

NEWSLETTER 542

50./51. KW 2016

++ Deutsche Bahn: Kampagne für echte Weihnachtsbesuche ++
++ Wortfetzen: Neue Serie über Sprache in der PR ++
++ Alle guten Wünsche zum Fest + Nächster Newsletter am 10.01. ++

TOP MELDUNGEN

Manfred Piwinger zum 80. Geburtstag: Was wir von Kommunikationsmanagern wie ihm lernen können →



Die Kommunikationsbranche lebt von Persönlichkeiten, die mit Leidenschaft, Tatkraft, mit Wissbegier und Fachkenntnis Spuren legen. Einer dieser

Spurenleger der PR wird jetzt 80 Jahre alt: Manfred Piwinger (Foto). Er hat über Jahrzehnte hin – von den 60er Jahren bis heute – zur Professionalisierung und Profilierung der Branche maßgeblich beigetragen – als Publizist, Lehrbeauftragter, als Initiator und Impulsgeber in Organen und Arbeitskreisen der PR, aber natürlich auch als Kommunikationsmanager in Unternehmen. Die deutsche PR profitierte und profitiert bis heute in vielfältiger Weise von seinem Engagement.

Mit diesem Beitrag würdigt das „PR-Journal“ die Verdienste Piwingers. An anderer Stelle im „PR-Journal“ findet sich ein weiterer [Artikel von Professor Ansgar Zerfaß](#), der Piwinger als „Quervernetzer“ charakterisiert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Edelman.ergo ein Jahr nach der Fusion: Integration und Transformation sind die Leitthemen →



Ein gutes Jahr ist es her, da wurde bekannt, dass Edelman die ergo Unternehmenskommunikation übernimmt. Rückwirkend zum 1. Juli 2015 wurde die

Fusion beschlossen, die Edelman.ergo mit einem Honorarumsatz von 30,14 Millionen Euro und 350 Mitarbeitern auf Platz 4 in Pfeffers PR-Agenturranking beförderte. Wie sieht es ein Jahr danach aus? Wie verläuft der interne Prozess des Zusammenwachsens, wie reagiert der Markt? Was ist aus Sicht der Geschäftsführung noch zu tun? Das „PR-Journal“ sprach mit Edelman.ergo-Chefin Susanne Marell (Foto). Sie nimmt Stellung zu den Fragen und erklärt, dass die Themen Integration und Transformation im vergangenen Jahr eine zentrale Rolle eingenommen haben. „Unsere Basis ist solide, wir sind gut aufgestellt“, erklärt sie, „und im Rahmen unserer Positionierung als Communications Marketing Agentur werden wir die Themen Kreation und Digital weiter verstärken.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

INHALTSVERZEICHNIS

Und hier der Inhalt des 542. Newsletters des „PR-Journals“. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 28 Einzelmeldungen:

