

NEWSLETTER 499

53. KW 2015 + 01.
KW 2016

Lieber Leserinnen und Leser!

Wir begrüßen Sie im neuen Jahr mit einem neuen Layout für unseren Newsletter – nun auch optimiert für mobile Endgeräte. Im neuen Look & Feel bieten wir Ihnen auch weiterhin viele spannende Geschichten. Wir freuen uns auf Ihre Reaktionen! Alles Gute für 2016!

TOP MELDUNGEN

**In eigener Sache:
PR-Journal-Newsletter in neuer Optik
und mit neuen Rubriken →**



Liebe Leserinnen und Leser, gut erholt aus der Weihnachtspause meldet sich das „PR-Journal“ zurück. Wir wünschen Ihnen ein gutes Jahr 2016 – persönlich wie geschäftlich. Wie unschwer zu erkennen ist, präsentiert sich das „PR-Journal“ in neuer Optik: Der Auftritt wurde modernisiert und die Lesefreundlichkeit erhöht. Beides kommt der stetig wachsenden mobilen Nutzung – fast 27 Prozent zum Ende des Jahres 2015 – unseres Informationsangebotes entgegen. Inhaltlich warten wir ebenfalls mit Neuerungen auf. Schon online ist die neue Rubrik [„Sponsored Content“](#). Hier geben wir unseren Kooperationspartnern Raum, ihre Themen zu platzieren. Den Anfang macht die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA), die sich nun hier Monat für Monat mit ihren Mitgliedsagenturen präsentieren wird. Die Interviews und Berichte kommen übrigens von den vier PR-Studenteninitiativen, die das „PR-Journal“ fördert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Deutsche Börse: Fritton wird
Generalbevollmächtigter für
Kommunikation →**



Mit Wirkung zum 1. März 2016 wird Matthias Fritton (49, Foto) zum Generalbevollmächtigten der Deutsche Börse AG in Frankfurt am Main berufen. Sein künftiges Aufgabengebiet umfasst die Bereiche Unternehmenskommunikation, Marketing und Regierungsbeziehungen des Börsenkonzerns. In dieser neu geschaffenen Funktion berichtet er direkt an den Vorstandsvorsitzenden Carsten Kengeter. Damit bekommt Rüdiger Assion (49), bisher als Direktor Unternehmenskommunikation allein verantwortlich dieses Aufgabengebiet, einen neuen Chef vor die Nase gesetzt. Die mit der Berufung Frittons erfolgende Bündelung der Verantwortung für die Bereiche Marketing, Regierungsbeziehungen und Unternehmenskommunikation unter dessen Regie soll den einheitlichen Außenauftritt des Konzerns stärken und zu einer weiteren Steigerung der Markt- und Kundenorientierung führen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 499. Newsletters des PR-Journals, die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 33 Einzelmeldungen:

1. In eigener Sache: PR-Journal-Newsletter in neuer Optik und mit neuen Rubriken
2. Deutsche Börse organisiert Unternehmenskommunikation neu: Fritton wird Generalbevollmächtigter
3. Studierende interviewen GPRA-Präsident Kohrs: „Ich bin überzeugter Agenturmensch - ich liebe es!“
4. PR-Journal zieht positive Jahresbilanz für 2015: 368.000 Visits, 810.000 Pl's, 425 neue PR-Jobs
5. Trick übernimmt Leitung von compuccino – Roggenkamp wechselt zu Burson-Marsteller
6. Leichtfried ist neue Marketing- und Kommunikationschefin bei AIDA Cruises
7. Flughafen Berlin Brandenburg ersetzt Kommunikationschef Ralf Kunkel durch Daniel Abbou
8. Personalien compact - Unternehmen (12) (53. KW-2015 / 01. KW-2016)
9. Personalien compact - Sonstige (4) (53. KW-2015 / 01. KW-2016)
10. Personalien compact - Agenturen (5) (53. KW-2015 / 01. KW-2016)
11. we love pr GmbH geht zusammen mit Deichmann neue Wege
12. Etats compact (5) (53. KW-2015 / 01. KW-2016)
13. Agenturen compact (1) (53. KW-2015 / 01. KW-2016)
14. Ausschnitt zieht positive Bilanz für das Geschäftsjahr 2015
15. BAH-Kommunikationsteam bezieht neue Geschäftsstelle in Berlin und stellt sich neu auf
16. "DPRG-Journal" gestartet: Nach der Website folgt am 27. Januar der erste Newsletter
17. Branche compact (2) (53. KW-2015 / 01. KW-2016)
18. TV-Jahr 2015 beim Gesamtpublikum: Quoten der großen Sender sanken
19. „M Menschen Machen Medien“ startet online in das neue Jahr
20. Klaus Eck: Sieben Trends im Content-Marketing 2016
21. Susanne Herrmann, w&v: Mobile wird überschätzt und 7 weitere Fehlprognosen zur Digitalisierung
22. Dr. Google und die Kommunikation
23. Gerücht: Nur die Wurst hat zwei - nsb verabschiedet sich
24. Termine compact (2) (53. KW-2015 / 01. KW-2016)
25. SCM: Praxistage Interne Kommunikation 2.0 am 9. und 10. März 2016 in Frankfurt am Main



26. DAPR-Grundausbildung im Frühjahr 2016 in Düsseldorf und Frankfurt am Main
27. DAPR ergänzt Akademie-Team: Nils Hille neuer Geschäftsleiter
28. Stipendienwettbewerb Heldentage 2016: Kreativität trifft soziales Engagement
29. Studie: Fachmedien bleiben wichtigste Informationsquelle für professionelle Entscheider
30. Lesehinweis: Neuerscheinungen zum Thema Unternehmenskommunikation und Social Media
31. "pressesprecher": Was kommt da auf uns zu? Die Zukunft der PR
32. Lesehinweise compact (1) (53. KW-2015 / 01. KW-2016)
33. Cannes Lions Festival mit neuen Kategorien
34. dpa bietet Content-Auftragsproduktionen unter neuem Namen an
35. Tipps compact (1) (53. KW-2015 / 01. KW-2016)
36. Stamm Medien-Newsletter Januar 2016
37. PR-Journal: 25.515 Besucher im Dezember 2015; 25 neue Jobangebote; 26,9 % nutzen Mobilversionen
38. Jobbörse
39. 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

Studierende interviewen GPRA-Präsident Kohrs: „Ich bin überzeugter Agenturmensch - ich liebe es!“ →

Für die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) sind Nachwuchsförderung und die gezielte Verbesserung des Images von Kommunikationsagenturen gegenüber Studierenden wichtige Ziele der Verbandsarbeit. Mehrfach hat der Verband betont, dass Agenturen

ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern und künftig stärker im Sinne eines Employer Brandings am Markt agieren wollen. Eine konkrete Maßnahme setzt die GPRA in 2016 in Kooperation mit dem „PR-Journal“ um. Monatlich stellt sich ein Agenturchef der GPRA den Fragen von Studierenden, die sich in den Initiati-



ven in Hannover (PRSH), Leipzig (LPRS), Mainz (kommoguntia) und Münster (campus relations) engagieren. Die haben damit die Gelegenheit, alle Fragen über das Agenturgeschäft zu stellen, die sie für relevant halten. Den Anfang macht Uwe A. Kohrs. Er beantwortet die Fragen von Loreen Abedi und Nicole Hackmann, beide PRSH, sowohl in seiner Funktion als GPRA-Präsident als auch als Geschäftsführer der in Frankfurt am Main und Hamburg angesiedelten impact Agentur für Kommunikation GmbH.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Journal zieht positive Bilanz für 2015: 368.000 Visits, 810.000 Page-Impressions, 425 neue PR-Jobs →

