB-Forschungspreis**

wer: Energie- und Automationstechnik-Konzern ABB, Zürich

was: Kommunikation für „ABB Research Award in Honor of Hubertus von Grünberg“

an: **Dr. Haffa & Partner GmbH**, München



## Agenturen

### Klenk & Hoursch mit neuem Office in Hamburg weiter auf Wachstumskurs

Klenk & Hoursch AG konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr um 7,5 Prozent wachsen und ist nun mit knapp 50 Consultants mit Büros in Frankfurt am Main, München und neuerdings in Hamburg vertreten. Die inhabergeführte Beratung für Unternehmens- und Markenkommunikation in der digitalen Ära steigerte den Honorarumsatz vom 1. Oktober 2014 bis zum 30. September 2015 von 4,5 auf 4,8 Millionen Euro. „Dass wir nach dem extremen Wachstum in 2013/14 noch mal zulegen konnten, ist natürlich großartig“, kommentiert Vorstand Daniel J. Hanke. „Viel wichtiger sind für uns aber die langfristigen Weichenstellungen.“ Seit März 2015 ist Klenk & Hoursch Mitglied des größten globalen Netzwerks unabhängiger PR- und Marketing-Agenturen PROI. Seit Juni ist das Beratungsunternehmen zudem in Hamburg vertreten und betreut von dort aus Kunden wie Miles & More und Hapag-Lloyd. Ende September stieg der langjährige Mitarbeiter Tobias Müller zum Mitinhaber auf.

### closer PR: neue Agentur für internationale Kommunikation

Mit closer PR ist in Lüneburg eine neue Kommunikations-Agentur an den Start gegangen. Gründerin ist die Engländerin Urszula Huntemann (32, Foto), die mit ihrem Team auf kulturübergreifende PR –

auf Deutsch, Englisch und Spanisch setzen will. Huntemann ist überzeugt, dass die Zukunft der PR international ist. „Neben der klassischen internen und externen Kommunikation legen wir unsere



Schwerpunkte daher auf Social Media, Content Marketing und Cross Cultural Communications. Wir möchten unsere Kunden in einer global vernetzten

Welt kommunikativ und kulturbezogen zum Erfolg führen.“ International ist auch das Kern-Team von closer PR: Muttersprachlerinnen und Muttersprachler in Englisch, Spanisch und Deutsch bringen ihre Erfahrungen in PR-Beratung, Redaktion, Fundraising und Messeorganisation ein.

*[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

### Agenturen compact (1) (47. KW-2015)

1. **PRGN benennt Gewinner der Best Practice Awards 2015:** Das Public Relations Global Network (PRGN) hat die Gewinner der diesjährigen „Best Practice Awards“ bekanntgegeben: Die beiden deutschen Agenturen **cometis aus Wiesbaden** und **Industrie-Contact aus Hamburg** gewannen eine Gold- und eine Bronze-Auszeichnung. Die größten Gewinner international sind Cros (Russland) mit acht Auszeichnungen, Evident PR (Niederlande), The Fearey Group (Seattle, USA) und Landis Communications (San Francisco, USA) mit jeweils drei Preisen. Eine vollständige Liste aller Sieger befindet sich auf der [PRGN-Website](#).

## Branche

### Der isländische Progressive Jazz unter den Nischenprodukten



Es macht den Eindruck, Otto-Normalverbraucher finden Hörspiele immer nur dann, wenn sie nach Weihnachtsgeschenken suchen. Und dann nur zufällig.