TOP MELDUNGEN	1	Autoren-Beiträge.....	12
Manfred Piwinger zum 80. Geburtstag: Was wir von Kommunikationsmanagern wie ihm lernen können →...	1	Der Quervernetzer: Manfred Piwinger zum 80. Geburtstag →	12
Edelman.ergo ein Jahr nach der Fusion: Integration und Transformation sind die Leitthemen →	1	Kommunikationscontrolling: ein Ausblick für 2017 →...	13
Weihnachtsgeld? Seltenheit in Werbung und PR, Selbstverständlichkeit im Großhandel →.....	3	Sprache in der PR: Wortfetzen	13
Personalien	3	Humor – das rhetorische Revier der Polizei? Ein textlicher Streifzug durch die polizeiliche Pressearbeit →	13
MAN Truck & Bus verstärkt seine politische Kommunikation →	3	Das PR-Interview	13
Florian Hohenauer leitet Geschäfte für Hotwire PR →..	3	Julia Winkels von Bold über Fashion- und Lifestyle-PR: Der Influencer ist längst der neue Journalist →.....	13
Personalien compact - Unternehmen (4) (50./51. KW-2016) →.....	4	Rezensionen	14
Personalien compact - Sonstige (2) (50./51. KW-2016) →.....	5	Due Diligence in der Unternehmens-kommunikation – mit Anleitung und Bewertungsraster →.....	14
Personalien compact - Agenturen (4) (50./51. KW-2016) →.....	5	Termine	14
Etats	6	ECC'17: Lügen haben „lange“ Beine →	14
Deutsche Bahn lässt Omis gegen Emojis antreten: Kampagne für echte Weihnachtsbesuche →	6	Termine compact (1) (50./51. KW-2016) →	14
Etats compact (11) (50./51. KW-2016) →.....	7	Seminare.....	14
Agenturen.....	8	Seminare compact (1) (50./51. KW-2016) →	14
Fink & Fuchs mit neuer Firmierung →	8	Studien.....	15
Arbeitszeit und -ort flexibler gestalten: Edelman.ergo schafft mehr Freiräume für Mitarbeiter →	8	Teilnehmer für Online-Befragung zu Mitarbeiterzeitschriften gesucht →	15
Agenturen compact (2) (50./51. KW-2016) →	9	Studie zum digitalen Wandel in internationaler PR: Schriftliche Strategien sind Mangelware →.....	15
Organisationen	9	Lesehinweise	15
Deutscher Rat für Public Relations verurteilt den Einsatz von Social Bots →	9	Lesehinweis: Zeigt Gesicht! Mit Markenbotschaftern zum Unternehmenserfolg →	15
GPRA-Vertrauensindex: Etablierte Medien im Aufwind - geringes Vertrauen in Online-Werbung →...10	10	Lesehinweise compact (1) (50./51. KW-2016) →.....	16
Branche	10	Preise und Awards.....	16
Antikorruptionsgesetz verunsichert Beteiligte in Gesundheitswesen und Gesundheitskommunikation → ...10	10	CREA Credential Award: cherrypicker setzt auf exklusiven Rahmen →	16
SPD zieht mit Agentur KNSK in den Bundestagswahlkampf 2017 →	11	Preise und Awards compact (1) (50./51. KW-2016) →	16
Medien.....	11	Tipps	16
Miriam Meckel wird Herausgeberin der „WirtschaftsWoche“, Beat Balzli wird Chefredakteur →11	11	Tipps compact (1) (50./51. KW-2016) →.....	16
Social Media.....	11	Internes - aus der Redaktion	17
Wie in den USA: Deutschland steht 2017 Meinungswahlkampf 2.0 bevor →	11	Grüße zum Jahreswechsel vom PR-Journal →	17
Umfrage: Was Unternehmen mit Social Media erreichen (wollen) →	12	GPRA im Dialog.....	17
		Sympra-Chef Mathauer: Deutsche PR dient anderen Ländern als Vorreiter →	17
		Jobangebote	18
		Gesuche (6)	18
		Angebote (49)	18
		Volontariat/Trainee.....	18
		Praktikum	18
		Impressum	19
		Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site Ihr Thomas Dillmann und das Team vom PR-Journal	

Weihnachtsgeld? Seltenheit in Werbung und PR, Selbstverständlichkeit im Großhandel →



Knapp 80 Prozent der Beschäftigten im Großhandel bekommen Weihnachtsgeld. Damit erhalten sie im Vergleich zu Kollegen aus anderen Branchen das

13. Gehalt am häufigsten. Ganz anders sieht es im Bereich Werbung und PR aus: Hier bekommen lediglich rund 10,4 Prozent der Beschäftigten den Weihnachtbonus ausgezahlt. Auch in der Hotellerie und im Gaststättengewerbe (10,9 %) sowie in Unternehmensberatungen (12,7 %) sind Weihnachtsgratifikationen eine Seltenheit. Etwas häufiger gibt es Weihnachtsgeld in IT-Systemhäuser (16,2 %) und Personalberatungen (17,6 %). Zu diesen Ergebnissen kommt eine aktuelle Studie des Vergleichsportals Gehalt.de. Untersucht wurden 67.570 Vergütungsdaten und die Verteilung des 13. Gehalts nach Branchen.