Wie schon für 2014 konnte „PR-Journal“-Gründer und Herausgeber Gerhard Pfeffer auch für 2015 eine sehr positive Bilanz ermitteln. Knapp 368.000 Visits, 1.008 Besucher pro Tagesdurchschnitt lt. IVW auf der „PR-Journal“-Website und steigende Zahlen für die Nutzung des wöchentlich erscheinenden „PR-Journal“-Newsletters zeigen nach Ansicht Pfeffers, dass es richtig sei, seit elf Jahren voll auf die Online-Berichterstattung für die PR-Branche zu setzen. „Während die klassischen Printmedien in allen Bereichen weiter arg zu kämpfen haben – speziell auch in unserer Branche –, können wir uns über stabile Verbreitungs-

A&B One

und Erlöswerte freuen“, bilanzierte Pfeffer seine Analyse für das Jahr 2015.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PERSONALIEN

Trick übernimmt Leitung von compuccino – Roggenkamp wechselt zu Burson-Marsteller →

COMPUCCINO

Matthias Trick (38) ist neuer Geschäftsführer der Berliner Digitalagentur compuccino. Seit dem 1. Januar ist er neuer COO des Spezialisten für digitale Kommunikation und Content-Logistik, der seit 2014 mehrheitlich zur PR-Agentur Oliver Schrott Kommunikation (OSK) gehört. Trick war zuletzt als freier Berater tätig. Zuvor arbeitete er in leitenden Funktionen bei Scholz & Volkmer, Argonauten G2 und Interone, alle Berlin. Trick wird von Holger Bätz (46), dem neuen kaufmännischen Geschäftsführer, unterstützt. Bätz ist seit August 2014 Director Finance bei OSK in Köln. Die compuccino-Gründer Nader Csery und Klas Roggenkamp (38) haben sich zum Jahresende aus der

Geschäftsführung zurückgezogen. Sie bleiben Gesellschafter der Agentur und sind weiterhin für ausgewählte Projekte und Kunden tätig. Von Roggenkamp wurde jetzt bekannt, dass er seit Jahresbeginn neuer Senior Director Digital bei Burson-Marsteller ist. Dort soll er das digitale Geschäft der Agentur beleben.

Leichtfried ist neue Marketing- und Kommunikationschefin bei AIDA Cruises

→



Gerlinde Leichtfried (39, Foto) ist seit dem 1. Januar 2016 als Senior Vice President Marketing & E-Commerce neues Mitglied im Führungsteam von AIDA Cruises.

In dieser Funktion verantwortet die gebürtige Österreicherin die gesamte Marken- und Produktkommunikation, einschließlich des Bereiches E-Commerce bei dem Anbieter von Kreuzfahrten. Sie berichtet direkt an Felix Eichhorn, President AIDA Cruises. Die promovierte Wirtschaftswissenschaftlerin war vor ihrem Wechsel zu AIDA Cruises Mitglied der Geschäftsführung der Thalia Holding und zeichnete seit 2012 als Geschäftsführerin für die Bereiche Marketing & Cross Channel sowie Personal verantwortlich. Ihre berufliche Laufbahn startete Leichtfried in der Unternehmensberatung, bevor sie 2006 erste Führungsaufgaben in der Thalia Holding übernahm.

Flughafen Berlin Brandenburg ersetzt Kommunikationschef Ralf Kunkel durch Daniel Abbou →



Die Flughafen Berlin Brandenburg GmbH wechselt seinen Kommunikationschef aus. Nur drei Monate nachdem Ralf Kunkel (47) zum Leiter der neu ge-

KOMM·PASSION

schaftenen, einheitlichen Unternehmenskommunikation berufen wurde, wird der zum „Umlandbeauftragten“ degradiert. Sein Nachfolger wird ab dem 1. Januar 2016 Daniel Abbou (45), zuletzt Leiter Public Affairs beim Außenwerber Wall AG in Berlin. Kunkel war am 1. Oktober 2015 zum Leiter der bis dahin getrennten Einheiten Pressestelle, Öffentlichkeits- und Umlandarbeit sowie Corporate Design / Corporate Identity ernannt worden. Zuvor leitete er bereits seit 2006 die Pressestelle und sprach für das Unternehmen, seine Flughäfen Schönefeld und Tegel sowie die BER-Baustelle. Die Hintergründe für die plötzliche Umbesetzung sind nicht bekannt. Abbou war in der Vergangenheit im Berliner Senat Sprecher der Justiz- und später der Finanzverwaltung, wechselte dann als Sprecher in das Baden-Württembergische Finanz- und Wirtschaftsministerium, wo er auch als stellvertretender Regierungssprecher der Landesregierung tätig war.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Unternehmen (12) (53. KW-2015 / 01. KW-2016) →

1. **Offenberg ist neuer PR Manager der Lego GmbH:** Christoph Offenberg (39) ist seit Jahresbeginn neuer PR Manager der Lego GmbH, München, sowie stellvertretender Pressesprecher in der DACH-Region. Er folgt auf **Katharina Redmonds**, die als Digital Marketing Managerin in den Firmensitz der LEGO Gruppe

nach Billund wechselt und sich dort im Bereich Preschool um die globalen Online-Marketing-Aktivitäten der Lego Duplo Produktlinie kümmert. Offenberg, der von Sony Pictures Home Entertainment kommt, wo er zuletzt als Senior Marketing & Communication Manager tätig war, berichtet direkt an **Martina Augenstein**, Leiterin Brand Relations sowie Pressesprecherin LEGO GmbH.

2. **Heide-Park Soltau stellt Kommunikation und Marketing neu auf: Carsten Brandt** (39) ist seit dem 1. Dezember 2015 neuer Head of PR beim Freizeitpark Heide Park Resort in Soltau. Er ist für die externe und interne Kommunikation verantwortlich und fungiert auch als Pressesprecher. Zuvor war Brandt für die freenet Group tätig, wo er Pressesprecher für die Marken mobilcom-debitel und Gravis war. Brandt übernimmt die Position von **Romana Voet**, die die Kommunikation für rund drei Jahre verantwortete und nun intern auf die Position des Head of Marketing wechselte. Sowohl Voet als auch Brandt berichten in ihren neuen Positionen an **Birte Leiner**, die zum 16. November 2015 die Gesamtverantwortung für das Marketing der Heide-Park Soltau GmbH übernommen hat.
3. **Rubach beendet Interimstätigkeit für Nordsee: Jutta Rubach**, Agenturchefin von Jutta Rubach & Partner, Berlin, hat nach dreieinhalb Jahren zum Ende des vergangenen Jahres ihre Aufgabe als kommissarische Pressesprecherin für das Unternehmen Nordsee, Bremerhaven, beendet. Ursprünglich war die Interimstätigkeit für wenige Monate geplant. Doch daraus wurden dreieinhalb Jahre, in denen sie einen Veränderungsprozess des Unternehmens begleitete, der zu einer intensiveren Kommunikation des Unternehmens mit seinen Kunden führte. Außerdem hat sie für Nordsee das soziale Projekt „Schwimmen für Alle“ entwickelt. Das wird auch künftig von ihr fortgeführt.
4. **Neuer Kommunikationsleiter bei Fitness-King: Marc Mutert** (44) ist seit Anfang Januar



2016 neuer Leiter Kommunikation und Marketing beim Fitness- und Studiosport-Anbieter Fitness-King GmbH in Koblenz. Neben der Steuerung der Kernmarke wird Mutert die Unternehmenskommunikation verantworten und als Pressesprecher fungieren. Zuletzt war Mutert für die Unternehmenskommunikation der RPR-Hörfunkgruppe und deren Radiostationen RPR1, bigFM, Rockland-Radio sowie dem Werbezeitenvermarkter Radiocom verantwortlich.

