

NEWSLETTER 528

36./36. KW 2016

++ Neugeschäft: Pitchhonorare differenziert betrachten ++
++ Antje Neubauer leitet ab 2017 Deutsche Bahn-Marketing ++
.++ Kantar Media im neuen Look and Feel ++
++ PRJ-Newsletter jetzt wieder wöchentlich ++

TOP MELDUNGEN

DAPR startet mit „DAPR pro“ ein Fachseminar-Angebot für Kommunikations-Professionals →



Mit DAPR pro erweitert die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR), Düsseldorf konsequent ihr Programm um Fachseminare für Professionals.

In zweitägigen Seminaren mit Workshop-Charakter können sich (angehende) Profis der Kommunikationsbranche kompakt und praxisnah in Düsseldorf weiterbilden. Die Anmeldungen zu DAPR pro ist ab sofort auf www.dapr.de/pro möglich. Das erste Fachseminar „Social Intranet in der internen Kommunikation“ findet am 15. und 16. Februar 2017 statt. Für DAPR pro konnte der Weiterbilder eine Riege hochkarätiger Kommunikatoren und sehr gut bewerteter Dozenten wie Manfred Nelles, Christina Kahlert und Thomas W. Ullrich gewinnen. In zunächst 13 Seminaren zu Themen wie Cross Media Storytelling, Corporate Argumentation, Corporate Publishing managen und Bewegtbild-Kommunikation geben sie ihr Wissen und ihre langjährige Erfahrung an die Teilnehmer weiter.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Interview mit Frank Behrendt: Impulsgeber, Autor und Berater für gestresste Manager →



„Liebe dein Leben und nicht deinen Job“! Unter diesem Titel erschienen am 12. September die zehn Ratschläge von Frank Behrendt (Foto) für eine entspannte Haltung als Buch im Gütersloher Verlags-

haus. Vor Jahresfrist zog er mit der Veröffentlichung dieser Tipps bereits große Aufmerksamkeit auf sich. Behrendt, damals noch Vorstand bei der Kommunikationsagentur fischerAppelt AG – seit März 2016 dort als Senior Advisor tätig –, feiert sich seither als „Guru der Gelassenheit“. In dieser Rolle kommt er überzeugend daher. Viele Menschen, die ihn begleiten, bestätigen stets, dass seine Haltung nicht aufgesetzt wirkt, sondern einer gesunden Distanz zum Berufsleben entspringt. Die Rezension über sein Buch von unserer freien Autorin Paula Slomian [finden Sie hier](#). Wir haben das Erscheinen des Buches genutzt, um bei Behrendt nachzufragen, welche Folgen die Veröffentlichung seiner teils steilen Thesen für ihn hatten und haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 528. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 56 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1
DAPR startet mit „DAPR pro“ ein Fachseminar-Angebot für Kommunikations-Professionals →	1
Interview mit Frank Behrendt: Impulsgeber, Autor und Berater für gestresste Manager →	1
PR-Eigentor nicht nur für Start-ups: Mit Floskeln, Pseudo-News und Nachhaken Journalisten nerven →	3
Personalien	3
Antje Neubauer leitet zukünftig das Marketing der Deutschen Bahn →	3
Metro Group legt die Bereiche nternnehmenskommunikation und Politik zusammen →	4
Neue Sprecher in der Bosch-Presseabteilung →	4
Personalien compact - Unternehmen (10) (35./36. KW-2016) →	4
Personalien compact - Sonstige (9) (35./36. KW-2016)	6
Personalien compact - Agenturen (7) (35./36. KW-2016)	8
Etats	9
Kampagne „Runter vom Gas“ - für die schönen Momente im Leben →	9
Kampagne: Scholz & Friends lässt für innogy Neuanfänge nachdenken →	9
Etats compact (15) (35./36. KW-2016) →	10
Agenturen	11
Agentur K1 feiert in Köln 25-jähriges Jubiläum →	11
Storymaker steigert nach Strukturreform den Umsatz um 30 Prozent →	12
Kölner Agentur face to face setzt verstärkt auf Wissensvermittlung im Healthcare-Markt →	12
Agentur Clarity PR bietet spezielle PR-Services für Start-ups →	12
Agenturen compact (3) (35./36. KW-2016) →	13
Unternehmen	13
Kantar im neuen „Look and Feel“ – und mit neuen Marken →	13
Organisationen	14
Organisationen compact (1) (35./36. KW-2016) →	14
Branche	14
Dritter PR-Golfcup von news aktuell: Sport, Natur und Networking →	14
Branche compact (3) (35./36. KW-2016) →	14
Medien	15
Sechs Journalisten mit Theodor-Wolff-Preis ausgezeichnet →	15
Ulf Poschardt ist neuer Chefredakteur von WeltN24 →	15
dfv Mediengruppe feiert 70. Geburtstag und erfreut sich vitaler Stärke →	16
„Meedia.de“ meldet weitere Kündigungen beim Verlag Rommerskirchen →	16
Medien compact (2) (35./36. KW-2016) →	16
Autoren-Beiträge	17

Neugeschäft: Pitchhonorare differenziert betrachten →	17
No-Gos: Autorenbeitrag über die fünf größten PR-Fehler in der Wikipedia →	17
Autorenbeitrag zum Thema Sozialbilanz: Es ist nicht alles neu, was neu erscheint →	17
Rezensionen	18
Rezension: „Liebe dein Leben und nicht deinen Job“ – Behrendt packt „heiße Eisen“ an →	18
Rezension: Silicon Valley - Land der unerschütterlichen Optimisten →	18
Termine	18
3. European Communications Convention in München →	18
Save the date: PR- und Kommunikationstermine 2016 →	19
Seminare	19
Seminare compact (1) (35./36. KW-2016) →	19
Studien	20
Untersuchung: Gesundheit, Reise und Bildung sind beliebteste Themen in Zeitungen →	20
Lesehinweise	20
pressesprecher: Warum ist Social Media Monitoring so wichtig? →	20
Kölner PR-Agentur-Chef Ulf Kartte legt zweiten Kriminalroman vor →	20
Lesehinweis: Über Redenschreiber, ihre Honorare und die berühmteste Rede der Welt →	21
Preise und Awards	21
Reader's Digest Pegasus Awards 2016 - die vertrauenswürdigsten Marken ausgezeichnet →	21
6. PR Filmfestival 2016: Jury vergibt 3 x Gold, 7 x Silber und 13 x Bronze →	21
Internationaler Deutscher PR-Preis 2017: Eine „Story“ erzählen →	22
DPRG Junior Award 2017 ausgelobt →	22
Eurobest-Festival vom 30. November bis 2. Dezember in Rom: Kreativitäts-Wettbewerb gestartet →	22
BdP zeichnet Pressestelle der Polizei München mit Sonderpreis aus →	23
Internationaler Deutscher PR-Preis: So finden Sie die richtige Kategorie →	23
Preise und Awards compact (4) (35./36. KW-2016) →	23
Tipps	24
Tipps compact (1) (35./36. KW-2016) →	24
STAMM Medien-News	25
Stamm Medien-Newsletter September 2016 →	25
Internes - aus der Redaktion	25
PR-Journal im August 2016: 23.856 Besucher, 32 neue Jobangebote →	25
GPRA im Dialog	25
Das Herz einer Agentur bilden ihre eigenen Werte – Insignis-Chef Packeiser glaubt fest daran →	25
Jobangebote	26
Gesuche (3)	26
Angebote (41)	26
Impressum	27

**PR-Eigentor nicht nur für Start-ups:
Mit Floskeln, Pseudo-News und
Nachhaken Journalisten nerven →**



Wie kommunizieren Start-up-Unternehmen heute? Im vordigitalen PR-Zeitalter hatten Agenturen und ihre Unternehmenskunden meist eine feste

Reihenfolge bei den für sie wichtigsten Medien. An vorderster Stelle kamen „ARD“ und „ZDF“ gefolgt von den Magazinen „Spiegel“, „Stern“ und „Focus“ sowie der „Zeit“. „FAZ“, „Süddeutsche Zeitung“ und „Welt“ als überregionale Tageszeitungen waren immer ein Erfolg. Nicht zu vergessen „Bild“ oder „BamS“ als auflagenstärkste Zeitungen des Landes; „Bunte“ und „Gala“ für Glamour-Themen. Das galt nicht für alle Kunden, aber für Wirtschafts-, Gesellschafts- und Politikthemen sah die Medienwirklichkeit in etwa so aus. Für Start-ups existieren andere Regeln. Die begehrten Early Adopter, die digitale Trends, Produkte und Apps in ihrer Altersgruppe weiterverbreiten, studieren nur selten „FAZ“ und „Handelsblatt“. Als wichtigstes Medium der Start-up-Branche hat sich die „Gründerszene“ etabliert, die seit zwei Jahren bei Axel Springer erscheint. Im Interview mit dem „PR-Journal“ berichtet Chefredakteur Frank Schmiechen (Foto), wie er die PR von Start-ups bewertet und wie man als junges Unternehmen kommunizieren sollte, will man sich mit positiven Botschaften in den Medien sehen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



PERSONALIEN

**Antje Neubauer leitet zukünftig
das Marketing der Deutschen Bahn →**



Stabwechsel bei der Deutschen Bahn: Im Berliner Konzern wird **Antje Neubauer** (Foto, 46) ab 2017 die Leitung des Marketings übernehmen. Sie folgt auf **Gabriele**

Handel-Jung, die nach 20 Dienstjahren bei dem Unternehmen in den Ruhestand geht. Neubauer ist seit 2007 für die Deutsche Bahn tätig. Seit 2009 zeichnet sie für die Leitung PR & Interne Kommunikation verantwortlich.