Und neben einer Unmenge von Hörbüchern. Unsere Redakteurin Annett Bergk hat nachgefragt, wie die Chancen für die Medien-Gattung stehen, je wieder aus ihrem Nischen-Dasein herauszukommen. Sie hat mit dem Hörspielmacher Frank-Michael Rost (Foto © Nicole Traut) vom Ohrland Verlag für Hörbücher und Musik in Erfstadt gesprochen. Seine Einschätzung: „Das kommerzielle Hörspiel ist ein Nischenprodukt, das nur eine kleine Gruppe von Hörern anspricht. Und diese entspricht keinesfalls der ‚Hörbuch-Gruppe‘. Vielleicht kann man es mit isländischem Progressive Jazz vergleichen. Wer sich wirklich dafür interessiert, findet ein reichhaltiges Angebot.“

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Branche compact (1) (47. KW-2015)

1. **F.A.Z.-Institut und forum! kooperieren:** Das **F.A.Z.-Institut**, Frankfurt am Main, und das Mainzer **Marktforschungs- und Beratungsunternehmen forum!** sind eine strategische Partnerschaft eingegangen. Beide Unternehmen bündeln Kompetenzen in Marketing- und Kommunikationsanalyse sowie -beratung. Beide Partner werden künftig auch bei Studien, Veröffentlichungen und Veranstaltungen enger zusammenarbeiten. Für den 12. Mai 2016 ist eine Kooperation bei der Neuveranstaltung des F.A.Z.-Fachverlags „Erfolg in Kommunikation und Marketing. Der Kongress.“ geplant.

### Krisen-PR: Lernen von Charlie Hebdo

Charlie Hebdo provoziert mit seinem Cover zu den Anschlägen in Paris: Zu dem Titel „Sie haben die Waffen. Wir schießen auf sie, wir haben den Champagner!“ ist ein von Kugeln durchsiebter Mann zu sehen, dem Champagner aus den Einschusslöchern fließt. Die französischen Satiriker haben die Bedrohung durch Terroristen mit Witz entwaffnet.

Was Krisenkommunikatoren und Topmanager von den Satirikern lernen können, [lesen Sie hier](#).

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

## Social Media

### Interview: Influencer sind für Audi "eine enorm wichtige Zielgruppe"



Warum ist der Kontakt zu Influencern wichtig für ein Unternehmen wie Audi? Sie gelten als besonders glaubwürdig und sind in der Perspektive und der Sprache oft nah am Kunden, meint Agnes Happich (Foto), als Sprecherin der Audi Kommunikation zuständig für Blogger Relations. In einem Interview spricht sie über ihre Zusammenarbeit mit Bloggern, Instagrammern und YouTubern. "futurebiz" als einer der Veranstalter der **#Inreach**-Konferenz am 7. Dezember in Berlin hatte das Gespräch erstmalig veröffentlicht. Als Medienpartner der Konferenz bringen wir hier einen Ausschnitt.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Autoren-Beiträge

### Drei Spielregeln für die CEO-Reputation: Was Top-Manager für ihren guten Ruf tun müssen

Vom guten Ruf des Top-Managers an der Spitze eines Unternehmens hängt enorm viel ab. Er beeinflusst den Börsenwert und das Ansehen bei Investoren, aber auch die Attraktivität in der Öffentlichkeit, bei Kunden und Mitarbeitern. Aber im Ansehen der Bevölkerung belegen Top-Manager die letzten Plätze und immer wieder setzen CEOs ihre Reputation durch Unachtsamkeit leichtfertig aufs Spiel. „CEOs sind Hauptdarsteller ihres Unternehmens und müssen viele verschiedene Rollen authentisch ausfüllen. Die Regieführung liegt dabei aber bei den Kommunikationsprofis“, meint „PR-Journal“-Autor Wolfgang Griepentrog. Er befasst sich in einem aktuellen Beitrag mit der Frage, wie man den guten Ruf von Top-Managern aufbauen und sichern kann. Dazu hat er drei Spielregeln formuliert, die er nicht als Ersatz für ein systematisches Management der CEO Reputation versteht, sondern als Praxishilfe für den Alltag. Er empfiehlt, dass Top-Manager diese Spielregeln verinnerlichen. Lesen Sie den interessanten Impuls, der sicher Stoff für anregende Diskussionen mit dem Chef bietet, [im Blog von PR-Journal-Autor Wolfgang Griepentrog](#), Leichlingen.