(Foto: © gänseblümchen / pixelio.de)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PERSONALIEN

MAN Truck & Bus verstärkt seine politische Kommunikation →



Mit Birgit Bauer (Foto l.) und Moises Mendes Costa (r.) als Büroleiter

ist MAN Truck & Bus sowohl in der Bundeshauptstadt Berlin als auch in der Schaltzentrale der EU in Brüssel wieder präsent. Seit dem 1. Oktober leitet Bauer das Hauptstadtbüro von MAN Truck & Bus. Zuvor verantwortete Bauer als Chefredakteurin bei Springer Fachmedien München unter anderem die



Zeitschriften „VerkehrsRundschau“ und „Omnibusrevue“. Nun repräsentiert sie die Interessen der MAN Truck & Bus AG in der deutschen Hauptstadt und ist in enger Abstimmung mit dem MAN Headquarter in München Ansprechpartnerin für alle politischen Themen rund um Nutzfahrzeuge, Personen- und Güterverkehr. Bauer folgt auf Dirk Höke, der nun die politische Arbeit der Volkswagen Truck & Bus GmbH verantwortet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Florian Hohenauer leitet Geschäfte für Hotwire PR →



Florian Hohenauer (39, Foto) hat zum 1. Dezember die Geschäftsleitung der auf Technologie- und Innovationsthemen spezialisierten Kommunikationsberatung

Hotwire PR mit Standorten in München und Frankfurt übernommen. In seiner neuen Rolle soll er das digitale Produktportfolio der Agentur sowie die digitalen Kompetenzen des Berater-Teams weiter ausbauen.

Zudem sollen Kooperationen mit Owned- und Paid Media-Spezialisten das Angebotsspektrum erweitern. Hohenauer eröffnete das Münchner Büro für Hotwire im Jahr 2011 und betreut mit seinem Team Kunden wie LinkedIn, Intel Security und Workday. Hohenauer berichtet an Alex MacLavery, die das gesamte EMEA-Geschäft von Hotwire verantwortet. Er folgt auf Markus Hermsen, der die Agentur seit 2012 geführt hat und nun eine Beratung in Hamburg eröffnet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Unternehmen (4) (50./51. KW-2016) →