Zuvor verantwortete sie als Senior Vice President Communications die Kommunikation von DB Schenker. In früheren Stationen war sie für die Marketing-Kommunikation bei dem Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW) sowie bei RWE Thames Water und die Konzernkommunikation bei der Berlinwasser Holding AG zuständig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Metro Group legt die Bereiche Unternehmenskommunikation und Politik zusammen →



Die Metro Group führt am 15. September ihre Bereiche Unternehmenskommunikation sowie Politik und

Außenbeziehungen unter einem gemeinsamen Dach zusammen. Der derzeitige Leiter des Bereichs Politik und Außenbeziehungen der Metro AG, Michael Wedell (Foto l.), wird die Leitung des neu geschaffenen Bereichs Konzernkommunikation und Politik übernehmen. Wedell kam 2009 als Gründungsdirektor der Konzernvertretung in Berlin zur Metro Group und verantwortet seit 2014 die globale Interessen- und Außenvertretung. Wedell berichtet unverändert an den Vorstandsvorsitzenden der Metro AG, Olaf Koch. Rüdiger Stahlschmidt, derzeit Leiter der Externen Kommunikation der Metro AG, wird im neuen Bereich Konzernkommunikation und Politik als Leiter der Unternehmenskommunikation für die interne und externe Kommunikation verantwortlich sein und berichtet an Wedell.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Sprecher in der Bosch-Presseabteilung →



In der Bosch-Presseabteilung in Stuttgart gibt es eine ganze Reihe neuer Gesichter. Thematisch verstärkt die Medien- und PR-Abteilung des Technologie- und Dienstleistungsunternehmens sich unter anderem in den Bereichen Mobilitätslösungen, Innovation sowie Vernetzung, Digitales und Internet der Dinge. Mit Inga Ehret, Christiane Wild-Raidt, Dirk

Haushalter, Melanie Loriz und Simon Schmitt verzeichnete die Bosch-Presseabteilung seit dem Herbst 2015 fünf Neuzugänge. Ehret, Wild-Raidt und Loriz kam von außen, Haushalter und Schmitt hatten zuvor andere Aufgaben bei Bosch inne. Leiter der Abteilung Media und Public Relations sowie Unternehmenssprecher der Bosch-Gruppe ist René Ziegler (Foto r.).



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Unternehmen (10) (35./36. KW-2016) →

1. **Personelle Veränderungen bei Borealis:** Kerstin Artenberg (44) ist seit dem 1. September Vice President HR & Communications bei Borealis in Wien. Sie folgt auf Claus Haar, der in den Ruhestand getreten ist. Artenberg ist seit 2007 im Unternehmen. Zuletzt war sie Director People Development & Reward and Communications. Kaatje Caignie, bisher Borealis Internal & Community Communications Manager, wird nun

zum Head of Communications ernannt und an Kerstin Artenberg berichten. Die Rolle des Senior External Communications Manager & Corporate Media Spokesperson wird von **Patrick Laureys**, bisher EU Political Communications Manager bei Elia Group, übernommen, der an Kaatje Caignie berichten wird.

2. **Altenhoff leitet Kommunikation bei Quadriga:** **Kirsten Altenhoff** (42) ist seit dem 1. September Leiterin Unternehmenskommunikation bei Quadriga in Berlin. Sie berichtet an Quadriga-Geschäftsführer **Torben Werner**. Altenhoff war zuletzt bei "Deutschland rundet auf" als Leiterin Kommunikation tätig. Bei Quadriga verantwortet sie die interne und externe Kommunikation des Unternehmens für berufliche Weiterentwicklung.
3. **Neuer Pressesprecher bei der Flughafengesellschaft Berlin Brandenburg:** **Daniel Tolksdorf** ist ab dem 16. September zweiter Pressesprecher der Flughafengesellschaft Berlin Brandenburg (FBB). Tolksdorf kommt vom ADAC Berlin-Brandenburg, wo er seit 2013 Leiter der Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Pressesprecher war. Er folgt auf **Lars Wagner**, der die Leitung der Pressestelle der FBB übernommen hat.
4. **Böhringer-Mai leitet Kommunikation der Arnold & Richter Cine Technik:** **Ute Böhringer-Mai** (41) ist seit dem 1. September Head of Corporate Marketing & Communications bei der Arnold & Richter Cine Technik (Arri) in München. Sie berichtet an Vorstand **Jörg Pohlman**. In dieser neu geschaffenen Position zeichnet sie für die Marken- und Kommunikationsstrategie verantwortlich und steuert alle Marketing-, Kommunikations- und Marktforschungsaktivitäten.
5. **Neue Leiterin Unternehmenskommunikation bei Rewe:** **Ines Schurin** (44) übernimmt die Leitung der Unternehmenskommunikation der Rewe International und bleibt weiterhin Konzernsprecherin. Sie folgt auf **Corinna Tinkler**, die



Ende Juli dieses Jahres das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen hat. In ihrer neuen Funktion berichtet Schurin an den Vorstandsvorsitzenden.

6. **Teller leitet PR der Germania:** **Sabine Teller** (41) leitet seit dem 1. September die PR der Germania Fluggesellschaft in Berlin. Sie kommt vom BKK Dachverband, wo sie seit 2013 in der Unternehmenskommunikation tätig war. Als Pressesprecherin war sie bereits für den Bundesverband der Deutschen Fluggesellschaften und die Fluggesellschaft Air Berlin tätig.
7. **Gläser spricht für bei Saga GWG:** **Gunnar Gläser** (34) ist ab dem 1. Oktober Pressesprecher des Hamburger Wohnungsunternehmens Saga GWG in Hamburg. Er berichtet an den Leiter Unternehmenskommunikation **Michael Ahrens**. Gläser folgt auf die bisherige Pressesprecherin Kerstin Matzen.
8. **Bauschke unterstützt Kommunikation der DZ BANK:** **Rafael Bauschke** (34) unterstützt seit dem 1. Juli dieses Jahres die Kommunikation der DZ BANK als Redenschreiber für den Vorstand, insbesondere den Vorstandsvorsitzenden **Wolfgang Kirsch**. Zuvor war er im Ministerium für Finanzen und Wirtschaft des Landes Baden-Württemberg tätig und dort zuletzt als Grundsatzreferent im Ministerbüro von **Nils Schmid** für die Konzeption, Koordination und Erstellung von Ministerreden und Beiträgen verantwortlich.
9. **Neuer Head of Marketing Communications bei Opel:** **Giuseppe Fiordispina** (39),

zuletzt Head of Communication Management bei Samsung, wird neuer Head of Marketing Communications bei der Adam Opel AG in Rüsselsheim. Der gebürtige Italiener Fiordispina kehrt damit zurück in die Autobranche, wo er bis vor drei Jahren für Fiat tätig war. In seiner neuen Position berichtet er an **Christian Löer**, der im März als neuer Marketingdirektor Deutschland zu Opel kam. Nach Informationen von „horizont.net“ tritt Fiordispina seine neue Aufgabe am 15. September an. (Quelle: „horizont.net“)

10. **Neue Kommunikationschefin bei Warsteiner: Sinje Vogelsang** (31) leitet seit dem 1. August als Nachfolgerin von **Klaus Küppers** die Unternehmenskommunikation bei der Warsteiner Gruppe in Warstein. Vorgänger Küppers arbeitet Vogelsang noch ein, bis Anfang 2017 leiten beide gemeinsam die Projekte. Küpper, hauptberuflich Geschäftsleiter bei der PR-Agentur Jeschenko, ist im Sommer 2015 eingesprungen, nachdem der damalige Kommunikationschef **Stefan Leppin** die Brauerei verlassen hatte. Vogelsang kommt von der Hamburger Agentur Faktor 3, wo sie zuletzt Mitglied des Management Boards war. Sie berichtet an den Geschäftsführer der Warsteiner Gruppe **Martin Hötzel**.

Personalien compact - Sonstige (9) (35./36. KW-2016) →

1. **Wechsel in WWF-Kommunikationsabteilung: Corinna Seide** (53), zuletzt Pressesprecherin des Bundesvorstands Bündnis 90/ Die Grünen, leitet ab sofort die Pressestelle des WWF Deutschland. Sie folgt auf **Jörn Ehlers**, der beim WWF die neu geschaffene Position des Leiters Content und News übernommen hat. Bisherige berufliche Stationen der Islamwissenschaftlerin und PR-Beraterin waren die Leitung der Kommunikation der Bundesarchitektenkammer, Pressesprecherin der Fraktion Bündnis 90/

Damit die Wurst keine Zigarette wird

„Die Wurst ist die Zigarette der Zukunft“, prognostiziert der Chef der „Rügenwalder Mühle“ Christian Rauffus. Er liefert ein exzellentes Beispiel, wie sich Unternehmen erfolgreich gefährlichen gesellschaftlichen Entwicklungen entziehen können.

Lesen Sie hier mehr.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

Die Grünen im Abgeordnetenhaus von Berlin und Projektleitung bei der Grünen Liga e.V., dem ostdeutschen Umweltnetzwerk.

2. **Neuer Leiter Kommunikation und Medien bei der Konrad-Adenauer-Stiftung: Dominik Grobien** (51), ist seit dem 1. September Leiter der Hauptabteilung Kommunikation und Medien bei der Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS). Er berichtet an den Generalsekretär der Stiftung, **Michael Thielen**. Zuvor war Grobien Leiter des Referats Öffentlichkeitsarbeit im Bundesministerium der Finanzen.
3. **Augter spricht für Konrad-Adenauer-Stiftung: Steffi Augter** (41) ist seit dem 1. September Pressesprecherin der Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS). Sie berichtet an den Leiter der Hauptabteilung Kommunikation und Medien, **Dominik Grobien**. Zuvor zeichnete sie als Projektleiterin im Planungsstab des Bundeskanzleramts für die Umsetzung der Regierungsstrategie "Gut Leben" zur Neuvermessung von Wohlstand verantwortlich. Augter folgt auf **Matthias Barner**, der die Leitung des Auslandsbüros der Stiftung in Prag übernommen hat.
4. **Neuer Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Personalreferats der Stadt**

München: Tobias Stephan (40) leitet seit dem 1. September die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Personal- und Organisationsreferat der Landeshauptstadt München. Zuvor war er in der HVB Group tätig, davon die letzten acht Jahre in der Unternehmenskommunikation der HypoVereinsbank. Er berichtet an Stadtrat **Alexander Dietrich**, den neuen Personalreferenten der Stadt.

5. **Hochschule Landshut beruft Bürker zum Professor für Marketing, Kommunikation und Marktforschung:** Die staatliche Hochschule Landshut (HAW) hat erstmals eine Professur für Marketing, Kommunikation und Marktforschung eingerichtet. Der Ruf ging an **Michael Bürker**, Gründer und Inhaber der Münchner ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation. In seiner neuen Position möchte er vor allem die Kommunikationsfunktion in der Betriebswirtschaft sowie ihre empirisch gestützte Steuerung stärken. Bürker hat bislang vor allem zu Themen der strategischen Kommunikation, Kampagnenführung sowie des Kommunikationscontrollings publiziert. Zuletzt lag sein Schwerpunkt bei Fragen des Content Marketing. Bis 2016 war er Professor für PR und Kommunikationsmanagement an der privaten Hochschule Macromedia in München.
6. **Neue Sprecherin im Bundesumweltministerium: Friederike Langenbruch** (37) ist seit dem 1. September neue Sprecherin im Pressestab des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) in Berlin. Langenbruch kommt vom Flughafenverband ADV (Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen), wo sie seit 2010 die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortete. Im Ministerium berichtet sie an **Michael Schroeren**, Leiter des Presse- und Informationsstabs. Das BMUB verlassen hat hingegen **Frauke Stamer**, die seit 1999 in der Pressestelle tätig war. Sie

Wie
läuft's?