## Das PR-Interview

### PR-Interview Nr. 135 - Oberst Frank Warda: Für den guten Namen Deutschlands



Über die Kommunikationsarbeit für die Auslandseinsätze deutscher Soldatinnen und Soldaten sprachen wir mit Oberst i.G. Frank Warda (Foto), Leiter des Presse- und Informationszentrums des Einsatzführungskommandos der Bundeswehr.

Wie  
läuft's?

Leistungsdiagnose  
mit Lautenbach Sass.

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

**PR-Journal:** Welche Themen werden im Zusammenhang mit einem Auslandseinsatz am häufigsten diskutiert bzw. angefragt?

**Frank Warda:** Das sind vor allem Informationen zu aktuellen Entwicklungen in den Einsatzländern. Derzeit haben wir insgesamt 16 Einsatzgebiete auf dem Balkan, in Afrika und Asien sowie auf dem Mittelmeer und dem Indischen Ozean. Rund 3000 deutsche Soldatinnen und Soldaten leisten dort Dienst. Viele Anfragen erreichen uns zu den in der Soldatensprache sogenannten „sicherheitsrelevanten Ereignissen“. Oft sind das brutale Gewaltakte. Wir mussten dabei lernen, auch mit so schwierigen Themen wie Tod und Verwundung umzugehen. Es gibt aber auch menschlich bewegende und Mut machende Nachrichten wie etwa im vergangenen Sommer die Geburt eines kleinen Mädchens an Bord der Fregatte „Schleswig-Holstein“. Die Mutter war als Flüchtling kurz zuvor von der deutschen Marine aus Seenot gerettet worden. Darüber hinaus interessieren sich Medienvertreter in erheblichem Umfang für die „Geschichten hinter der Geschichte“, also für das tägliche Leben in den Einsätzen und seine Wirkung auf Soldatinnen und Soldaten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Norbert: Gerüchte+Gerichte

### Gerücht: Lasst uns anders reden!



(nsb) „Audiatur et altera pars“ ist ein Grundsatz der Rechtsfindung: Man muss alle Seiten anhören. In der aktuellen Diskussion um die Ursachen des Terrors und wie er zu bekämpfen wäre,

gilt das auch. Tatsächlich aber macht kaum jemand sich die Mühe, einmal die Perspektive zu wechseln und zu versuchen, die Sicht der Täter einzunehmen. Es geht nicht darum, diese Sicht zu übernehmen – es geht um den Perspektivwechsel, um deren Motive zu verstehen.

Das beginnt bei der Sprache: Wir sprechen von „Terroristen“, in der Eigensicht halten sich die Täter von Paris, Beirut, Bamako etc. jedoch für „Kämpfer“. Und sie fürchten den eigenen Tod nicht, weil er sie zu „Märtyrern“ macht. Sie glauben, in einem Krieg zu kämpfen und zu fallen, der ihnen von den Feinden des Islam aufgezwungen wurde. Die Anführer haben das Kalifat des „Islamischen Staates“ ausgerufen, wer für ihn in den Krieg zieht und fällt, kommt ins Paradies.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Termine

### WISSENSchafftPRAXIS: LPRS hat Lufthansa-Sprecher Helmut Tolksdorf zu Gast

Insgesamt 13 Mal seit Anfang 2014 haben die Gewerkschaftsverbände Verdi, UFO und Cockpit die Lufthansa-Mitarbeiter zum Streik aufgerufen. 13 Mal stellte die Schere zwischen Tarifverhandlungen und Tagesgeschäft die Unternehmenskommunikation vor die Herausforderung, erfolgreich mit allen Anspruchsgruppen zu kommunizieren und die Informationshoheit intern und extern zu bewahren. Beim



Auftakt der Veranstaltungsreihe WISSENSchafftPRAXIS des LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V. im Wintersemester 2015 / 2016 erklärte Helmut Tolksdorf, Pressesprecher der Lufthansa Group, wie man eine Marke ohne großen Vertrauensschaden und Imageverlust durch einen Streik navigiert und eine vermeintliche Krise in eine Chance verwandeln kann.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Termine compact (1) (47. KW-2015)