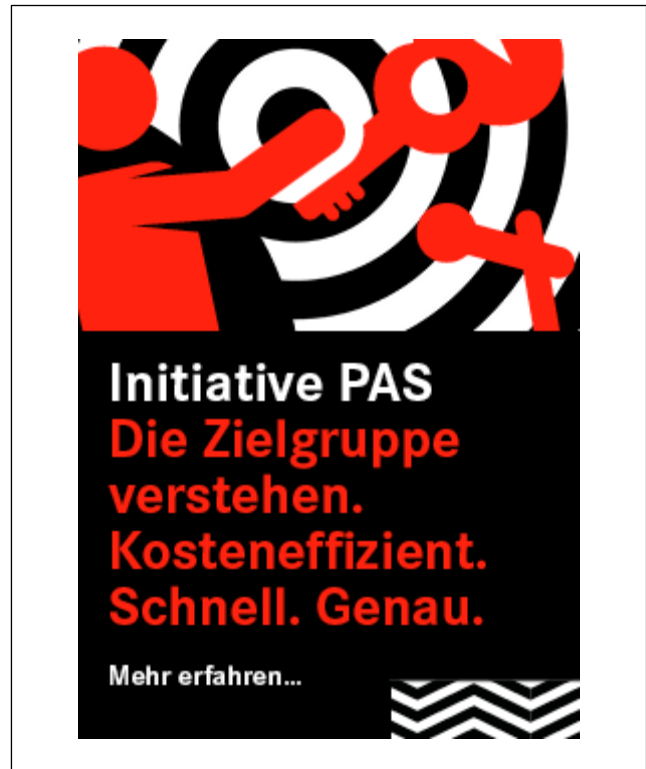
1. **Verstärkung für die Taunus Sparkasse: Sabine Schmax** (46) verantwortet ab dem 1. Januar 2017 die Öffentlichkeitsarbeit der Taunus Sparkasse in Bad Homburg. Schmax hat fast 20 Jahre in der Finanzbranche gearbeitet und war zuletzt für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Sachverständigenrates („Wirtschaftsweisen“) zuständig. Ihr Werdegang zeigt Stationen im Vorstandsstab der DZ Bank, in der Unternehmenskommunikation der Commerzbank und der volkswirtschaftlichen Abteilung der Allianz / Dresdner Bank. Schmax wird neben den Kommunikationsthemen auch das Veranstaltungsmanagement sowie Spenden und Sponsoring der Sparkasse verantworten. Ansprechpartner für die Presse bleibt **Lars Dieckmann**.
2. **Neue Pressesprecherin für „WeltN24“: Julia Sommerfeld**, seit Oktober als Senior PR-Manager bei Axel Springer in Berlin, wird nach Informationen von „turi2.de“ neue Pressesprecherin für die „WeltN24“. Dem Bericht wird sie Nachfolgerin von **Manuel Adolphsen**, der zum 1. Januar zu einer noch nicht genannten Agentur wechseln soll. Sommerfeld arbeitete bis zu ihrem Wechsel als Beraterin bei der PR-Agentur APCO.
3. **Leinhos bei Vodafone auch Unternehmenssprecher: Alexander Leinhos** (41) hat zusätzlich zu seiner Aufgabe als Leiter der externen Kommunikation bei Vodafone in Düsseldorf auch die Rolle als Unternehmenssprecher übernommen. Leinhos arbeitet seit 2011 bei dem Telekommunikationskonzern. In seiner neuen Funktion berichtet er an direkt Vodafone Deutschland-CEO **Hannes Ametsreiter**. Bevor seiner Tätigkeit beim Telekommunikationskonzern leitete Leinhos die Unternehmenskommunikation beim Energieunternehmen Conergy in Hamburg. Seine Karriere begann er als Print- und TV-Journalist, unter anderem bei der Bild, Sat1 und RTL.
4. **Andree übernimmt Kommunikation bei Adient: Ulrich Andree** (51) ist seit dem 1. Dezember Director Global Communications beim nun eigenständigen Automobilzulieferer Adient. Adient gehörte bis Ende Oktober 2016 zum Johnson Controls Konzern, der seine Autositzsparte aber dann ausgegliedert hat. Andree ist für die weltweite interne und externe Kommunikation der



Marke verantwortlich, unter deren Dach auch Recaro-Autositze produziert werden. Zuvor leitete Andree die globale externe Kommunikation bei Johnson Controls. Er berichtet an den Executive Director External Communications, **David J. Roznowski**.

Personalien compact - Sonstige (2)
(50./51. KW-2016) →

1. **Stössinger wird neue Geschäftsführerin der USK: Marie-Blanche Stössinger** wird ab Anfang Januar 2017 neue Geschäftsführerin der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) in Berlin. Sie folgt damit auf **Felix Falk**, der die USK nach rund sieben Jahren verlassen und als Geschäftsführer zum BIU – Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware wechseln wird. Stössinger ist Volljuristin und war zuletzt als Head of Public Relations & Public Affairs beim Berliner Spieleunternehmen Wooga beschäftigt. Zuvor zeichnete sie als Teil des Senior Managements für die Kommunikation der Viacom International Media Networks Marken MTV, VIVA, Nickelodeon und Comedy Central in Nordeuropa verantwortlich.
2. **Save the children hat neue Kommunikationschefin: Martina Dase** (57) ist seit dem 1. November als Direktorin für Kommunikation der Organisation Save the Children in Berlin verantwortlich. Zuvor war sie selbständige Kommunikationsberaterin. Dase wurde Nachfolgerin von **Lasse Künzer**, der zuvor als Direktor Fundraising und Kommunikation diesen Bereich leitete. In ihrer neuen Position berichtet sie an die Vorstände **Susanna Krüger** und **Bidjan Nashat**.