Leistungsdiagnose
mit Lautenbach Sass.

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

wechselt in die Geschäftsstelle des neugeschaffenen Nationalen Begleitgremiums zur Endlagerung, dessen Errichtung jüngst vom Bundestag beschlossen wurde.

7. **Gehring neuer Sprecher der SPD-Fraktion im Hessischen Landtag: Christoph Gehring** (48) hat am 15. August die Aufgabe als Pressesprecher der SPD-Fraktion im Hessischen Landtag in Wiesbaden übernommen. Vorgängerin **Katja Apelt** wechselte zum Verband der Prädikatsweingüter (VDP), wo sie nun die Öffentlichkeitsarbeit leitet. Gehring zeichnete zuletzt für die Öffentlichkeitsarbeit der Stabsstelle Digitale Agenda im rheinland-pfälzischen Ministerium des Innern, für Sport und Infrastruktur verantwortlich. Er berichtet an den Vorsitzenden der SPD-Fraktion in Hessen, **Thorsten Schäfer-Gümbel**.
8. **Immobilienverband hat neuen Kommunikationschef: Heiko Senebald** (45) leitet seit dem 1. August die Kommunikationsaktivitäten beim Immobilienverband Deutschland (IVD) in Berlin. In seiner neuen Position ist er für die externe und interne Kommunikation des Verbandes

zuständig. Er berichtet an den Präsidenten **Jürgen Michael Schick** und die Bundesgeschäftsführung. Zuletzt war Senebald als Pressesprecher bei Air Berlin tätig.

9. **Wolf spricht für den Nationalpark Bayerischer Wald:** **Gregor Wolf** (30) arbeitet seit dem 1. August als Pressesprecher für den Nationalpark Bayerischer Wald in Grafenau. Er wurde Nachfolger von **Manuel Köppl** und berichtet an **Elke Ohland**, die Leiterin der Stabsstelle Koordination und Kommunikation des Nationalparks. Zuvor war Wolf als Online-Redakteur bei der „Passauer Neuen Presse“ tätig.

Personalien compact - Agenturen (7) (35./36. KW-2016) →

1. **Deschle verstärkt Team von OnTop PR:** **Franziska Deschle** verantwortet seit Anfang September die Bereiche NewBiz und Konzeption bei der Lüneburger Agentur. Deschle kommt aus der politischen Kommunikation. Zuletzt leitete sie die Bereiche Public Relations und Neukundengeschäft bei Kompaktmedien – Agentur für Kommunikation GmbH in Berlin.
2. **Von Saalfeld im Führungsteam von Wilde & Partner:** **Sonja von Saalfeld** (35) wurde die Leitung des Teams Destination & Outdoor bei der w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH in München übertragen. Damit ist sie Mitglied im siebenköpfigen Führungsteam der Agentur. Ihre neue Position als Teamleiterin wird sie in Teilzeit ausüben. Vor ihrem Eintritt bei Wilde & Partner war von Saalfeld bei der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) tätig.
3. **ABC Healthcare baut Management Board aus:** Die Düsseldorfer PR-Agentur ABC Healthcare beruft **Inga Wunderlich** (45) in die Geschäftsleitung. Bei ABC Healthcare hatte sie bereits seit März 2015 freiberuflich die Position



einer Etat-Direktorin inne. Wunderlich arbeitete langjährig in Agenturen in Frankfurt und Düsseldorf. Die studierte Medienwissenschaftlerin sammelte darüber hinaus auch auf Unternehmensseite Erfahrungen im internationalen Medizin-Marketing und war als Dozentin für PR an der WAM Medienakademie in Dortmund tätig.

4. **JP | KOM baut Frankfurter Standort aus:** **Daniel Konrad** (33) wird als Seniorberater Kunden in den Bereichen Unternehmenskommunikation, Issue Management, Public Affairs und Digitale Transformation betreuen. Außerdem ist Konrad Leiter Strategie/Geschäftsentwicklung und Sprecher am Standort Frankfurt von JP | KOM. Konrad verfügt über sieben Jahre Erfahrung in Unternehmen und Kommunikationsberatungen. Zuletzt arbeitete er für FleishmanHillard als Seniorberater in der Corporate Affairs Practice. Konrad publiziert zu den Themen Reputation Management, Compliance-Kommunikation sowie Litigation-PR.
5. **Sympra verstärkt Team: Tim Schmidt** (42) ist seit August Senior Consultant bei der Agentur Sympa in Stuttgart. Zuvor war er Pressesprecher für das Landeskommmando Baden-Württemberg der Bundeswehr in Stuttgart und Redakteur bei verschiedenen PR-Agenturen. Bei Sympa wird er insbesondere Kunden aus den Bereichen Automotive und IT betreuen. **Cornelia Nyhof** (34) ist ebenfalls seit August als Consultant für die

Agentur tätig. Sie war davor Pressereferentin bei dem Beratungsunternehmen Drees & Sommer. In früheren Positionen arbeitete sie als PR-Beraterin bei ergo Unternehmenskommunikation, bei Dr. ZitelmannPB sowie in der Pressestelle von Issey Miyake Europe. Nyhof unterstützt Sympra im Bereich Bildung, Wissenschaft und Stiftungsarbeit.

6. **Territory holt DDB-Geschäftsführer Meyer: Bernd Meyer** (38), seit 2013 Geschäftsführer Beratung bei der Agentur DDB und Standortleiter in Düsseldorf, wechselt zu Territory. Zum 1. Oktober 2016 übernimmt er die Leitung von Territory Bestseller, dem Spezialisten für Sales- und Trade-Marketing beim Content Communication-Anbieter. Am Standort Gütersloh wird sich Meyer um Kunden wie Payback, Phonak und Rossmann kümmern. Er übernimmt die Aufgaben von **Thomas Göllner**, der sich neuen beruflichen Herausforderungen stellen wird.
7. **wildcard baut Digital Relations Expertise aus:** Die wildcard communications GmbH, digitale Kommunikationsagentur mit Hauptsitz in Krefeld, erweitert ihr Team: Ab dem 1. September wird **Djure Meinen** (45) die neugeschaffene Position des Director Digital Relations bekleiden und von Hamburg aus für die Leitung der Digital-Unit verantwortlich zeichnen. Zu seinen Aufgaben gehören die Entwicklung und Steuerung digitaler Kommunikationskampagnen sowie der Ausbau des Digital-Geschäfts. Meinen berichtet an CMO und Geschäftsführerin **Ira Reckenthäler**. Mit der Verpflichtung Meinens will wildcard das Know How rund um das Thema Blogger Relations festigen und die Expansion der Digital-Unit weiter vorantreiben.



ETATS

Kampagne „Runter vom Gas“ - für die schönen Momente im Leben →

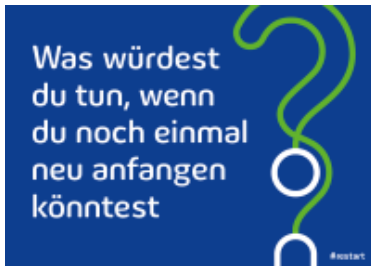
Wofür lohnt es sich, auf der Autobahn runter vom Gas zu gehen? Die Antwort von Scholz & Friends lautet: Weil es im Leben so schöne Momente gibt. Als Autofahrer hätte man viel zu verlieren, wenn man durch überhöhte Geschwindigkeit sich selbst und andere gefährden würde.

Autobahnplakate zeigen ein lachendes Baby, ein Pärchen in idyllischer Urlaubslandschaft oder einen entspannten Abend mit Freunden am See. Die drei Motive sind auf rund 700 Plakatflächen an den Autobahnen und Raststätten zu sehen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kampagne: Scholz & Friends lässt für innogy Neuanfänge nachdenken →

„Was würdest du tun, wenn du noch einmal neu anfangen könntest?“ Seit zwei Wochen sorgt ein minimalistischer TV-Spot in verschiedenen Fernsehsendern für Aufsehen. Von der markanten Stimme von



Samy Deluxe gelesen, werden diese und weitere tiefgründige Fragen schlicht weiß auf schwarz eingelebnet. Absender unbekannt. Die gleiche

Mechanik wiederholt sich auf bunten Großflächenplakaten in ganz Deutschland. Nur eine URL verweist auf das „Project Restart“. Jetzt geben sich Scholz & Friends und die neue RWE-Tochter innogy als Absender der Kampagne zu erkennen. 80 Prozent der Bevölkerung zwischen 18 und 39 Jahren hat der Spot mit der emotionalen Frage erreicht. Die **Microsite** – das Herz der Kampagne – wurde schon über 900.000 Mal aufgerufen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Etats compact (15) (35./36. KW-2016) →

1. Etat-Hatrick für pr nord

wer: KS-Original GmbH, Hannover / Verbund mittelständischer Kalksandsteinhersteller
 was: PR für Fachzielgruppen und Bauherren
 wer: Thieme Industrie- und Gebäudetechnik, Wolfsburg
 was: Pressearbeit und Online-PR
 wer: Friedrich Ossenberg-Schule GmbH + Co. KG, Hemer
 was: Hersteller von Sturmklammern: Fachpressearbeit
 an: **pr nord. neue kommunikation. GmbH**, Braunschweig

2. Explosionsschutz für Smartphones & Tablets mit Schwartz PR

wer: ecom instruments GmbH, Assamstadt
 was: Internationale Medienarbeit
 an: **Schwartz Public Relations**, München

3. achtung! für mehr Lebensqualität mit Penny

wer: Penny Markt GmbH, Köln
 was: Webserie für Penny-Eigenmarke "heat & eat"
 an: **achtung! GmbH**, Hamburg

4. scrivo will Interesse für kroatischen Immobilienmarkt wecken

wer: Dussmann Homes, Motovun
 was: Medienarbeit
 an: **scrivo PublicRelations GbR**, München

5. Gebr. Heinemann setzt auf China-Expertise von Storymaker

wer: Gebr. Heinemann SE & Co. KG, Hamburg
 was: Aufbau einer chinesischen Contentseite / WeChat- und Weibo-Auftritte
 an: **Storymaker Agentur für Public Relations GmbH**, Tübingen