5. **Burger King mit neuer Kommunikationschefin: Friderike Carolin Weiss** hat zum 1. Januar 2016 die Aufgaben als Director Communications sowie als Unternehmenssprecherin bei der Burger King Deutschland GmbH in Hannover übernommen. Die Position wurde neu eingerichtet und beinhaltet die Verantwortung für die interne und externe Kommunikation des Unternehmens sowie die Bereiche Public Affairs und Corporate Social Responsibility. Weiss arbeitet seit 2013 bei Burger King und war zuletzt Senior Manager Communications & Public Affairs, Europe, Middle East and Africa. Sie berichtet an die Geschäftsführung und den Hauptgesellschafter von Burger King Deutschland, **Gregor Baum**.
6. **Von König Pilsener zu Bitburger: Marc Baron** (29) leitet seit Jahresanfang die Kommunikation der Marke Bitburger der Bitburger Brauerguppe. Er wurde Nachfolger von **Christina Schommer**, die als Leiterin Verbraucher-Services im Bitburger Unternehmen eine neue Aufgabe übernommen hat. Baron ist seit 2014 für die

Gruppe tätig und war zuletzt Leiter Kommunikation der Marke König Pilsener. Er berichtet an den Direktor der Unternehmenskommunikation **Thomas Graf**.

7. **Paul Hartmann etabliert Director Global PR: Jeremy Whittaker** (38) verantwortet seit kurzer Zeit die Kommunikation bei Paul Hartmann, einem Hersteller von Medizin- und Pflegeprodukten mit Sitz in Heidenheim. Die Position des Director Global Public Relations wurde neu geschaffen. Whittaker arbeitete zuletzt als Global Manager Public Relations & Marketing Communications für die Styrolution Group. Bei Paul Hartmann berichtet er an **Ann-Kathrin Halvorsen**, Vice President Branding & Communication.
8. **Krebs spricht für Dresdner Automobilmanufaktur: Carsten Krebs** (43) ist seit dem 1. Dezember 2015 neuer Pressesprecher der Gläsernen Manufaktur, einer Dresdner Automobilmanufaktur von Volkswagen. Er wurde Nachfolger von **Christian Haacke**, der in die Kommunikationsabteilung von Volkswagen in Wolfsburg wechselte. Krebs war zuletzt verantwortlich für die Unternehmenskommunikation der Volkswagen Group of America. Künftig berichtet er an **Siegfried Fiebig**, den Geschäftsführer von Volkswagen Sachsen.
9. **Von der „Bild“-Gruppe zu Zalando: Sandra Petersen** (29) hat zum 4. Januar die Aufgabe als Unternehmenssprecherin Deutschland, Österreich und Schweiz bei Zalando in Berlin übernommen. Sie wurde Nachfolgerin von **Steffen Heinzelmann**. Petersen kam von Axel Springer, wo sie zuletzt als Pressesprecherin für die „Bild“-Gruppe tätig war. Bei Zalando berichtet sie an den Leiter der Unternehmenskommunikation **Boris Radke**.
10. **Kommunikationschef Zuber verlässt Gigaset: Stefan Zuber** (50), zuletzt Vice President Corporate Communications und Investor Relations beim Telekommunikationsunternehmen

Apple: eine Kultmarke auf dem Sterbebett

Apple ist angeknackst. Kommunikationskrisen und Produktfehler haben der i-Company zugesetzt. Marktanteile sinken. Analysten warnen vor einem Absturz in 2016. Fühlen Sie mit mir den Puls am Sterbebett einer Kultmarke.

Hier lesen Sie mehr.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Gigaset in Düsseldorf, hat das Unternehmen zum 31. Dezember 2015 verlassen. Die Stelle wird nicht nachbesetzt. Zuber war seit 2012 für Gigaset tätig und wird nun als freier Berater aktiv sein.

11. **Swisscom besetzt Pressesprecher-Stelle neu: Armin Schädeli** ist seit dem 1. Januar 2016 neuer Pressesprecher der Swisscom AG in Worblaufen bei Bern. Schädeli ist seit 2001 für das Unternehmen tätig und wurde bisher unterschiedlichen Bereichen eingesetzt. Zuletzt leitete er den Bereich Related Businesses. Schädeli wurde Nachfolger von Carsten Roetz und Olaf Schulze, die in der Unternehmenskommunikation neue Aufgaben übernehmen. Der neue Pressesprecher berichtet an den Leiter des Bereichs Media Relations, **Sepp Huber**. (Quelle: „persoenlich.com“ und „kleinreport.ch“)
12. **Branahl verlässt Fielmann nach 20 Jahren: Matthias Branahl** (54), langjähriger Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Fielmann AG, hat nach einem Bericht des „Hamburger Abendblatts“ das Unternehmen zum Jahresende verlassen. Wie der Nachricht im „Hamburger Abendblatt“ zu entnehmen war, habe man sich in beiderseitigem Einvernehmen getrennt.

Die Nachfolge ist noch nicht geregelt. Branahl war über 20 Jahre lang für die Fielmann AG tätig.

Personalien compact - Sonstige (4)
(53. KW-2015 / 01. KW-2016) →

1. **Schlick spricht für Die Linke-Fraktion im Bundestag: Michael Schlick** (52) ist als Nachfolger von **Hendrik Thalheim** seit dem 1. Januar 2016 neuer Pressesprecher der Fraktion die Linke im Deutschen Bundestag in Berlin. Vorgänger Thalheim wurde zum Leiter des Bereichs Medien und Öffentlichkeitsarbeit der Fraktion berufen. Schlick war zuvor stellvertretender Pressesprecher. Er berichtet an die Fraktionsvorsitzenden **Dietmar Bartsch** und **Sahra Wagenknecht**.
2. **Aufgabenzuwachs für Scharf bei der DAK: Rüdiger Scharf** (53), Pressesprecher der DAK-Gesundheit in Hamburg, hat zusätzliche Aufgaben bekommen. Seit dem 1. November leitet er den neu geschaffenen Bereich Public Relations. Er verantwortet die bundesweite Pressearbeit, die Kundenmagazine sowie die Briefkommunikation der gesetzlichen Krankenkasse. Scharf ist seit 2002 bei der DAK-Gesundheit und war zuletzt Teamleiter Presse. Er berichtet an den Leiter der Unternehmenskommunikation **Jörg Bodanowitz**.
3. **Verein homöopathischer Ärzte hat neuen Sprecher: Björn Bendig** (36) ist als Nachfolger von **Christoph Trapp** seit dem 1. Januar 2016 Pressesprecher beim Deutschen Zentralverein homöopathischer Ärzte (DZVhÄ) in Berlin. Vorgänger Trapp wurde zum Leiter der Abteilung Kommunikation/Marketing beim DZVhÄ befördert. Bendig ist seit 2010 bei dem Verband und war bislang als Redakteur tätig. Er berichtet künftig an die erste Vorsitzende **Cornelia Bajic**.