1. **Fachschule am Joseph-DuMont-Berufskolleg bietet kostenfreies Studium:** Die Fachschule des Joseph-DuMont-Berufskollegs bietet am **3. Dezember einen Infoabend** für das berufsbegleitende Studium Medien- und Eventmanagement an. Das Studium ist auf sieben Semester angelegt und kostenlos. Der nach eigenen Angaben bundesweit einzigartige Fachschulschwerpunkt soll Interessenten neue Perspektiven für das mittlere Management eröffnen. Die Veranstaltung beginnt am 3. Dezember um 19:00 Uhr in der Schulstelle Escher Straße 217 am Joseph-DuMont-Berufskolleg in Köln. Weitere Informationen auf der [Website des Berufskollegs](#).

## Seminare

### Seminare compact (1) (47. KW-2015)

1. **Letzter AFK-Seminartermin für 2015:** Kreativ schreiben: Viele könnten es, wenn sie wüssten, wie es geht - davon ist die AFK Akademie Führung und Kommunikation überzeugt. Das **Texttraining S2 – Kreativ schreiben** am 8. Dezember will dafür wichtige Techniken vermitteln. Dazu gibt es eine Reihe von Tipps für kraftvollere Texte, die Aufmerksamkeit wecken und ihre Leser fesseln. Dazu erlernen die Teilnehmer lineare Techniken, mit denen sie vorhandene Ideen bewusst weiter treiben können. Trainingsort ist Oberursel bei Frankfurt am Main. → [afk-online.com](http://afk-online.com)



### Werte-Index 2016: Deutsche setzen auf gelebte Leidenschaften und persönliche Projekte

Für den Werte-Index 2016 analysierte ein Expertenteam 5,7 Millionen Postings der populärsten deutschen Websites, Communities und Blogs im Zeitraum vom 1. März 2014 bis 28. Februar 2015 quantitativ und qualitativ daraufhin, wie User grundlegende gesellschaftliche Werte (Freiheit, Gesundheit, Natur, Ehrlichkeit, Familie, Gemeinschaft, Gerechtigkeit, Anerkennung, Sicherheit, Einfachheit, Erfolg, Selbstverwirklichung, Transparenz) im deutschen Web diskutieren. Gesundheit ist den Deutschen wie auch in 2014 am wichtigsten. Dabei gilt es längst nicht mehr, ausschließlich Krankheiten zu behandeln, sondern mit Apps und Hightech-Geräten Leistung und Lebensqualität zu steigern. Beim zweitwichtigsten Wert, Freiheit, bleibt das selbstbestimmte, unabhängige Leben im Fokus. Erfolg zeigt sich stärker durch eine verbesserte Lebensqualität – materielle Sicherheit ist nur ein Teil davon.

*[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

## Studien

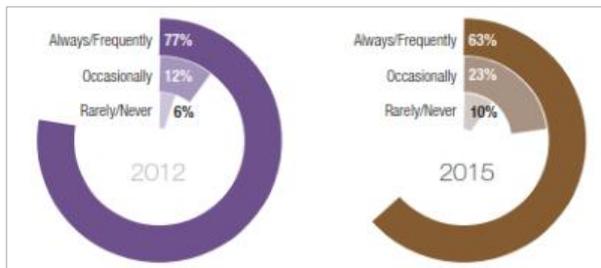
### Olympia-Bewerbung bringt Hamburger auf Trab

Im Sommer war die Bewerbung um die Olympischen Spiele 2024 noch jedem fünften Hamburger schlicht egal - inzwischen stehen ihr nur noch rund zehn Prozent der Hanseaten indifferent gegenüber. Immer mehr Hamburger entscheiden sich für eine Seite - und **davon profitieren beim Endsprint auf dem Weg zur Volksabstimmung eher die Olympia-Gegner**. Das zeigt eine aktuelle Umfrage der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Toluna.