6. Edelman.ergo und dena kommunizieren Energiewende im Ausland

wer: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi), Berlin
 was: Internationale Kommunikation der Energiewende
 an: **Edelman.ergo GmbH**, Frankfurt am Main / **Deutsche Energie-Agentur GmbH (dena)**, Berlin

7. **consense berät Softwareentwickler COPA-DATA**
 wer: COPA-DATA GmbH, Ottobrunn
 was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 an: **consense communications gmbh**, München
8. **Harwardt PR & Marketing gewinnt Tourismus-PR-Etat von Utah**
 wer: Utah Office of Tourism, Salt Lake City (USA)
 was: Repräsentanz für Marketing, PR und Social Media in Deutschland
 an: **Harwardt PR & Marketing**, Hannover, in Kooperation mit **Kubeile Life & Style PR**, München
9. **Velaa Private Island beauftragt KPRN**
 wer: Insel-Resort Velaa Private Island, nördlich von Malé (Malediven)
 was: Pressearbeit, Pressereisen, Medienkampagnen und Kooperation mit Reiseveranstaltern
 an: **KPRN network GmbH**, Frankfurt am Main
10. **Piabo öffnet Kommunikationsschranken für selectyco**
 wer: Contentvermarkter selectyco, St. Georgen (Attergau), Österreich
 was: Steigerung der Markenbekanntheit im deutschsprachigen Raum und digitale Vertriebsunterstützung
 an: **Piabo PR GmbH**, Berlin
11. **muxmäuschenwild betreut Women's Best**
 wer: Women's Best GmbH, Nahrungsergänzungsmittel-Hersteller für Frauen, Innsbruck
 was: PR-Betreuung
 an: **Agentur muxmäuschenwild**, Berlin
12. **fischerAppelt setzt „Mehr leben im Leben“-Kampagne fort**
 wer: Janssen-Cilag GmbH Deutschland, Pharmasparte von Johnson & Johnson, Neuss
 was: Strategische Weiterentwicklung der 2015 von Ketchum Pleon kreierten Content Marketing-



Kampagne „Mehr leben im Leben“
 an: **fischerAppelt AG**, Hamburg

13. **fischerAppelt begleitet Bundesliga-Kampagne von Coca-Cola**
 wer: Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH, Berlin
 was: Begleit-PR zur Bundesliga-Kampagne „So viel Fan warst du noch nie“
 an: **fischerAppelt Relations**, Köln

AGENTUREN

Agentur K1 feiert in Köln 25-jähriges Jubiläum →



Die Kölner PR-Agentur K1 feiert in diesen Tagen ihren 25. Geburtstag. Im Sommer 1991 gründeten der PR-Berater

Gunter Ortlieb (Foto re.) und der frühere Wirtschaftswoche-Redakteur **Pit Junker** die Agentur. Ein Jahr später kam der PR-Berater **Ulf Kartte** (Foto mi.) dazu. Konzentrierte sich die damalige „K1 Kommunikation aus Köln“ zu Beginn vor allem auf Kölner Mittelständler und Verbände, so wuchs der Kundenkreis rasch über Köln und NRW hinaus.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Storymaker steigert nach Strukturreform den Umsatz um 30 Prozent →



Eine neue Struktur machte es möglich. Diese hatte sich die Kommunikationsagentur Storymaker zum Start des Geschäftsjahres 2015/16 verordnet. Das Resultat: Im ersten Jahr mit den neuen Business Units

konnte Storymaker den Umsatz um 30 Prozent auf 3,8 Millionen Euro steigern.

„Zunehmend komplexe Aufgaben und eine ambitionierte Wachstumsstrategie haben uns in der Geschäftsführung schon lange beschäftigt. Die Zeit war reif für eine neue Führungskultur“, sagt Heidrun Haug, Gründerin und geschäftsführende Gesellschafterin von Storymaker. Deshalb hat die Agentur Anfang 2015 zunächst drei Business Units gebildet und ein Management-Team aufgebaut. Ziele: Die Verantwortung auf mehr Schultern verteilen und die einzelnen Agenturbereiche schneller entwickeln und handlungsfähiger machen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kölner Agentur face to face setzt verstärkt auf Wissensvermittlung im Healthcare-Markt →



Mit einem noch stärkeren Fokus auf Wissensvermittlung hat sich die Kölner Agentur face to face eine

neue Struktur gegeben. Unter dem Motto „Wir schaffen Wissen“ will die Agentur maßgeschneiderte Kommunikations- und Veranstaltungskonzepte für Ärzte, Apotheker und Mitarbeiter bieten. Gerd Wirtz (Foto r.), der die Agentur 1999 mit der Pharmazeutin Anett C. Coerper (l.) gründete, fokussiert sich in Zukunft auf die strategische Beratung der Kunden. Pharma-Expertin Coerper berät mit ihrem Healthcare-Know-how vor allem die Kunden aus dem OTC-Markt. Marco Dröge (2. v. l.), Spezialist für Mitarbeiter-Veranstaltungen, verantwortet die operative Leitung der Agentur. Komplettiert wird die Geschäftsleitung der face to face GmbH von CFO Jan Schneider (2. v. r.), der die Zahlen unter Kontrolle hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agentur Clarity PR bietet spezielle PR-Services für Start-ups →



Die Agentur Clarity PR, nach eigenen Angaben „PR-Spezialist für weltweit schnell wachsende Technologie-Unternehmen“, startet ein neues Angebot für

Start-ups vor der Series-A-Finanzierung. Mit dem sogenannten Launchpad-Angebot stellt Clarity-PR einen Baukasten aus PR-Tools, Inhalten und Social Media-Diensten für die Jungunternehmen bereit. Die Tools sollen es jungen Start-ups ermöglichen, ihr Profil zu schärfen, ohne direkt eine langfristige Investition stemmen zu müssen, wie es in der Regel bei der Arbeit mit externen Agenturen der Fall ist, führt Clarity-CEO Sami McCabe (Foto) an. Die Produktpalette besteht aus sechs unterschiedlichen Service-Leistungen. Clarity PR arbeitet mit 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die in Berlin, London und New York sitzen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (3) (35./36. KW-2016)

→

1. **Newton 21 konzipiert das Branding für Klasmann-Deilmann:** Die Düsseldorfer **B2B-Agentur Newton 21** entwickelte für den Substrathersteller Klasmann-Deilmann GmbH aus Geeste ein neues **Corporate Design**. Dieses schloss gestalterische Elemente wie das neue Unternehmenslogo und eine emotionalere Bildsprache ein. Zudem wurde das Unternehmen durch die Agentur dabei unterstützt, die Marke durch eine Copy-Strategie inhaltlich weiterzuentwickeln. Newton 21 übernahm auch die kommunikative Umsetzung von Corporate Design und strategischer Weichenstellung durch Erstellen von Printmedien und Anzeigenmotiven sowie Konzipieren eines neuen Messeauftritts.
2. **Aus Neuland PR und IdeenQuartier wird NeulandQuartier:** Die **Leipziger Agenturen Neuland PR und IdeenQuartier** haben sich zum September 2016 zusammengeschlossen. Die neue Gesellschaft firmiert unter dem Namen NeulandQuartier GmbH. Geführt wird das Unternehmen von bisherigen geschäftsführenden Gesellschaftern der beiden Agenturen, **Jörg Müller** und **Ingo Seeligmüller**. Von den Standorten Leipzig und Berlin aus wird NeulandQuartier ihre Kunden in den Bereichen Strategische Kommunikation, Dialog und Öffentlichkeitsbeteiligung, Public Affairs, Krisen- und Veränderungskommunikation sowie CSR-Management beraten. Das Unternehmen beschäftigt 14 Mitarbeiter.
3. **Christian Bügel Mitgesellschafter der Agentur K1:** **Christian Bügel** ist seit dem 1. August Mitgesellschafter der **Kölner Kommunikationsagentur K1**. Seit rund dreißig Jahren begleitet Bügel den Weg von K1 und deren leitender Crew. In den achtziger Jahren arbeitete er zusammen mit den jetzigen K1-Gesellschaftern **Ulf Kartte** und **Gunter Ortlieb** bei Scheben

PR. Dann war er Kunde von K1 für die Unternehmen Küppers Kölsch, Kölner Verbund und Rheinland Kultur GmbH. Seit 2013 schließlich war er als mitverantwortlicher Partner für die strategische Neuausrichtung der Agentur und die Beratung von Kunden zuständig.

UNTERNEHMEN

Kantar im neuen „Look and Feel“ – und mit neuen Marken →



Einen weltweit einheitlichen und unverwechselbaren Auftritt für das Gesamtunternehmen zu schaffen – das ist das Ziel von Kantar. Dazu hat der Anbieter von Medienmonitoring und Analyse eine Corporate Identity für die Dachmarke und die zwölf zugehörigen operativen Marken entwickelt, in enger Zusammenarbeit mit den WPP Markenspezialisten „The Partners“. Der neue Auftritt wird in den kommenden Monaten über alle externen und internen Kommunikationskanäle ausgerollt. Die operativen Marken, die bisher ohne die Markenbezeichnung „Kantar“ aufgetreten sind, werden künftig „Kantar“ als Markenbestandteil der eigenen Marke voranstellen und einen neuen, gemeinsamen typografischen Auftritt haben. Die einzige Ausnahme in dieser Systematik stellt Lightspeed GMI dar, das nun unter der Bezeichnung Lightspeed auftritt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ORGANISATIONEN

Organisationen compact (1) (35./36. KW-2016) →

4. **Neue Mitglieder im HarbourClub-Vorstand:** Der Vorstand des HarbourClubs, einem Netzwerk von Kommunikationschefs von wichtigen schweizerischen Unternehmen und Organisationen in Zürich, hat neue Mitglieder bekommen: **Myriam Käser**, NZZ-Mediengruppe, und **Roman Sidler**, Geberit AG, sind für **Clarissa Haller** und **Peter Brun** berufen worden, die ihre Ämter wegen neuer Aufgaben im Ausland niedergelegt hatten. Der übrige Vorstand bleibt unverändert: **Dominique Morel**, KPMG, Präsident, **Hans-Peter Nehmer**, Allianz, **Matthias Schneider**, Coca-Cola, und **Thomas Truttmann**, McDonald's. Reguläre Neuwahlen finden bei der nächsten Mitgliederversammlung des HarbourClubs im Frühjahr 2017 statt.