Wie
läuft's?

Leistungsdiagnose
mit Lautenbach Sass.

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

4. **Stadt Emmerich hat neuen Pressereferenten: Tim Terhorst** (34) arbeitet seit dem 2. Dezember 2015 als neuer Presse- und Medienreferent der Stadt Emmerich. Vorgänger **Herbert Kleipaß** ist in den Ruhestand gegangen. Terhorst war zuletzt seit 2007 verantwortlicher Mitarbeiter für die Kommunikation des Förderprogramms Interreg Deutschland-Niederland. Bei der Stadt Emmerich berichtet er an den Bürgermeister **Peter Hinze**.

Personalien compact - Agenturen (5)
(53. KW-2015 / 01. KW-2016) →

1. **Neuer Managing Director Deutschland bei Way To Blue: Björn Köster** ist seit Jahresbeginn neuer Managing Director Deutschland der internationalen Agentur für Kommunikation Way To Blue. Er wird vom Standort München aus agieren und an **Alicia Deza**, European Managing Director, berichten. Köster bringt seine Erfahrung aus der digitalen Welt, zuletzt als Vice President Global Business Development für die Marketingagentur iCrossing, ein. Dort hat er unter

anderem kanalübergreifende Digital Marketing Strategien für namhafte Marken entwickelt.

2. **Jans wird bei The Digitale Chefredakteur von Ispo.com:** Gunnar Jans, zuletzt bei der „Süddeutschen Zeitung“ (SZ), ist seit Januar 2016 neuer Chefredakteur Sport und Sport Business beim Content Marketing-Dienstleister The Digitale, der Münchner Tochter der Deutschen Telekom. Dort verantwortet er die Chefredaktion von „Ispo.com“. Bei der SZ war er im Print- und Online-Bereich für den Sport am Wochenende zuständig. Ende 2015 hatte die Messe München den Content Marketing-Dienstleister der Deutschen Telekom mit dem Relaunch der Website der Sports Business Messe beauftragt. (Quelle: „CP-Monitor.de“)
3. **Grit Arndt neue Brand Marketing Chefin von FleishmanHillard:** Grit Arndt (51) ist seit dem 4. Januar 2016 neue Leiterin der Brand Marketing Practice von FleishmanHillard, Frankfurt am Main. Als Senior Vice President Brand Marketing gehört sie dem Senior Management Team der Agentur in Deutschland an und ist verantwortlich für die Bereiche Brand, Lifestyle, Fashion und Consumer Electronics. Sie berichtet direkt an Geschäftsführer **Hanning Kempe**. Mit Stationen bei Scholz & Friends als Director Public Relations sowie bei CB.e Clausecker Bingel AG, Agentur für Kommunikation, verfügt Arndt über 15 Jahre Erfahrung im Bereich Brand Marketing. Seit 2012 ist sie als Dozentin an der ascenso Akademie für Business und Medien, Barcelona, tätig.
4. **Vom Club Med in die Agentur: Sophie Portenier** (28) ist neues Mitglied im Berater-team der auf die Reiseindustrie spezialisierten PR-Agentur Primus Communications GmbH in Zürich. Vor ihrem Wechsel arbeitete Portenier beim Club Med in zwei Hotels in Frankreich und in der Türkei, zuvor war sie bei der MSC Kreuzfahrten AG in den Bereichen PR, Sponsoring und



Social Media tätig. (Quelle: „persoenlich.com“ und „kleinreport.ch“)

5. **Reppesgaard erweitert Digitalkompetenz des Faktenkontors:** Lars Reppesgaard ist ab sofort neuer Mitarbeiter im Team der Hamburger Agentur Faktenkontor. Die Kommunikationsberatung will ihre Digital-Kompetenz weiter ausbauen. Der Journalist und Autor des Buches „Das Google-Imperium“ arbeitete zuletzt vier Jahre lang als Senior Consultant für eine auf Digitale Transformation spezialisierte Unternehmensberatung. Der in Oslo geborene Reppesgaard wird sowohl für die Agentur-eigene Redaktion schreiben als auch als Berater Kunden des Faktenkontors bei Digitalprojekten unterstützen. Reppesgaard arbeitete als freier Journalist unter anderem für die „Wirtschaftswoche“, das „Handelsblatt“, die „Süddeutsche Zeitung“ und die „Financial Times Deutschland“.

ETATS

we love pr GmbH geht zusammen mit Deichmann neue Wege →



Neuer Kunde für we love pr: Die Münchner PR Agentur hat sich den deutschen Mode-PR-Etats des Schuhfilialisten

Deichmann gesichert. Seit dem 1. Januar 2016 betreut das Team um Inhaberin und Geschäftsführerin Beatrice Handte die Bereiche Fashion PR und Blogger Relations für Deichmann in Deutschland. Die Zusammenarbeit umfasst klassische Medienarbeit, Blogger- und Influencer Relations und die strategische Beratung im Bereich Mode-PR. Bedient werden neben Print auch Online- und Social-Media-Kanäle. „Uns ist es sehr wichtig mit einer Agentur zusammenzuarbeiten, die die Welt der Mode- und Lifestyleprodukte kennt, lebt und sich darin bewegt“, so Ulrich Effing, Leiter Unternehmenskommunikation der Deichmann-Gruppe.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Etats compact (5)

(53. KW-2015 / 01. KW-2016) →

1. **StockonDeals engagiert PR von Hoyningen-Huene**
 wer: StockonDeals.com, Aarhus/Dänemark
 was: Unternehmenskommunikation und Pressearbeit
 an: **Public Relations von Hoyningen-Huene**, Hamburg
2. **Signum realisiert Technikfilm für Daimler Buses**
 wer: Daimler Buses, Stuttgart
 was: Technikfilm über Knickschutztechnologie
 an: **Signum communication GmbH**, Mannheim
3. **Grayling kommuniziert für Media-Saturn in Österreich**
 wer: Media-Saturn-Holding GmbH, Ingolstadt
 was: Strategische Beratung, Vernetzung aller Kommunikationskanäle, Social Media, Employer Branding und PR-Arbeit
 an: **Grayling Austria**, Wien

4. **Sturmfest berät Hersteller von Spezial-Naphthenölen und Bitumen**
 wer: Nynas AB, Stockholm (Schweden)
 was: interne und externe Unternehmenskommunikation
 an: **Sturmfest – Berater für Kommunikation**, Hamburg
5. **Ehrenberg gewinnt Marken-PR-Etat für Lieken**
 wer: Lieken Brot- und Backwaren GmbH
 was: Marken-PR für Golden Toast und Lieken Urkorn
 an: **Ehrenberg Kommunikation**, Hamburg

AGENTUREN

Agenturen compact (1)

(53. KW-2015 / 01. KW-2016) →

1. **Berliner Kommunikationsberatung kooperiert mit indischer Agentur: Die Berliner Kommunikationsagentur Big Bang & Whisper und PR 24 x 7 Network Limited**, eine der füh-

renden PR Agenturen in Indien, gehen eine strategische Partnerschaft ein. PR 24x7 Network Limited, gegründet im Jahr 2006 mit Hauptsitz in Indore in Madhya Pradesh (Zentralindien), ist eine der führenden Agenturen für PR Leistungen mit derzeit 36 Büros in der Finanzmetropole Mumbai und ganz Indien. Die Partnerschaft soll beide Agenturen stärker in die internationale Kommunikationslandschaft rücken. In der Pressemitteilung heißt es weiter, Ziel der Partnerschaft sei es, das wachsende bilaterale Geschäftspotential beider Länder voll auszuschöpfen.