Nach ihrer Unterstützung für die Olympia-Bewerbung ihrer Heimatstadt gefragt, antworteten Ende August noch 20,6 Prozent der Hamburger Befragten mit "ist mir egal". Bis Anfang Oktober sank dieser Wert schon auf 15,5 Prozent. Auf der Zielgeraden zur Volksabstimmung am 29. November 2015 hat jetzt nur noch rund jeder zehnte Hamburger (10,4 Prozent) keine Meinung dazu, ob die Spiele in der Hansestadt stattfinden sollten oder nicht. *[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*



## Unternehmensethik: Deutsche Unternehmen verlieren bei Mitarbeitern an Vertrauen



Deutsche Unternehmen haben bei ihren Mitarbeitern in den letzten Jahren deutlich an Vertrauen eingebüßt. Auf die Frage, ob das Tagesgeschäft durch Ehrlichkeit gekennzeichnet sei, gibt mittlerweile jeder dritte Arbeitnehmer an, Ehrlichkeit werde nur gelegentlich (23 %) oder kaum / nie (10 %) praktiziert. Damit hat sich der Anteil derjenigen, die Ethik und Integrität ihres Arbeitgebers an diesem zentralen Punkt in Frage stellen, innerhalb von drei Jahren fast verdoppelt. Im Vergleich zu 2012 geben dagegen nur noch 63 Prozent (2012: 77 %) an, dass Ehrlichkeit das Tagesgeschäft ihres Unternehmens häufig oder immer prägt. Die vom Institute of Business Ethics (IBE) in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Großbritannien durchgeführte Studie „Ethics at Work 2015“ zeigt, dass Arbeitnehmer in den anderen kontinentaleuropäischen Ländern (70 %) und in Großbritannien (81 %) deutlich größeres Vertrauen in die Ehrlichkeit und die ethische Integrität ihres Arbeitgebers haben. Das Schaubild (aus: IBE Survey Ethics at Work 2015, Germany, 14, Abb. 3) zeigt, wie sich der Umgang mit der praktizierten Ehrlichkeit in Unternehmen seit 2012 verändert hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



## Preise und Awards

### Master-Award Unternehmenskommunikation ehrt Studie über Newsrooms



Der Master-Award Unternehmenskommunikation an der Universität Mainz geht in diesem Jahr an Larrissa Lauth (auf dem Foto links neben Stephan Hoursch; © Alexander Schulte). Sie wird für ihre Abschlussarbeit über Newsroom-Strukturen in der Unternehmenskommunikation ausgezeichnet. Der Preis wurde am vergangenen Wochenende bereits zum vierten Mal durch die Alumni-Stiftung der Mainzer Publizisten vergeben. Gestiftet wird die mit 1.500 Euro dotierte Auszeichnung von der Agentur Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main. Die Absolventin überzeugte die Jury mit ihrer Arbeit „Vom passiven Berichtersteller zum aktiven Kommunikationsmanager – Das Newsroom-Konzept in der Unternehmenskommunikation und seine Auswirkungen auf das Berufsbild des Kommunikators“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Preise und Awards compact (1) (47. KW-2015)

1. **Faktenkontor mit Hamburger Consulting Preis ausgezeichnet:** Die Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor ist mit dem „Hamburger Consulting Preis 2015“ ausgezeichnet worden. Die Kommunikationsberatung belegte mit einem Social-Listening-Projekt für die Zeitschrift „Focus Money“ den zweiten Platz bei dem Wettbewerb, der alle zwei Jahre vom Hamburger Consulting Club und der Handelskammer Hamburg durchgeführt wird. Faktenkontor hat für „Focus Money“ die Studie „Kundenlieblinge 2014“ entwickelt und durchgeführt. Ziel war es, Kundenstimmen aus dem Web 2.0 zu 500 Marken zu erfassen, zu analysieren und zu bewerten. Innerhalb eines Jahres wurden 1,2 Millionen Aussagen gefunden und automatisiert ausgewertet.