Personalien compact - Agenturen (4)
(50./51. KW-2016) →

1. **PR-Manager Matthias Dezes gründet Beratung: Matthias Dezes**, zuletzt Manager Corporate Communications bei der Wirtschaftskanzlei Taylor Wessing, hat sich als Kommunikationsberater in Frankfurt am Main selbständig gemacht. Seine bereits im September 2016 gegründete Beratung Dezes Public Relations bietet die Entwicklung und Umsetzung von Kommunikationsprogrammen sowie strategische Beratung. Das Angebot richtet sich an Unternehmen und Einzelpersonen aus den Branchen Finanzen, Wirtschaftskanzleien und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, Real Estate und Automotive. Dezes ist gelernter Wirtschaftsjournalist. Er war Pressesprecher von Wirtschaftskanzleien sowie der Citibank (heute: Targobank).

2. **Wirtschaftsjournalistin wird neue Redakteurin bei Blumerry:** **Danuta Szarek-Raabe** (31) wird ab 2017 neue Redakteurin im Team der Berliner Commarco-Agentur Blumerry. Sie ist Absolventin der Kölner Journalistenschule und war bereits mehrere Jahre als Wirtschaftsjournalistin tätig. Als Nachrichtenchefin gehörte sie zum Gründungsteam des deutschen Ablegers der Nachrichten- und Debattenplattform „Huffington Post“. Frühere Stationen waren das Ressort Finanzen bei „Focus Online“ sowie das Banken- und Versicherungsteam der „Welt“-Gruppe. Szarek-Raabe berichtet ab dem 9. Januar an **Gerald Selch**, Ex-Vize-Chefredakteur von „Focus“ und „Bild“, der im Mai 2015 in die Blumerry-Geschäftsleitung eingestiegen war.

3. **macom verstärkt PR- und Marketingteam:** **Martin C. Wagner** (36) ist seit Juni 2016 neuer Mitarbeiter im Team der Consulting- und Engineering-Agentur macom in Stuttgart. Als PR- und Marketing Manager soll er dazu beitragen, die Marketingkommunikation auszubauen und die Markenpositionierung von macom weiterzuentwickeln. Vor seiner Tätigkeit bei macom war Wagner im Marketing von verschiedenen mittelständischen Unternehmen aus dem Dienstleistungs- und dem technischen B-to-B-Bereich tätig. Erfahrung in der Medientechnik-Branche sammelte er zwei Jahre lang bei dem Reutlinger Display-Hersteller eyevis.

4. **Ursula Fraefel übernimmt Public Affairs bei Farner:** **Ursula Fraefel** wird zum 1. Januar 2017 neue Senior Beraterin Public Affairs im Team von Farner Consulting, Zürich. Zuletzt leitete die erfahrene Kommunikationsfachfrau und Journalistin seit September 2014 ihr eigenes Kommunikationsunternehmen in Zürich. Ihre bisherigen Kunden wird sie bei Farner weiter betreuen und ihr Kontaktnetz in Politik, Verwaltung, Verbänden und Medien bei Farner einbringen. Vor ihrer Selbständigkeit war Fraefel von 2010 bis 2014



Mitglied der Geschäftsleitung und Leiterin Kommunikation & Kampagnen bei economiesuisse. Davor war sie drei Jahre als Chefredakteurin der „Thurgauer Zeitung“.

ETATS

Deutsche Bahn lässt Omis gegen Emojis antreten: Kampagne für echte Weihnachtsbesuche →



Pünktlich zum Beginn der Weihnachtswoche geht die Deutsche

Bahn mit einem ganz besonderen Weihnachts-Spot on Air. BBDO Berlin inszeniert die geballte Weihnachtskompetenz der Omis – als Verfechter des echten Weihnachtsbesuchs – mit einem Format, das für diese Generation wie geschaffen ist: als Gedicht. In mehreren Sequenzen knöpfen sich die Omis – Strophe für Strophe – ein Emoji nach dem anderen vor, selbstbewusst, angriffslustig und emotional. Das Ergebnis ist ein humorvoller und überraschender Film mit einer starken Botschaft: Weihnachten kann man nicht verschicken. Fahrt euch besuchen!