UNTERNEHMEN

Ausschnitt zieht positive Bilanz für das Geschäftsjahr 2015 →



Das Berliner Medienbeobachtungs-Unternehmen Ausschnitt zieht eine positive Bilanz für das Geschäftsjahr 2015 und blickt auf dieser Grundlage positiv in die Zukunft: die regionalen Strukturen werden ausgebaut, auch personell gibt es bei Ausschnitt Neuerungen. So steht nach der Eröffnung eines Büros in Hamburg im Jahr 2014 nun der Schritt nach München unmittelbar bevor. Und unter der Leitung von Vertriebs- und Marketingchef Andreas Seifert kümmert sich Neuzugang Stefan Neubauer als Leiter Digital Media ab sofort um den Bereich Produktentwicklung und das Thema Business Development. Andreas Westermann (Foto), Geschäftsführer der Deutschen Medienbeobachtungs Agentur sagte daher: „Wir starten überaus motiviert in das neue Geschäftsjahr. Der sehr gute Jahresabschluss hat uns da sicherlich alle noch einmal beflügelt.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



ORGANISATIONEN

BAH-Kommunikationsteam bezieht neue Geschäftsstelle in Berlin und stellt sich neu auf →



Zu Jahresbeginn stellt sich die Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Bundesverbandes der Arzneimittel-Hersteller e.V. (BAH) personell

und logistisch neu auf. Unter der Leitung von Pressesprecherin Yvonne Möller (Foto) ist das BAH-Kommunikationsteam ab sofort in neuen Büroräumen im SpreeKarree in Berlin Mitte vertreten. [Wie am 28. Oktober berichtet](#), folgt Yvonne Möller auf Heinz-Gert Schmickler, der zuvor die BAH-Verbandskommunikation in Bonn geleitet hat und zum Ende des vergangenen Jahres in den Ruhestand getreten ist. Neu im Team der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist Holger Wannewetsch. Er unterstützt als Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die Abteilung um Yvonne Möller. Wannewetsch war unter anderem als Referent bei spektrumK und beim Bundesverband der Betriebskrankenkassen in Essen tätig. Pressereferentin Angelina Gromes, Referentin für Online-Kommunikation Katja Reich sowie Assistentin Stefanie Sarah Werner komplettieren die Kommunikationsabteilung des BAH.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BRANCHE

"DPRG-Journal" gestartet: Nach der Website folgt am 27. Januar der erste Newsletter →

DPRG Journal

Nach intensiver Vorbereitung zum Ende des vergangenen Jahres ist nun seit dem 4. Januar 2016 das neue "DPRG-Journal" online. Die neue Website der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) informiert ab jetzt umfassend, kontinuierlich und aktuell über Aktivitäten des Berufsverbands, seiner Gremien, Landes-, Fach- und YoungProfessional-Gruppen. Diese Meldungen werden 14-tägig im gleichlautenden Online-Newsletter „DPRG-Journal“ für alle DPRG-Mitglieder und PR-Interessierten zusammengefasst. Der Startschuss für den neuen Newsletter fällt am 27. Januar, nach der Bekanntgabe der Gewinner beim Deutschen PR-Preis am 22. Januar in Frankfurt am Main. Das „DPRG-Journal“ ist Teil der neuen Plattform, auf der sich der Berufsverband der PR-Leute präsentieren will. So werden seit dem 1. Januar 2016 die Mitgliederverwaltung, publizistische Leistungen und die Organisation von Veranstaltungen und Events vom Medienfachverlag Oberauer, Salzburg, übernommen. Die Online-Ausgabe des „DPRG-Journal“ entsteht dabei in enger Kooperation mit Gerhard A. Pfeffer, dem Gründer und Herausgeber des „PR-Journals“ in Siegburg.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (2)

(53. KW-2015 / 01. KW-2016) →

1. **news aktuell holt neue Online Marketing Managerin: Paulette van Heel (31)** ist als neue Online Marketing Managerin für news aktuell in Hamburg tätig. Ab sofort ist sie bei der dpa-Tochter schwerpunktmäßig für die Marketing- und Werbemaßnahmen im digitalen Bereich zuständig. Paulette van Heel arbeitete vor ihrem Wechsel zu news aktuell beim Spieleentwickler Poged und beim Reiseportal trivago, wo sie ebenfalls im Online-Marketing tätig war. Van Heel soll vor allem die Marken ots, zimpel und studio positionieren und PR-Fachleute von den Vorteilen der Dienste überzeugen.
2. **news aktuell verstärkt Sales mit Volker Hellmann:** Die dpa-Tochter news aktuell baut den Sales für die PR-Software zimpel aus: **Volker Hellmann (38)** unterstützt ab sofort als Account Manager den Vertrieb der PR-Software am Standort Frankfurt am Main. Der studierte Ernährungswissenschaftler verantwortet die Akquise und Betreuung der zimpel-Kunden im Südwesten Deutschlands. Bisher war Volker Hellmann bei news aktuell im Vertrieb des Produktionsservices studio tätig.

MEDIEN

TV-Jahr 2015 beim Gesamtpublikum: Quoten der großen Sender sanken →

Das TV-Jahr 2015 endete sowohl für die großen öffentlich-rechtlichen als auch für die privaten Sender mit einem Verlust von Marktanteilen im Vergleich zum Vorjahr. Beim Gesamtpublikum erreichte das ZDF mit 12,5 Prozent die Marktführerschaft. Zum vierten Mal in Folge ist das der Spitzenplatz. Doch im

Vergleich zum Jahr 2014 ging der Marktanteil um 0,8 Prozent zurück. Das Erste belegte mit einer Jahresquote von 11,6 Prozent den zweiten Platz, verlor aber 0,9 Prozent und kam damit auf den geringsten Jahreswert. Auch die großen privaten Sender RTL, Sat.1 und ProSieben verloren Marktanteile. RTL sank mit 9,9 Prozent erstmals seit dem Jahr 1988 unter die 10-Prozent-Marke. Sat.1 rutschte auf 7,9 Prozent, ProSieben auf 5,3 Prozent. Keiner der privaten Sender konnte von der Schwäche der öffentlich-rechtlichen profitieren. Der Trend zeigt für alle nach unten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„M Menschen Machen Medien“ startet online in das neue Jahr →

Die Publikation „M Menschen Machen Medien“, mit der sich die Gewerkschaft ver.di an Medienschaffende richtet, hat mit Jahresbeginn auch einen [Online-Auftritt](#). Mit „M Online“ soll schneller als bisher auf die rasante Entwicklung in der Medienbranche, die digitale Transformation in Unternehmen und Gesellschaft in Deutschland, Europa und der Welt reagiert werden. M berichtet zeitnah über alle wichtigen Themen aus der Medienwirtschaft sowie aus der Tarif-, Berufs- und Medienpolitik. Ein modernes Printangebot ergänzt ab 2016 den neuen Online-Auftritt von „M Menschen Machen Medien“. Viermal im Jahr erscheint ein Magazin mit Analysen und Hintergrundinformationen zu einem ausgewählten Medien-Schwerpunkt. Verschiedene zusätzliche Rubriken geben Raum für wichtige tarifpolitische Nachrichten, gewerkschaftspolitische Hinweise oder einfach Interessantes aus dem beruflichen Alltag. Das erste solche Print-Magazin erscheint Mitte März 2016.