## Jobangebote

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

### GESUCHE

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

### ANGEBOTE (44)

Volontariat/Trainee

Die 9 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- *PR-Volontär/in und PR-Manager/in in Münchner Kommunikationsagentur*

- *PR Account Manager (m/w) IT/Wirtschaft bei Akima in München*
- *(Junior) PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *PR-Berater (m/w) in Berlin*
- *Senior PR Berater (m/w) Schwerpunkt Healthcare, Köln*
- *Kundenberater Food / Lifestyle (w/m), Frankfurt*
- *PR-Manager Health-Care (m/w), Stuttgart*
- *Senior Account Manager (m/w) PR & Digital, Stuttgart*
- *Komm zu uns als Berater Consumer Electronics (m/w), Hamburg*
- *Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Bauen und Wohnen, Hamburg*
- *Senior Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Lifestyle, Hamburg*
- *PR-Berater (m/w) & PR-Junior-Berater (m/w), Willich*
- *(Senior) Content Strategist (m/w), Hamburg*
- *Redakteur (m/w) mit ausgewiesener IT/TK-Kompetenz, Köln*
- *PR-Trainee, PR-Assistent/in mit Tatendrang und Ambition, Hamburg*
- *PR-Berater (m/w) für die Themen Wein & Genuss, Speyer*
- *Jeschenko MedienAgentur Berlin sucht Junior PR-Berater (m/w)*
- *Junior-PR-Berater (m/w), München*
- *Junior Consultant (m/w), München*
- *(Junior) Berater Marken-PR (m/w), München/Düsseldorf/Hamburg*
- *PR-Berater und Projektmanager (m/w) in Karlsruhe*
- *Junior-PR-Berater/-in Schwerpunkt Technik und Industrie, Köln*
- *PR- Manager (m/w) bei BAGO DIWA \ WORKS, Berlin*
- *schönknecht : kommunikation sucht PR-Juniorberater/in, Hamburg*
- *Senior Account Manager PR / Stellv. Teamleitung (m/w), Hamburg*
- *PR- und Social Media-Berater/in, Düsseldorf*

Behörden (Öffentl.Dienst)

- *Wissenschaftliches PR-Volontariat, München*
- *Sachbearbeitung im Stabsbereich Presse und Kommunikation am Standort Bonn*

Medien

- *Jungredakteur/in, Köln*

Unternehmen

- *Referenten (w/m) für Unternehmenskommunikation und Marketing, Lahnstein*
- *(Senior) Public Relations Manager (m/w), München*
- *Manager Marketing & Unternehmenskommunikation (m/w), Heidelberg*

Verbände (Non-Profit)

- *Fachkraft für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit in Freetown, Sierra Leone*

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 23. November 2015 um 19:15 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.039 aktive Empfänger** versandt. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 17.651 Adressen

---

## Impressum

---

© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

**Gründer und Herausgeber:**

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, (pfeffer[at]pr-journal.de)

**Verlag:**

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

**Redaktion:**



Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, **Chefredakteur**, (dillmann[at]pr-journal.de). (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV), **Adresse:** Linzer Straße 72 b, 53604 Bad Honnef, Telefon: 02224 901616, Mobil: 0171 3326139;

Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen; Riccardo Wagner, Köln; Helge Weinberg, Hamburg; E-Mail: [redaktion@pr-journal.de](mailto:redaktion@pr-journal.de)

**Redaktionsrubrik „Das PR-Interview“:**

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

**Redaktionsschluss für Newsletter:**

montags 16:00 Uhr.

**Rubrik „PR-Jobbörse“:**

Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de). [www.jobs.pr-journal.de](http://www.jobs.pr-journal.de).

**Namen, Daten und Fotos** der Autoren und Korrespondenten des PR-Journals entnehmen Sie bitte dieser Website [www.pr-journal.de/fotos.html](http://www.pr-journal.de/fotos.html). Zum ausführlichen **Impressum** geht es hier: [www.pr-journal.de/impressum.html](http://www.pr-journal.de/impressum.html)

**Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:**

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

**Anschrift (Verlag):**

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

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

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



**Auflage kontrolliert** durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin.

Für 2014 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: 343.712 Visits und 828.038 Page-Impressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 942 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,4 Seiten aufgerufen.