BRANCHE

Dritter PR-Golfcup von news aktuell: Sport, Natur und Networking →



Beim Turnier der dpa-Tochter kamen rund 100 Kommunikationsfachleute aus deutschen PR-Agenturen und Unternehmen zum Spielen und Networking in den Golf

Club Gut Lärchenhof in Pulheim bei Köln. Die erfahrenen Spieler traten beim 18-Loch-Turnier (vorgabewirksam) an. Gäste, die das erste Mal auf dem Platz standen, bekamen eine Einführung in das Golfspiel

beim Schnupperkurs. Gewonnen haben den PR-Golfcup in der Bruttowertung Nicole Scharf bei den Damen und Erik Muschalla bei den Herren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (3) (35./36. KW-2016) →

1. **PRVA startet Online-Voting „KommunikatorIn des Jahres 2016“:** Mittlerweile zum 21. Mal sucht der Public Relations Verband Austria (PRVA) den oder die KommunikatorIn des Jahres. Drei Persönlichkeiten wurden unter der Juryvorsitzenden und PRVA-Vizepräsidentin **Andrea Winter** und dem Jurorenteam nominiert. Dies sind: **Fritz Jergitsch**, Gründer der Satire-Website „Die Tagespresse“, die ehemalige Burgschauspielerin **Lotte Tobisch-Labotýn** und **Klaus Schwertner**, Generalsekretär der Caritas Erzdiözese Wien. Mit der Verleihung wird vom PRVA eine Person geehrt, die gesellschaftspolitisch relevante Kommunikationsleistungen erbringt. Bis zum 7. Oktober kann **hier online abgestimmt werden**. Das Ergebnis der Wahl wird am 23. November im Rahmen der PR Gala 2016 des PRVA bekanntgegeben.
2. **Christina Beck, Ulrich Marsch und Florian Martini sind Forschungssprecher des Jahres:** Die „Forschungssprecher des Jahres 2016“ sind gewählt. Die Sieger sind **Ulrich Marsch** von der Technischen Universität München (TUM) in der Kategorie Hochschulen und Forschungsinstitute; **Christina Beck** von der Max-Planck-Gesellschaft (MPG), München, in der Kategorie Forschungsorganisationen und Stiftungen sowie **Florian Martini** von der Siemens AG, München, in der Kategorie Industrie und andere Unternehmen. Zum neunten Mal waren rund 700 Medizin- und Wissenschaftsjournalisten in Deutschland, Österreich und der Schweiz vom „Medizin&Wissenschaftsjournalist“ und vom Blog

„Wissenschaft kommuniziert“ aufgerufen, die auf Wissenschaft und Forschung spezialisierten Sprecher in Hochschulen, Forschungsinstituten, Organisationen und Wirtschaft zu beurteilen.

3. **Echobot beteiligt sich an Biz-Q:** Echobot, Monitoring-Anbieter mit Sitz in Karlsruhe, hat sich an dem Internet-Portal Biz-Q beteiligt. Dieses bietet Wirtschaftsinformationen, Handelsregistermeldungen und Bilanzen zu über 3,4 Millionen deutschen Unternehmen. Biz-Q ermittelt nach eigener Aussage Wirtschaftsinformationen durch Analyse von Firmenveröffentlichungen mit Methoden aus Big Data und künstlicher Intelligenz. Das Unternehmen soll zukünftig unter dem Namen "North Data GmbH" firmieren. Das Angebot an Handelsregistermeldungen, Jahresabschlüssen und Bilanzen sowie Insolvenzmeldungen soll künftig stark ausgebaut werden. Alle Daten sollen auch direkt in die Produkte von Echobot mit einfließen.

MEDIEN

Sechs Journalisten mit Theodor-Wolff-Preis ausgezeichnet →



Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) hat in Berlin an sechs Journalisten (Foto:

BDZV/Ausserhofer) den Theodor-Wolff-Preis verliehen. Der Preis gilt als renommierteste Auszeichnung, die die Zeitungsbranche zu vergeben hat.

Preisträger der mit jeweils 6.000 Euro dotierten Auszeichnung sind in diesem Jahr in der Sparte „Lokales“ Karsten Krogmann und Marco Seng für ihren Beitrag „Warum stoppte niemand Niels Högel?“, der

in der „Nordwest-Zeitung/NWZonline.de“ erschienen ist. Die beiden Autoren berichten darin über einen Krankenpfleger, der über mehrere Jahre unentdeckt bis zu 200 ihm anvertraute schwerkranke Patienten ermordete.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ulf Poschardt ist neuer Chefredakteur von WeltN24 →



Nach einem Neuzuschnitt der Ressorts und einer Verkleinerung der Redaktion folgte bei „WeltN24“ jetzt das große Stühlerücken. Dr. Ulf Poschardt (Foto, (c) Axel Springer SE) ist neuer Chefredakteur von „WeltN24“. Er hat diese Aufgabe

von Stefan Aust übernommen, der die Chefredakteurposition neben seiner Herausgeber-Funktion seit dem 1. Januar 2016 zusätzlich kommissarisch innehatte. Der 70-jährige Aust hat seinen Vertrag als Herausgeber bis Ende 2019 verlängert. In Austs kurze Zeit als Chefredakteur fällt **ein Abfindungsprogramm**, das dazu diente, Personal in der Redaktion deutlich abzubauen.

Poschardt ist seit 2015 Stellvertreter des Chefredakteurs „WeltN24“. Vorher war er mehrere Jahre lang Stellvertretender Chefredakteur der „Welt am Sonntag“ und der „Welt“-Gruppe. Außerdem leitete er einst die Redaktion der deutschen Ausgabe der „Vanity Fair“, die sich in Deutschland nicht nachhaltig etablieren konnte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

dfv Mediengruppe feiert 70. Geburtstag und erfreut sich vitaler Stärke →



Vor 70 Jahren – genau am 10. September 1946 – wurde dem Journalisten Wilhelm Lorch in Heidelberg von der „Publication Control“ der amerikanischen Militärregierung die Lizenz zur „Herausgabe technischer

Bücher und Zeitschriften für die Textilindustrie“ erteilt. Einen Monat später erschien das Gründungsobjekt der dfv Mediengruppe: Die „TextilWirtschaft“. Heute publiziert das Unternehmen am Firmensitz in Frankfurt am Main und an weiteren acht Standorten im In- und Ausland über 100 Fachmedienmarken für elf Branchen – mit Zeitungen, Zeitschriften und Fachbüchern, mit Websites, Newslettern und Apps sowie mit Kongressen und Fachmessen. Mit all ihren Titeln – darunter auch „Horizont“, die Zeitung für Marketing, Werbung und Medien, – erreicht die dfv Mediengruppe eine verbreitete Auflage von rund 16 Millionen Exemplaren im Jahr. Sie beschäftigt 970 Mitarbeiter und setzte im letzten Jahr 147 Mio. Euro um. Das Jahr 2015 war damit das umsatzstärkste in der Firmengeschichte. Im Jubiläumsjahr entwickeln sich die Umsätze erneut positiv. Für 2016 wird ein moderates Wachstum erwartet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„Meedia.de“ meldet weitere Kündigungen beim Verlag Rommerskirchen →



Gerät nach dem Verlust des „journalist“-Auftrags nun auch das ebenfalls im Verlag Rommerskirchen erscheinende „prmagazin“ ins Wanken? Diese Frage wirft

„Meedia.de“ in einem Onlineartikel von Marvin Schade am 1. September auf. Demnach hat es im Verlag Rommerskirchen wohl weitere Kündigungen gegeben. Aus Unternehmenskreisen verlautete, heißt es bei „Meedia.de“, dass am Mittwoch, 31. August, „die gesamte Belegschaft des Verlages fristgerecht und betriebsbedingt gekündigt worden“ sei. „Verleger Thomas Rommerskirchen wollte diese Information weder bestätigen noch dementieren“, schreibt Schade weiter. Allerdings habe der Verleger zur Zukunft des „prmagazins“ gesagt, dieses werde weiterhin bestehen. Lesen Sie den vollständigen Beitrag von Marvin Schade [direkt bei „Meedia.de“](#).

Medien compact (2) (35./36. KW-2016) →

1. **„Kölner Stadt-Anzeiger“ bekommt neuen Chefredakteur: Carsten Fiedler**, derzeit noch Chefredakteur beim Kölner „Express“ soll zum 1. Januar 2017 neuer Chefredakteur des „Kölner Stadt-Anzeigers“ werden. Das berichtet der Onlinedienst „meedia.de“. Fiedler soll **Peter Pauls** ablösen, der seit 40 Jahre für das Medienhaus arbeitet und seit 2009 Chefredakteur ist. Pauls soll dem „Kölner Stadt-Anzeiger“ als Chefautor erhalten bleiben. Beide Blätter erscheinen im Kölner DuMonts-Verlag und sollen künftig enger zusammenarbeiten. Fiedler ist nach **Rudolf Kreitz** der zweite ehemalige „Express“-Mann, der zur Abonnementzeitung geht. Kreitz ist dort stellvertretender Chefredakteur. Der Nachfolger Fiedlers beim „Express“ steht noch nicht fest.
2. **Doppelspitze für „Nürnberger Zeitung“: André Fischer (57) und Stephan Sohr (48)** sind künftig die neuen Chefredakteure der „Nürnberger Zeitung“. Wie „turi2.de“ berichtet, lösen sie als gleichberechtigte Chefredakteure ihren bisherigen Chef **Raimund Kirch** ab, der in den Ruhestand geht. Kirch war seit acht Jahren als Chefredakteur der „Nürnberger Zeitung“ tätig.

AUTOREN-BEITRÄGE

Neugeschäft: Pitchhonorare differenziert betrachten →



Neugeschäftsanhahnung aus der Sicht von Agenturen: Bei der Frage, wo sich potenzielle Neukunden, wenn sie eine neue PR-Agentur suchen, verbessern können,

taucht immer wieder das Thema Briefing auf. Ich will hier nicht in das ewige Wehklagen einiger Agenturen einsteigen, die anprangern, dass Copy and Paste ein beliebtes Instrumentarium bei der Erstellung von Briefings sei. Menschen, die sich grundsätzlich zu wenig Gedanken machen, wird es immer geben. Viel spannender finde ich den Hinweis von Alexander Schwertner (Foto), der von den grundsätzlichen Schwierigkeiten berichtet, die Kunden mitunter plagen, wenn sie das genaue Ziel einer Anfrage darstellen wollen und sollen. Diese Unternehmen wissen meist genau, wo ihnen der Schuh drückt. Daraus das richtige Ziel zu formulieren, ist aber ungleich schwerer. Ich habe darüber ausführlich mit Alexander Schwertner gesprochen, dem Geschäftsführer der Hamburger Agentur RaikeSchwertner.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

No-Gos: Autorenbeitrag über die fünf größten PR-Fehler in der Wikipedia →



„Sieh nach bei Wikipedia“ – so lautet die Parole, wenn man schnell etwas wissen will. Die Online-Enzyklopädie liegt in Deutschland auf Platz 7 der

meistbesuchten Websites. Weil hier in kompakter Form Erstinformationen geliefert werden, möchten

Unternehmen und Organisation dabei sein. Das dürfen sie auch, denn jeder kann in der Wikipedia mitmachen. Artikel haben aber nur Bestand, wenn das Wikipedia-Regelwerk eingehalten wird. Weil es viele Regeln gibt, kann viel schiefgehen. Die fünf wichtigsten Fehler sollten jedoch unbedingt vermieden werden.