SOCIAL MEDIA

Klaus Eck: Sieben Trends im Content-Marketing 2016 →

In 2016 machen alle Content-Marketing und wollen ihren Teil vom digitalen Kuchen verschlingen. Angesichts des Marktpotentials ist das kein Wunder. Bereits in diesem Jahr ist durch den Hype um Content-Marketing das Digital Business neu definiert worden. Doch auf was kommt es im neuen Jahr an? Was sind die „Trends des Jahres 2016“?

Content Shock verändert Spielregeln

Viel Social Media Content bringt nicht viel, deshalb werden Unternehmen sich zunehmend auf das Wesentliche beschränken und bessere, relevante Inhalte anbieten, mit denen sie ihre Stakeholder wirklich erreichen. Es gibt keine Notwendigkeit, alte Social Media Kanäle wie Google+ und Facebook zu betreiben, wenn man darüber seine Ziele nicht erreicht. Lieber sollten Marken sich auf einzelne Content-Hubs und Plattformen konzentrieren, die für sie auch erfolgreich sind. Angesichts des immensen Angebots an Content werden erste Marken dem Information Overload ausweichen, indem sie völlig neue, kreativere Konzepte ausprobieren, die für mehr Aufmerksamkeit sorgen. Hierbei kommt dem Content-Marketing eine große Bedeutung zu.

Den Beitrag von [Klaus Eck, München auf seiner Seite "PR-Blogger"](#) vom 21. Dezember 2015 hier online weiterlesen.

AUTOREN-BEITRÄGE

Susanne Herrmann, w&v: Mobile wird überschätzt und 7 weitere Fehlprognosen zur Digitalisierung →

Man dachte es über das Radio. Das Fernsehen. Das Auto. "Ich glaube an das Pferd. Das Automobil ist nur eine vorübergehende Erscheinung", prophezeite Kaiser Wilhelm II. Heute sind Kutschen nur noch Deko und Freizeitspaß für Touristen oder Verliebte.

"Der Fernseher wird sich nicht durchsetzen. Die Menschen werden sehr bald müde sein, jeden Abend auf eine Sperrholzkiste zu starren", mutmaßte Darryl F. Zanuck, Vizepräsident 20th Century Fox, 1946. Schon kurze Zeit später war das Fernsehgerät das moderne Lagerfeuer, um das sich die Familie scharte.

Ähnliche Prognosen gibt es rund um die Digitalisierung. "Das Internet ist nur ein Hype", sagte Bill Gates 1993. Zwei Jahre später brachte Microsoft dann doch noch die erste Version seines Browsers Internet Explorer heraus.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

REZENSIONEN

Dr. Google und die Kommunikation →



Titel: Healthcare-Kommunikation: Agenturportraits 2015; GWA Jahrbücher; Verlag: Frankfurter Allgemeine Buch 2015, 111 Seiten; 49,90 Euro; ISBN-13: 978-3956011023
Seit mehr als drei Jahren bin ich nun in der Healthcare-Kommunikation unterwegs. Die Sparte

ist im Vergleich zur „normalen“ Markenkommunikation sowohl einfacher als auch viel schwieriger; alles funktioniert genauso und doch kann man nicht alles so machen, wie es einem in den Sinn kommt. Gründe dafür sind nicht nur die rechtlichen Rahmenbedingungen und die Eigendynamik der gesamten Branche, sondern auch die Macht von Dr. Google. Man kann dem Patienten nichts erzählen, dass er nicht prüfen würde – oder nicht längst zuvor geprüft hätte. Das birgt Risiken und Chancen gleichermaßen.

Eine kleine Zusammenfassung – oder auch Inspiration – dessen, was in der deutschen Healthcare-Branche auf Kommunikationsebene derzeit los ist, bietet das Buch „Healthcare-Kommunikation: Agenturportraits 2015 – Deutschlands führende Agenturen“, das jährlich vom Agenturenverband GWA herausgegeben wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

NORBERT: GERÜCHTE+GERICHTE

Gerücht: Nur die Wurst hat zwei - nsb verabschiedet sich →



(nsb) Schreiben kann viel Spaß machen, und die Themen liegen auf der Straße. Das sind Gemeinplätze, die jeder Journalist kennt. Es gäbe also noch unendlich viele kulinarische Rezepte und Histörchen mit kulturhistorischem Hintergrund über Wachtelei, Grünkohl oder Jakobsmuscheln, die hier stehen könnten. Und mehr oder minder sarkastische Zeilen über das unerschöpfliche Potenzial deutscher Medien, richtig groß Scheiße zu bauen. Aber „Norberts Gerichte + Gerüchte“ wird es künftig nicht mehr geben: Alles hat seine Zeit. Auch eines dieser Worte, die immer richtig bleiben werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

Termine compact (2)
(53. KW-2015 / 01. KW-2016) →

1. **Workshop am 20. Januar zum Thema Datenqualität:** Zu Beginn des Jahres lädt die cobra GmbH mit Sitz in Konstanz zu einem **Workshop zum Thema Adressqualität** an. Am 20. Januar 2016 informiert der Experte für Adressqualität und Business Intelligence, Gerald Jungeblut, über die Notwendigkeit gepflegter Daten und die daraus entstehenden Vorteile für den Anwender. Die Veranstaltung richtet sich an alle, die Verbesserungsbedarf in ihrer Datenbasis sehen. Der Workshop findet am **20. Januar von 10:00 bis 17:00 Uhr in Frankfurt am Main** statt und kostet 129 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer. Interessenten können sich auf der [Cobra-Website](#) anmelden.
2. **DPRG-NRW lädt ein zum Neujahrsempfang:** Am **2. Februar 2016** ist die Landesgruppe Nordrhein-Westfalen der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) ab 18:30 Uhr zu Gast bei einem der führenden Immobilienunternehmen Deutschlands, der Vonovia SE in Bochum. Kommunikationsleiter Klaus Markus und sein Team werden an diesem Abend Einblick geben in den Change-Prozess des Unternehmens – von der Leitbildentwicklung über die Erarbeitung einer Corporate Identity bis hin zu neuem Namen und Logo. Zugleich begeht die DPRG-NRW an diesem Abend ihren Neujahrsempfang.

SEMINARE

SCM: Praxistage Interne Kommunikation 2.0 am 9. und 10. März 2016 in Frankfurt am Main →



Am 9. und 10. März 2016 veranstaltet die SCM – School for Com-

munication and Management erneut die Praxistage Interne Kommunikation 2.0 in Frankfurt am Main. Unter dem Motto „Ihr Weg zum erfolgreichen Social Intranet“ bietet die zweitägige Veranstaltung vielfältige Themen wie „Intranet-Seiten nutzerfreundlich gestalten“, „Intranet mit Microsoft SharePoint“, „Storytelling in der Online-Mitarbeiterkommunikation“, „Social Intranet erfolgreich steuern – Kennzahlen und Methoden“ und „Change Management Planung“, die in Kurz- und Intensivworkshops behandelt werden. Eingeladen sind Mitarbeiter und Leiter aus Abteilungen der Unternehmenskommunikation. Zu den Referenten gehören Julian Bahrs, sapento, Claudia Eichler-Liebenow, T-Systems MMS, Lutz Hirsch, HirschTec, Georg Kolb, Klenk & Hoursch, Carsten Rossi, Kuhn, Kammann & Kuhn, und Manuel Wecker, JP|KOM. Weitere Informationen zu den Praxistagen Interne Kommunikation 2.0 und den einzelnen Workshops finden sich auf der [SCM-Website](#).