Der vorliegende Beitrag von Peter Wuttke (Foto) ist der vierte Teil einer Serie von Beiträgen über Öffentlichkeitsarbeit in Wikipedia.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autorenbeitrag zum Thema Sozialbilanz: Es ist nicht alles neu, was neu erscheint →



Das ist unstrittig: Allein auf Basis der Bilanz kann der „wahre“ Wert eines Unternehmens nicht bestimmt werden. Die Frage ist daher, wie wir immateriellen Werten Geltung verschaffen können? Sie ist nicht leicht zu beantworten, da Immaterielle Vermögenswerte schon sehr lang das „Stiefkind“ der Finanzkommunikation sind. Wie lange, das zeigt ein Blick zurück von Manfred Piwinger (Foto) auf die Pioniere der Sozialbilanz.

Nachhaltigkeitsberichterstattung, Corporate Social Responsibility (CSR), Wissensbilanzen, Integrated Reporting und eine Erweiterung der Unternehmensberichterstattung um nichtfinanzielle Werte haben einen erstaunlich langen Weg hinter sich. Was uns heute so zeitgemäß und notwendig vorkommt, ist im Grunde ein alter Hut – nur ist das noch den Wenigsten bekannt. Insoweit lohnt sich ein Blick zurück auf die Pioniere der Sozialbilanz, die vorgedacht haben, was uns jetzt so aktuell beschäftigt. Bei ihnen liegt das Copyright.

Nachhaltigkeitsberichterstattung, Corporate Social Responsibility (CSR), Wissensbilanzen, Integrated Reporting und eine Erweiterung der Unternehmensberichterstattung um nichtfinanzielle Werte haben einen erstaunlich langen Weg hinter sich. Was uns heute so zeitgemäß und notwendig vorkommt, ist im Grunde ein alter Hut – nur ist das noch den Wenigsten bekannt. Insoweit lohnt sich ein Blick zurück auf die Pioniere der Sozialbilanz, die vorgedacht haben, was uns jetzt so aktuell beschäftigt. Bei ihnen liegt das Copyright.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

REZENSIONEN

Rezension: „Liebe dein Leben und nicht deinen Job“ – Behrendt packt „heiße Eisen“ an →



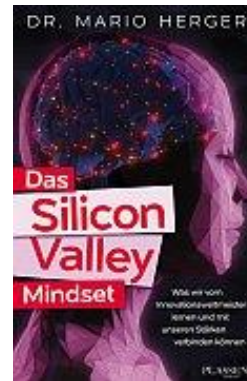
Bereits vor etwa einem Jahr machte Autor Frank Behrendt mit seinen 10 Thesen von sich reden – und wie! Mächtig war das Medienecho zu seinem Aufruf zu mehr Gelassenheit im Berufsalltag. Er hatte einen echten Nerv getroffen. Grund genug für ihn, das Thema zu vertiefen und ein ganzes Buch

daraus zu machen.

Ich kenne Behrendts Thesen selbst noch nicht, kann mich also unvoreingenommen der Sache annehmen – allein der Titel „Liebe dein LEBEN und NICHT deinen Job“ spricht mir aus der Seele. Die Aufmachung als Listical ist ja seit geraumer Zeit ein salonfähiges Redaktionsformat (fast erwarte ich: „Bei Ratschlag 5 musste ich weinen“), gibt Struktur und bietet leicht verdauliche Wissens-Häppchen. Gefällt mir. Überhaupt liest sich das ganze Buch sehr flüssig und macht dennoch an vielen wichtigen Stellen seinen Punkt. – Beachten Sie bitte auch das Interview mit Frank Behrendt in der Rubrik Branche.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezension: Silicon Valley - Land der unerschütterlichen Optimisten →



Ich beschäftige mich seit längerem mit dem Thema Start-up-Kultur in Deutschland. Mit der Initiative #FOMpreneurs beispielsweise haben wir in diesem Jahr versucht, Studenten auf die Gründung eines Unternehmens vorzubereiten und wesentliche Fragen zu Finanzierung, rechtlichen Rahmenbedingungen und Marketing-Maßnahmen zu beantworten. Und auch als PR-Beraterin habe ich das eine oder andere Start-up begleitet.

Im internationalen Vergleich merkt man jedoch schnell: Deutschland ist anders. Die Start-up-Kultur ist eine andere als im Silicon Valley, wo die guten Ideen (und Millionäre) aus dem Boden sprießen. Doch woran liegt das? Dr. Mario Herger ist in seinem aktuellen Buch „Das Silicon Valley Mindset“ dieser Frage auf den Grund gegangen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TERMINE

3. European Communications Convention in München →

European Communications Convention



Internationaler PR-Kongress im Vorfeld der DPRG PR-Preis-Gala. Am 22. und 23. März 2017 findet die dritte European Communications Convention (ECC '17) statt, diesmal wieder in München im Schloss Nymphenburg. Unmittelbar im Anschluss, am Abend des 23. März, lädt die Deutsche Public Relations Ge-

sellschaft (DPRG) zur PR-Gala aus Anlass der Verleihung der Internationalen Deutschen PR-Preise ein. Ein besonderes Highlight erwartet die ECC-Teilnehmer beim Get-Together-Abend am 22. März im Haus der Bayerischen Wirtschaft. Wie in den Vorjahren rechnen die ECC-Organisatoren mit der Teilnahme zahlreicher PR-, Kommunikations- und CSR-Experten aus vielen Ländern Europas, zum Teil sogar aus Übersee.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Save the date: PR- und Kommunikationstermine 2016 →

Nachfolgend eine Liste der bisher bekannten Termine für interessante, überregionale Veranstaltungen im PR- und Kommunikationsbereich für 2016/2017.

- 22./23. September: 13. Kommunikationskongress Bundesverband deutscher Pressesprecher und Magazin "pressesprecher", Berlin, Berliner Congress Centrum und Admiralspalast
- 26./27. September: Zeitungskongress 2016 BDZV Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, Berlin
- 07. Oktober: Checkpoint 2016 - your entry to political consulting polisphere e.V., Berlin, KAS-Akademie
- 03. November: GWA Effie Kongress und GWA Effie Gala mit Verleihung der GWA Effie Awards Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA, Frankfurt am Main, Gesellschaftshaus Palmengarten
- 7./8. November: Publishers' Summit 2016 VDZ Verband Deutscher Zeitschriften-Verleger, Berlin, bcc Berliner Kongress-Zentrum am Alexanderplatz
- 22. November: PR-Gala "PR Report Awards" PR Report/Oberauer-Verlag, Berlin, "Komet"
- 23. November: PR-Gala 2016 mit Verleihung Österreichischer Staatspreis für PR und KommunikatorIn des Jahres Public Relations Verband Austria PRVA, Wien, Studio 44 der Österreichischen Lotterien
- 24. November: 43. Deutscher Marketingtag, Thema: "Marketing goes Agile" incl. Verleihung des Deutschen Marketing Preises 2016 Deutscher Marketing Verband DMV, Leipzig, Messe
- 24. November 2016: Politikaward 2016 Quadriga Media Berlin, Magazin "politik & kommunikation", Berlin, Vollgutlager
- 22./23. März 2017: 3. European Communications Convention ECC '17-Orgateam, München, Schloß Nymphenburg
- 23. März 2017: Gala Internationaler Deutscher PR-Preis Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), München, Sofitel
- 19. Mai 2017: 12. LPRS-Forum Leipziger PR-Studenten, Leipzig

Die Liste wird laufend ergänzt. **Neue Termine** sind **halbfett** gesetzt.

SEMINARE

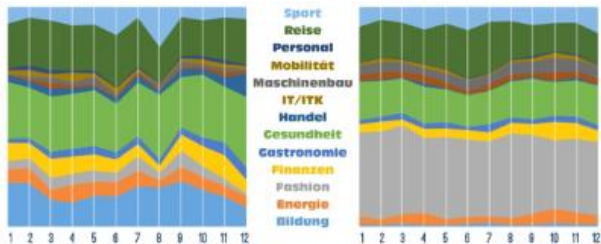
Seminare compact (1) (35./36. KW-2016)

→

1. **SCM: Fachtagung interne Kommunikation in Düsseldorf:** Am 2. und 3. November 2016 veranstaltet die SCM – School for Communication and Management, Berlin die Fachtagung Interne Kommunikation in Düsseldorf. Unter dem Motto „Veränderung – Technik – Mensch“ widmet sich die Tagung der digitalen Transformation der Internen Kommunikation. Wo stehen deutsche Unternehmen bei der digitalen Transformation? Was sind die größten Herausforderungen und inwieweit ist die Interne Kommunikation eingebunden? Referenten sind u.a. Daniel Aschoff (Allianz), Christian Fronek (Robert Bosch), Sebastian Lindemann (Philips), Annette Siragusano (comdirect bank) und Birgit Ziesche (Henkel). Die Auftaktveranstaltung am 2. November steht unter dem Motto „Gerne mit Krawatte, aber kürzer“. Weitere Informationen [hier auf der scm-Seite](#).

STUDIEN

Untersuchung: Gesundheit, Reise und Bildung sind beliebteste Themen in Zeitungen →



Themenplanung ist nicht zuletzt für Agenturen Jahr für Jahr ein mühsames Geschäft. Der Mediendienstleister Mount Barley Publishing aus Dietzenbach hat sich die Mühe gemacht, einmal zu untersuchen, in welchen Mediengattungen wann welche Redaktionsthemen behandelt werden. Dazu hat Mount Barley die Themenpläne und Sonderthemenpläne von Zeitungen, Publikums- und Fachzeitschriften ausgewertet (Zeitraum: Januar bis Dezember 2016). Mehr als 120.000 Redaktionsthemen der deutschsprachigen Medien wurden berücksichtigt. Die wichtigsten Erkenntnisse der Auswertung: Gesundheit, Reise und Bildung sind die beliebtesten Themen in Zeitungen. In Publikumszeitschriften geht es vor allem um Fashion (Mode/Lifestyle). Personalthemen finden größtenteils in Fachmedien statt und IT-Themen werden relativ selten in Zeitungen redaktionell behandelt. Die Grafik zeigt den Anteil diverser Branchenthemen in Zeitungen (links) und Publikumszeitschriften nach Monaten. Datenquelle: Themen- und Mediendatenbank TOPIC PRO.