BILDUNG

DAPR-Grundausbildung im Frühjahr 2016 in Düsseldorf und Frankfurt am Main →



Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) bietet im Frühjahr 2016 ihre Grundausbildung an den Standorten in Düsseldorf und Frankfurt am Main an. Die Reihe

besteht aus jeweils vier Modulen, die von Freitag bis Sonntag als Blockseminare stattfinden, wobei jedes Modul auch einzeln gebucht werden kann. Der Besuch aller vier Module berechtigt zur Prüfung nach PZOK-Standard zum Kommunikationsberater / Kommunikationsreferenten. Absolventen, die die Prüfung nicht ablegen möchten, erhalten ein Teilnahmezertifikat. Nachfolgend die genauen Termine.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DAPR ergänzt Akademie-Team: Nils Hille neuer Geschäftsleiter →



Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR), Düsseldorf, hat ihre Geschäftsleitung ergänzt. Nils Hille (Foto) verantwortet seit dem 1. Januar 2016 die strategische

Steuerung des Tagesgeschäfts, das Programm-Management und die Entwicklung neuer Formate. Philip Müller und Thomas Lüdeke bleiben geschäftsführende Gesellschafter der DAPR. Hille bringt als Diplom-Pädagoge und ausgebildete Trainer Erfahrung in der Aus- und Weiterbildung im Kommunikationsbereich mit – sowohl als Dozent, als auch als Coach für Unternehmen und Verbände sowie als Entwickler neuer Seminarformate und -angebote. Der Journalist hat neun Jahre als Redakteur bei corps. Corporate Publishing Services GmbH, einem Tochterunternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt, gearbeitet. Hier betreute er redaktionell leitend Print-Magazine und Online-Portale für Verbände und Unternehmen in der Mitglieder-, Kunden- und Mitarbeiterkommunikation. Zudem moderiert Hille seit elf Jahren Fachveranstaltungen für verschiedene Auftraggeber und gibt seine Erfahrung als Moderationscoach weiter.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Stipendienwettbewerb Heldentage 2016: Kreativität trifft soziales Engagement →



Die design akademie berlin, SRH Hochschule für Kommunikation und Design

GmbH, sucht im Januar 2016 wieder junge kreative Köpfe, die mit ihren Ideen für eine gemeinnützige Organisation zu „local heroes“ werden. 100 Teilnehmer entwickeln innerhalb eines Tages ausgefallene und aufmerksamkeitsstarke Kommunikationskonzepte für ein karitatives Projekt. Und können sich damit auch für ein Vollstipendium in den Bachelorstudiengängen Marketingkommunikation oder Kommunikationsdesign im Gesamtwert von 50.000 Euro qualifizieren. Die Veranstaltung heißt „Heldentage 2016“, der dazugehörige Claim „Kreativität trifft soziales Engagement“. Sie wird durchgeführt in Kooperation mit der Berliner Agentur Meta Design. Das Besondere dabei ist: Der soziale Partner ist zunächst geheim.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STUDIEN

Studie: Fachmedien bleiben wichtigste Informationsquelle für professionelle Entscheider →



Fachmedien sind die wichtigste berufsbezogene Informationsquelle der professionellen Entscheider in

Deutschland. Das zeigt die neue B-to-B-Entscheideranalyse 2015/16 der Deutschen Fachpresse. Ein Kernergebnis: Insgesamt werden mit gedruckten und digitalen Fachmedien 94 Prozent der B-to-B-Kernzielgruppe erreicht. Die Studie wurde mittels einer telefonischen Befragung von Czaia Marktforschung, Bremen, im Auftrag der Deutschen Fachpresse, Berlin, durchgeführt und von der Kommission AMF Media-marketing betreut. Am intensivsten genutzt wird die Fachzeitschrift, das gaben 81 Prozent der Befragten an, danach folgen mit 76 Prozent die digitalen Fachmedienangebote. An dritter Stelle liegt mit 74 Prozent die Nutzung digitaler Angebote von Unternehmen, vor Veranstaltungen mit 66 Prozent. Die Grafik zeigt einen Auszug aus der Tabelle „Nutzung von B2B-Informationsquellen“ des © Vereins Deutsche Fachpresse.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LESEHINWEISE

Lesehinweis: Neuerscheinungen zum Thema Unternehmenskommunikation und Social Media →



Der Springer-Verlag, Heidelberg, ist mit einer ganzen Reihe von neuen Büchern ins neue Jahr gestartet, darunter auch verschiedene Fachbücher aus den Bereichen Unternehmens- und Wissenschaftskommunikation, Interne Kommunikation und Social Media. Darunter ist auch

ein neues „Kompakt-Lexikon PR“ von Jan Lies. Laut Verlagsbeschreibung bietet das Nachschlagewerk Erklärungen zentraler Begriffe des Themengebiets Public Relations. Es umfasst Begriffe aus PR-Theorie sowie PR-Management und enthält mehr als 2.000

Stichwörter. Zahlreiche Verweise zwischen den Einträgen ergänzen die Ausführungen und zeigen Zusammenhänge auf. Somit ist das Lexikon sowohl für Studierende und Lehrende der PR als auch für Anwender und Entscheider in Unternehmen ein wertvolles Hilfsmittel. Das eBook kostet 14,99 €, das gedruckte Exemplar als Softcoverausgabe 19,99 € (ISBN 978-3-658-08742-5). Kurzbeschreibungen weiterer Neuerscheinungen folgen nach „weiterlesen“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

"pressesprecher": Was kommt da auf uns zu? Die Zukunft der PR →

Storytelling, Content Marketing, Digitalisierung – und wer weiß, was noch alles auf die PR-Branche zukommt. Zukunftsängste müssen Kommunikatoren allerdings weiß Gott nicht haben. Ihre Fähigkeiten werden in immer komplexer werdenden Zeiten mehr denn je benötigt. Ein wenig Gelassenheit und Besinnung auf Kernkompetenzen wären dabei jedoch nicht verkehrt. Einige Stichworte: **Eine Zukunft mit starken Medien - Beziehungspfleger statt Technokraten - Storytelling und andere Buzzwords.**

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise compact (1) (53. KW-2015 / 01. KW-2016) →

1. **Pitchberater Klein kritisiert übertriebene Erwartungen an Pitches:** Mit dem Satz „Die meisten Pitches in Deutschland sind Schwachsinn!“ lässt Pitchberater Oliver Klein im Interview mit „horizont.net“ aufhorchen. Der Inhaber und Geschäftsführer der Hamburger Agentur-Ma-

nagementberatung cherrypicker kritisiert im Gespräch die Unternehmen, die Pitches veranstalten. Er wirft ihnen vor, die Möglichkeiten des Instrumentes Pitches massiv zu überschätzen. Unternehmen erwarteten immer noch, dass ein Pitch fertige, umsetzungsfähige Lösungen liefere. Doch das klappe heute oft nicht mehr. Lesen Sie das vollständige Interview bei [„horizont.net“](http://horizont.net).