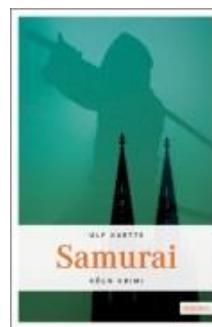
LESEHINWEISE

pressesprecher: Warum ist Social Media Monitoring so wichtig? →

Darüber schreibt Stefan Ditzen, Managing Director von Meltwater, auf der Internetseite vom "pressesprecher" ([zum vollständigen Artikel hier klicken](#)) Viele Unternehmen und Marken sind bereits in sozialen Netzwerken aktiv und nutzen so die Chancen, die ihnen das Social Web bietet. Doch alleine mit dem Senden eines Facebook-Posts oder eines Tweets ist die Arbeit nicht getan. Monitoring-Experte Stefan Ditzen von Meltwater erklärt, warum Social Media Monitoring – auch für Unternehmen, die selbst keine Social-Media-Kanäle betreiben – unverzichtbar ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kölner PR-Agentur-Chef Ulf Kartte legt zweiten Kriminalroman vor →



Er hat Wort gehalten. Nach seinem ersten Krimi „Vogelfrei“ hat Ulf Kartte jetzt wie angekündigt eine Fortsetzung vorgelegt: „Samurai“ heißt der neue Krimi, in dem Hauptkommissar Brokat erneut auf Mörderjagd geht. Zwei prominente Kölner wurden mit einem Samurai-Schwert getötet.

Auf ihrer Haut prangte das japanische Schriftzeichen für Gerechtigkeit. Ein harter Fall für den Kommissar, der feststellen muss, dass fast jeder im Umfeld der der Toten ein Motiv hatte. Als kurz darauf eine junge Frau auf die gleiche Weise ermordet wird, überschlagen sich die Ereignisse.

Das war wohl auch bei Ulf Kartte der Fall, der zweieinhalb Jahre nach seinem Erstlingswerk nun die

Fortsetzung präsentiert. Denn „neben“ seiner Tätigkeit als Krimiautor ist er noch Mitinhaber der Kölner PR-Agentur K 1. Und die feiert in diesem Jahr ihr 25-jähriges Bestehen. PR-Arbeit gab es also genug in den letzten Wochen und Monaten, umso erstaunlicher, dass es dem erfahrenen PR-Mann gelungen ist, jetzt mit „Samurai“ erneut einen spannenden Kriminalroman vorzulegen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweis: Über Redenschreiber, ihre Honorare und die berühmteste Rede der Welt →

Hätten Sie das erwartet? Der **Verband der Redenschreiber deutscher Sprache (VRdS)**, Königswinter, kalkuliert in seiner Honorarempfehlung für eine fünfminütige Rede aus privatem Anlass 700 Euro, für geschäftliche Anlässe 900 Euro. Der größte Aufwand wird dabei der Recherche zugeschrieben. Trotz der Preise, die aufgerufen werden, sichert das Redeschreiben kaum einem Profi das komplette Einkommen. „So gut wie keiner schreibt nur Reden“, erklärt der Bonner Redenschreiber und Journalist Claudius Kroker auf Anfrage des „General-Anzeigers“. PR-Aufträge, Seminare und andere Dienstleistungen komplettieren das Aufgabenspektrum. Wie wertvoll Reden sein können, beschreibt die Journalistin Sylvia Binner in dem Beitrag „Die Geister im Hintergrund“, der in der Onlineausgabe des „**General-Anzeiger-Bonn**“ erschienen ist. Lesen Sie dort auch, warum die berühmte Rede des schwarzen Bürgerrechtlers Martin Luther King („I have a dream“) unter professionellen Redeschreibern als legendäres Beispiel für eine nur knapp abgewendete Panne gilt.

PREISE UND AWARDS

Reader's Digest Pegasus Awards 2016 - die vertrauenswürdigsten Marken ausgezeichnet →

Das Forschungsinstitut Dialego, Aachen, hat im Auftrag von Reader's Digest Deutschland die vertrauenswürdigsten Marken ermittelt. Die Studie „Trusted Brands“ wurde für 29 Produktkategorien und bevölkerungsrepräsentativ mit einer Stichprobe von 4.000



befragten Personen erhoben. Einzigartig ist, dass die Studie ungestützt, also ohne jegliche Markenvorgabe, erfolgt. So wurden in diesem Jahr knapp 3.900 verschiedene Marken genannt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

6. PR Filmfestival 2016: Jury vergibt 3 x Gold, 7 x Silber und 13 x Bronze →



Insgesamt 101 Filme aus der Unternehmenskommunikation wurden im Jahr 2016 von der

12 köpfigen Fachjury (Vorsitz: Götz Ulmer, Jung von Matt/AG) unter dem Aspekt Kommunikationsstrategie, kreative Idee und Umsetzung, Zielgruppenaffinität und Erfolg bewertet. Beim PR Filmfestival geht es um die Bewertung von Filmbeiträgen aus der Unternehmenskommunikation, die im Jahr 2015/16 produziert und öffentlich oder intern gezeigt wurden.

Die Jury vergab 2016 3 x Gold, 7 x Silber und 13 PR Klappen in Bronze, die am 8. September im Rahmen der Award Gala mit „Winner Dinner“ im geschichtsträchtigen Meistersaal in Berlin Mitte verliehen wurden. Die PR Klappen in Gold gingen an:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationaler Deutscher PR-Preis 2017: Eine „Story“ erzählen →

Der Internationale PR Deutsche PR - Preis 2017 der DPRG

Endspurt bei der Einreichungsphase des diesjährigen Internationalen Deutschen PR-Preises der DPRG. Nur noch drei Wochen – bis zum **29. September** – können sich Unternehmen, Agenturen und Institutionen mit ihren Projekten und Kampagnen um den Branchenpreis bewerben.

Das Einreichungsverfahren wurde in diesem Jahr für die Bewerber vereinfacht. Statt die Geschichte der Einreichung in ein Onlineformular einzufügen, können die Einreicher die „Story“ ihrer Einreichung auf wenigen Seiten zusammenhängend erzählen. Diese Story ist Herzstück der Einreichung und zentrales Arbeitsdokument der Jury. Deswegen kommt es darauf an, hier die besondere Qualität und Leistung für die Jury sachlich, überzeugend und nachvollziehbar darzulegen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DPRG Junior Award 2017 ausgelobt →



Ab sofort können sich PR-Nachwuchskräfte für den DPRG Junior Award 2017 bewerben. Der Praxis-

wettbewerb zur Förderung des PR-Nachwuchses wird jährlich als Kategorie im Rahmen des Internationalen Deutschen PR-Preises ausgelobt und verliehen. Prämiert werden Kommunikationskonzepte, die die Bewerber nach einem Briefing der DPRG für eine Non-Profit-Organisation erstellen. In diesem Jahr gilt es, ein Konzept für die AKTIV Stiftung zu erarbeiten, die sich für die sozialverträgliche Nutzung von denkmalgeschützten Immobilien und Kulturdenkmälern einsetzt. Bewerben können sich alle Studierenden, Trainees und Volontäre aus dem deutschsprachigen Raum. Einreichungsschluss ist der 31. Oktober. Die Preisverleihung ist am 23. März 2017 in München. Alle Information zur Ausschreibung des DPRG Junior Award 2017 [sind hier zu finden](#).

Eurobest-Festival vom 30. November bis 2. Dezember in Rom: Kreativitäts-Wettbewerb gestartet →



Der Startschuss für den eurobest Kreativitätswettbewerb ist gefallen. Vom 1. bis zum 29. September können Agenturen, Unternehmen und Organisati-

onen ihre Arbeiten in 20 Kategorien über die [eurobest-Website](#) einreichen. Gekürt werden die Gewinner dann beim Festival, das in diesem Jahr vom 30. November bis zum 2. Dezember in Rom stattfindet. Während der drei Tage in der italienischen Haupt-

stadt wartet auf die Teilnehmer ein Angebot an interaktiven Workshops, lebendigen Diskussionen, Seminaren und Netzwerkveranstaltungen. Im Mittelpunkt steht die Award-Zeremonie, bei der die kreativsten Köpfe für ihre Kampagnen und sonstigen Wettbewerbsbeiträge ausgezeichnet werden. Die Entscheidungen über die Preisvergabe treffen zuvor die Fachjürs. Vorsitzende der PR-Jury ist in diesem Jahr Caterina Tonini, Vice President von Havas PR in Mailand. Ihr kommt es besonders stark darauf an, die Wichtigkeit von PR in allen Kommunikationsstrategien zu unterstreichen, speziell für die Marken- und die Unternehmenskommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BdP zeichnet Pressestelle der Polizei München mit Sonderpreis aus →



Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) zeichnet die Pressestelle der Polizei München für ihre Pressearbeit rund um den Amoklauf in der

bayerischen Landeshauptstadt mit einem Sonderpreis aus. Dies gab der Verband bekannt, parallel zu den Namen der Nominierten für die Auszeichnung „Pressestelle des Jahres 2016“. Das BdP-Präsidium habe sich aus besonderem Anlass entschieden, das professionelle Vorgehen des Presseteams rund um Pressesprecher Marcus da Gloria Martins (Foto) mit einem Sonderpreis zu honorieren. Mit Glaubwürdigkeit, Verlässlichkeit und Souveränität hätten Sprecher Marcus da Gloria Martins und sein Team überzeugt und auch die sozialen Kommunikationskanäle mit Augenmaß bespielt. Die Auszeichnung wird am 22. September im Rahmen des Kommunikationskongresses in Berlin übergeben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationaler Deutscher PR-Preis: So finden Sie die richtige Kategorie →

Der Internationale PR Deutsche PR - Preis 2017 der DPRG

Noch bis zum 29. September läuft die Frist für Einreichungen zum Wettbewerb um den Internationalen Deutschen PR-Preis, den die Deutsche

Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) in dieser Saison zum 46. Mal ausgeschrieben hat. Einreichungen sind in den Feldern „Kommunikationsmanagement“, „Meinungsmärkte“, „Organisationstypen“, „Themen und Märkte“ sowie „Instrumente“ möglich. Dahinter stehen entsprechende Kategorien, zum Beispiel „Integrierte strategische Kommunikation“, „Veränderungs-, Konflikt- und Krisenkommunikation“ oder „Interne Kommunikation und Employer Branding“. Auch der Umgang mit Instrumenten wie Social Media, Events oder Bewegtbild wird beim PR-Preis ausgezeichnet. Übergreifend ist die Kategorie „Innovative Kommunikation“ ausgeschrieben. Nachfolgend die wichtigsten Fragen für Einreicher im Überblick.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Preise und Awards compact (4) (35./36. KW-2016) →

1. **Swiss Awards Corporate Communications 2016 verliehen:** Die Haupttreisträger des Swiss Award Corporate Communications 2016, des einzigen **Schweizer Preises für Unternehmenskommunikation**, stehen fest: Die Kommunikationskonzepte der Agentur von Matt/Limmat für das Projekt "The Yellow Tour" der Schweizerischen Post und der Stadt Winterthur, Departement Soziales, für "Eine Winterthurer Weihnachtsgeschichte" wurden mit der

Award-Trophäe ausgezeichnet. Neben den beiden Trophäen verlieh die neunköpfige Fachjury Nominierungen an vier weitere Eingaben: AXA Winterthur für das Projekt "AXA Newsroom", Credit Suisse für "EURO 2016 campaign", Hotz Brand Consultants für Post CH AG sowie Swiss International Air Lines für "Einflottung der Boeing 777 / C Series 100".

2. **Magazin „Niederrheiner“ mit Kommunikationspreis in Gold ausgezeichnet:** Ein Mix aus Energiethemen, Veranstaltungstipps, regionalen Infos sowie jede Menge Mehrwert für die Leser – so kennen die Niederrheiner das NEW-Magazin. Das Magazin der kommunalen Versorgungsunternehmen NEW aus Mönchengladbach, das an knapp 400.000 Haushalte im Versorgungsgebiet verteilt wird, wurde jetzt mit zwei **Fox Awards in Gold und Silber** ausgezeichnet. Im dritten Jahr in Folge gehört die NEW damit zu den Preisträgern des Kommunikationspreises, der besonders gelungene Unternehmenskommunikation auszeichnet. Gold erhält die NEW erstmalig für das Gesamtkonzept des Magazins, Silber für das Layout.
3. **Fox Awards für A&B One und A&B One Digital:** Zum sechsten Mal stand in diesem Jahr bei den Fox Awards die Effizienz der Marketing-Kommunikation auf dem Prüfstand. A&B One und A&B One Digital überzeugten die Fachjury mit dem für die FriedWald GmbH entwickelten multimedialen FriedWald-Magazin. A&B One wurde mit dem Fox Award Gold ausgezeichnet. A&B One Digital erhielt den Fox Visuals Gold für gestalterische Effizienz. Mit dem Magazin strebt FriedWald die frühzeitige Beschäftigung mit einem sensiblen Thema an, der Beisetzung nach dem Tod. Das Unternehmen bietet Alternativen zur klassischen Friedhofsbeisetzung an, etwa Urnenbestattungen im Wald.
4. **Fox Awards 2016: MPM gewinnt sechs Auszeichnungen:** Die Mainzer Kommunikationsagentur MPM konnte bei den Fox Awards

2016 einmal Gold und fünfmal Silber einsammeln, in den Kategorien „Fox Awards“ und „Fox Visuals“. Mit den Fox Awards werden Medienkonzepte in den Kategorien Externe und Interne Kommunikation ausgezeichnet. Gold erhielt MPM für das Mitarbeitermagazin von Heraeus, Silber jeweils für das Mitarbeitermagazin der Targobank sowie für die Kundenmagazine von Mainova und STADA. In der Kategorie Fox Visuals wird die Gestaltung von Print- und Digital-Medien beurteilt. Hier erhielt MPM Silber für das Mitarbeitermagazin der Targobank sowie für das STADA-Kundenmagazin.

TIPPS

Tipps compact (1) (35./36. KW-2016) →

1. **Neue Vermittlungsplattform für Textexperten:** Die **Online-Plattform Scribershub**, die sich als **Vermittler zwischen Auftraggebern und Schreibern** versteht, geht Mitte September aus der Beta-Phase in den Launch. Bisher konnten sich freie Journalisten, Texter und andere Schreiber registrieren und anschließend verifizieren lassen, sodass ein Pool von über 400 Text-Experten nun potenziellen Auftraggebern zur Verfügung steht. Scribershub hat sich das Ziel gesetzt, nicht nur zu vermitteln, sondern durch Webinare Mehrwert zu bieten, denn langfristig soll laut Ideen der **Macherin und Journalistin Sabine Fäth**, Hamburg, eine Community entstehen, in der es vor allem um den Austausch und die Förderung der Mitglieder steht.

STAMM MEDIEN-NEWS

Stamm Medien-Newsletter September 2016 →

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (derzeit ca. 24.000) in Deutschland (Print / Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk / Radio + Fernsehen, Online (seit 2003)). **Im August 2016 wurden 3.208 Medien aktualisiert**, im letzten Quartal waren es insgesamt 18.658 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](#)

INTERNES - AUS DER REDAKTION

PR-Journal im August 2016: 23.856 Besucher, 32 neue Jobangebote →

Unsere diversen Statistiken bilanzieren für das "PR-Journal" im August 2016 insgesamt 23.856 Besucher. lt. Zählung der IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin. Somit errechnet sich insgesamt ein **Tagesdurchschnitt von 760 Visits**. Jede/r Besucher/in schaute sich 2,3 Seiten an - daraus errechnen sich 55.231 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Ergänzend wurde durch GoogleAnalytics im August festgestellt: 71,7 Prozent waren neue Besucher; die durchschnittliche Verweildauer betrug 03:01 Minuten; 54,2 Prozent der Besucher sind männlich, 45,8 Prozent weiblich; 61 Prozent sind bis 34 Jahre alt. 16,6 Prozent der Besucher rufen die PRJ-Seiten

über **mobile Geräte** (Smartphones und Tablets) auf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA IM DIALOG

Das Herz einer Agentur bilden ihre eigenen Werte – Insignis-Chef Packeiser glaubt fest daran →



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 2016 in Kooperation mit dem „PR-Journal“ um. Monatlich stellt sich ein Agenturchef der GPRA den Fragen von Studierenden, die sich in den Initiativen in Hannover (PRSH), Leipzig (LPRS), Mainz (kommog-untia) und Münster (campus relations) engagieren. Sie haben so Gelegenheit, alle Fragen über das Agenturgeschäft zu stellen, die sie für relevant halten. In der achten Folge stellte sich Raik Packeiser (Foto l.), Geschäftsführer der Hannoveraner Kommunikati-

onsagentur insignis den Fragen von Lorena Steigertahl (r.) und Vivian Weitz (M.), beide Studentinnen des Studiengangs Communication Management in Leipzig und beim LPRS engagiert.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

JOBANGEBOTE

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

Gesuche (3)

Die 3 aktuellen Gesuche finden Sie **hier**

Angebote (41)

Stellenangebote der Agenturen

- PR-Berater/-innen im Bereich Unternehmenskommunikation, Frankfurt a.M.
- (Junior) Berater Markenkommunikation PR/Social Media (m/w), Hamburg/Düsseldorf
- Senior Account Manager (w/m) Bereich Healthcare International, Frankfurt a.M. oder Köln
- (Junior-)Berater(in) Healthcare, Wiesbaden
- Kölner PR-Agentur sucht so bald als möglich PR-Redakteur/in in Vollzeit
- Jung-Redakteur oder Junior Account Manager für Agentur im IT-Bereich, München
- Redakteur (m/w) Schwerpunkt Automotive, Hamburg
- PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Wirtschaft/Finanzen in Hamburg
- Senior Account Manager PR (m/w) / stellv. Teamleitung, Hamburg
- Junior Account Manager PR (m/w) Automotive, Hamburg
- Senior Berater (w/m) für den Bereich Unternehmenskommunikation, Hamburg
- Teamleiter Kommunikation /m/w), Leipzig
- PR-Berater (m/w), Düsseldorf
- Account Manager / Projektleiter (m/w), Tübingen
- Team-Assistenz (m/w) für Frankfurt

- Junior-PR-Berater (m/w), München
- B.C Neumann PR sucht PR-Berater/Innen, Duisburg
- Projektmanager/in Corporate Publishing in Köln
- Redakteur/in Corporate Publishing in Köln
- PR-Redakteur deutsch / englisch (m/w), Stuttgart
- PR Berater (w/m) für den Bereich Technology (B2B und B2C), München
- Grayling Frankfurt sucht ab sofort einen Junior PR-Consultant (w/m) Bereich Consumer Marketing
- (Junior) Berater Marken-PR (m/w), München
- Agentur in Mannheim sucht Young Professionals Social Media und PR
- PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Redaktion, Karlsruhe
- Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Finanzen, Hamburg
- Junior Berater Business Development (m/w), Düsseldorf
- Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf
- PR-Berater (w/m), Hamburg

Stellenangebote der Behörden (Öffentl.Dienst)

- Change Communication Specialist – Interne Kommunikation, München

Stellenangebote der Unternehmen

- PR Manager (m/w), Esslingen

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- PR-Berater (m/w, Teilzeit, Elternzeitvertretung), Köln

Volontariat/Trainee

Die 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie **hier**

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie **hier**

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 12. September 2016 um 19:30 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.416 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 25,7 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.707 Adressen

Impressum

© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Gründer und Herausgeber:

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

Verlag:

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

Redaktion:



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

Mobil: 0171 3326139;

Riccardo Wagner, Köln; Helge Weinberg, Hamburg;

E-Mail: redaktion@pr-journal.de

Redaktionsschluss für Newsletter:

montags 16:00 Uhr.

Rubrik „PR-Jobbörse“:

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

Namen, Daten und Fotos der Autoren und Korrespondenten des PR-Journals entnehmen Sie bitte dieser Website www.pr-journal.de/fotos.html.

Zum ausführlichen **Impressum** geht es hier:
www.pr-journal.de/impressum.html

Marketing - MediaService - Anzeigen- / Banner-Verkauf:

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

Anschrift (Verlag):

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

E-Mail: redaktion@pr-journal.de

URL: www.pr-journal.de.

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

Für 2015 wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: 367.961 Visits und 809.584 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 1.008 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,2 Seiten aufgerufen.