PREISE UND AWARDS

Cannes Lions Festival mit neuen Kategorien →



Ab dem 21. Januar können Bewerbungen für das Cannes Lions Festival, das vom 18. bis

25. Juni 2016 stattfindet, eingereicht werden. In insgesamt 24 Kategorien werden in diesem Jahr die begehrten Auszeichnungen beim internationale Kreativitätsfestival vergeben. Für PR, Corporate Publishing und Content Marketing besonders interessant: Die Kategorie Press Lions wurde umgewidmet in Print & Publishing Lions und deckt somit ein breiteres Spektrum ab. Außerdem wird Digital Craft von Cyber & Mobil getrennt. Weitere Einzelheiten zum Kreativitätsfestival, zu den Regeln und Teilnahmebedingungen finden sich auf der Lions-Website. Anmeldungen zur Teilnahme als Besucher sind ab dem 14. Januar möglich. Nachfolgend sind alle Kategorien für das diesjährige Festival aufgelistet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TIPPS

dpa bietet Content-Auftragsproduktionen unter neuem Namen an →



Über die klassische Tätigkeit als Nachrichtenagentur hinaus tritt die Deut-

sche Presse Akademie (dpa) auch als Content-Anbieter auf, der für unterschiedliche Auftraggeber maßgeschneiderte Produkte liefert. Bisher fand das unter dem Label dpa-Corporate Content statt. Der neue Name für Auftragsproduktionen unter dem dpa-Dach lautet nun „dpa-Custom Content“. Die Redaktion in Hamburg bietet unter dieser Überschrift aus den multimedialen dpa-Inhalten individuelle Lösungen für Unternehmen, Verbände, Institutionen und Medien zum Beispiel für Newsletter, Webseiten oder Printmedien. Die von Christoph Walter (36) geleitete Redaktion erstellt zum Beispiel Nachrichtenübersichten als regelmäßiges Briefing für Führungskräfte in Politik und Wirtschaft sowie versandfertige Newsletter zum aktuellen Geschehen in einzelnen Branchen. Zum Leistungsspektrum gehören auch das Erstellen von Webseiteninhalten im Kundenauftrag und die Produktion druckfertiger Zeitungsseiten mit „halbaktuellen Inhalten“ zum Beispiel aus Ressorts wie Reise, Wissen, Gesundheit und Kino.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps compact (1)

(53. KW-2015 / 01. KW-2016) →

1. **Jetzt-PR reduziert Preise für Messe-Pressaussendungen:** Der in Düsseldorf ansässige Presseversandanbieter **Jetzt-PR** redu-

ziert in 2016 seine Preise für Messe-Presseverbreitungen. Damit kosten Aussendungen in Deutschland 165 statt bisher 225 Euro und Aussendungen in der DACH-Region 205 statt 265 Euro. „Jetzt-PR steht für die Rückkehr zur klassischen Pressearbeit, die auf Genauigkeit, Qualität und direkte Information ausgerichtet ist“, sagt Wilhelm Fuchs, Gesellschafter bei Jetzt-PR. Außerdem bietet das Unternehmen bei PR und Pressearbeit fachliche Beratung mit Hilfe von Partnern.

STAMM MEDIEN-NEWS

Stamm Medien-Newsletter Januar 2016 →

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 Dezember 2015 wurden 2.424 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 15.818 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](#)

AUS DER REDAKTION

PR-Journal: 25.515 Besucher im Dezember 2015; 25 neue Jobangebote; 26,9 % nutzen Mobilversionen →

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das "PR-Journal" im Dezember 2015 insgesamt 25.515 Besucher lt. Zählung der **IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von**

Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 823 Visits**. Jede/r Besucher/in schaute sich 2,16 Seiten an - daraus errechnen sich 55.071 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im Dezember festgestellt: 69 Prozent waren neue Besucher; 54,2 Prozent der Besucher sind männlich, 45,8 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. 26,9 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten über **mobile Geräte** (Smartphones und Tablets) auf.

Knapp 60 Prozent der Besucher starten ihre PR-Journal-Durchsicht auf den Seiten der **PRJ-Jobbörse**. In deren sieben Kategorien wurden im Dezember 25 neue Stellenangebote veröffentlicht - mit bis zu 1.600 Klicks je Anzeige. im gesamten Jahr 2015 waren es 425 neue Jobangebote. 25 Anzeigen wurden im Dezember zudem auf der Startseite der PR-Jobbörse sowie bei Twitter, Facebook und auf Pinterest veröffentlicht – sowie auf der PRJ-Mobilseite.

Den "**PR-Journal-Newsletter**" (kostenlos abonnierbar, erscheint dienstags) haben Ende Dezember 2015 lt. CleverReach-Statistik 11.072 von 17.936 registrierten Empfängern erhalten. 30,1 Prozent haben ihn geöffnet. Einige hundert Empfänger erhalten den Newsletter zudem direkt über Facebook und Pinterest oder über die Mobilversion. Zahlreiche Beiträge der Ressorts sind außerdem als RSS-Feeds abonniert.

Die Jahresstatistik 2015 und die aktuelle Quartalsstatistik IV/2015 können Sie demnächst online auf der PRJ-Startseite unter "PRJ-intern" aufrufen/einsehen.

JOBANGEBOTE

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

Gesuche (6)

Die 6 aktuellen Gesuche finden Sie **hier**

Angebote (35)

Stellenangebote der Agenturen

- PR-Berater/in mit Schwerpunkt Konzept und Text, Bonn
- PR-Berater(in) Fashion / Lifestyle / Beauty, Düsseldorf
- Senior-PR-Berater(in) Fashion / Lifestyle / Beauty, Düsseldorf
- Account Director PR (m/w) in Berlin
- PR-Profi (m/w) mit Faible für Technikthemen, Hannover
- Junior PR-Texter/in, Berlin
- PR Berater Corporate Communications (m/w) bei Akima in München
- Senior PR-Berater (m/w), Hamburg
- Juniorberaterin oder Juniorberater mit redaktionellen Fähigkeiten, Frankfurt
- Senior Berater (m/w) Corporate Communications /CSR, Hamburg
- Erfahrene(r) PR Senior Berater(in) für Berlin und Düsseldorf
- 2 Junior PR-Manager/innen Schwerpunkt CSR / Nachhaltigkeit, Hofheim a.T.
- PR-Berater (w/m) Fashion / Lifestyle / Event, Düsseldorf
- PR-Berater (m/w), Frankfurt
- Junior PR-Berater (m/w), Frankfurt
- Junior-PR-Berater (m/w), München
- Berater (m/w) für Finanz- und Wirtschaftskommunikation, München
- Public Relations Traineeship ab sofort in Berlin
- Junior-Berater/in Public Relations, Berlin
- Senior-PR-Berater/in für München oder Frankfurt
- Leiter Unternehmenskommunikation/Pressesprecher (m/w), Hamburg/Berlin
- Berater (m/w) Arbeitgeberkommunikation und Arbeitgebermarke, Wiesbaden

Stellenangebote der Unternehmen

- Media Relations and Marketing Manager (m/f), Hannover/Berlin

Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie **hier**

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 11. Januar 2016 um 20:00 Uhr.
Dieser Newsletter wurde an **11.212 aktive Empfänger** versandt. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 17.982 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

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.

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

Marketing - MediaService - Anzeigen- / Banner-Verkauf:

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

Anschrift (Verlag):

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

E-Mail: redaktion@pr-journal.de

URL: www.pr-journal.de.



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