„Unser Leben verlagert sich immer häufiger in die digitale Welt. Emojis werden dabei zum Platzhalter für echte Emotionen. Aber der Duft von frisch gebackenen Zimtsternen oder der Genuss des Weihnachtsbratens lassen sich nicht verschicken. Keiner weiß das besser als unsere Omis“, sagt Franzis Heusel, Geschäftsführer BBDO Berlin.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (11) (50./51. KW-2016) →

1. **Employer Branding-Kampagne für Accenture**
 wer: Unternehmensberatung Accenture Deutschland, Österreich und Schweiz, Kronberg im Taunus
 was: Gender Equality- und Employer Branding-Kampagne
 an: **Ballhaus West – Agentur für Kampagnen GmbH**, Berlin
2. **Visionäre für Bankhaus Hauck & Aufhäuser**
 wer: Hauck & Aufhäuser Privatbankiers, Frankfurt am Main
 was: Relaunch der Corporate Website
 an: **Visionäre GmbH**, Berlin und Frankfurt am Main
3. **Verband der Spielwarenindustrie beauftragt IKmedia**
 wer: Deutscher Verband der Spielwarenindustrie e.V. (DVSI), Nürnberg
 was: Öffentlichkeitsarbeit
 an: **Kommunikations- und Marketingagentur IKmedia GmbH**, Schwaig bei Nürnberg
4. **Magazin der Universität Stuttgart mit Sympra**
 wer: Hochschulkommunikation der Universität Stuttgart
 was: Projektsteuerung, Recherche und Erstellung der Fachartikel für Uni-Magazin „**Forschung Leben**“
 an: **Sympra GmbH**, Stuttgart

Die Kunst der richtigen Entschuldigung

Der Fall: Die Crowdfunding-Plattform Kickstarter sammelt Geld für einen Verführungs-Ratgeber. Tatsächlich ruft der Autor zur Gewalt gegen Frauen auf. Kickstarter stoppt das Projekt allerdings nicht; 16.000 Dollar gehen an den Autoren. Dann folgt die Entschuldigung von Kickstarter. Mustergültig!

[Lesen Sie hier](#), was Kommunikatoren von Kickstarter lernen können.

Ein Service von **FAKTENKONTOR**

5. **RaikeSchwertner macht ordentlich Wind**
 wer: Fachmesse Husum Wind, Hamburg
 was: Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Social Media-Management
 an: **RaikeSchwertner GmbH - Agentur für Kommunikationsberatung**, Hamburg
6. **Plaza Hotelgroup in Heilbronn engagiert primo PR**
 wer: Plaza Hotelgroup GmbH, Heilbronn
 was: Positionierung als Businesshotel
 an: **primo PR**, Frankfurt am Main
7. **Saubere Sache für die PR-Unit von Werbewelt**
 wer: Putzmittelhersteller Ecover Deutschland GmbH, Stuttgart
 was: PR-Betreuung samt Pressearbeit und Blogger Relations
 an: **Werbewelt AG**, München
8. **scrivo PR hat neuen Kunden aus Immobilienbranche**
 wer: Mr. Lodge, Anbieter möblierter Wohnungen auf Zeit, München
 was: Presse- und PR-Arbeit, Influencer Relations
 an: **scrivo PublicRelations GbR**, München

9. **PP:Agenda launcht neues Webportal für BMBF**

wer: Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Berlin

was: Neues [Webportal zur Wissenschafts- und Hochschulforschung](#)

an: **PP:Agenda GmbH**, Frankfurt am Main

10. **Neue Website für Jüdisches Museum München**

wer: Jüdisches Museum München

was: Neue Website

an: **KMS TEAM GmbH**, München

11. **Hennessy geht mit Content-Spezialist C3 an die Bar**

wer: Moët Hennessy Deutschland GmbH, München

was: Social Media-Kampagne mit Video-Serie

an: **Content Marketing Network C3**, München

AGENTUREN

Fink & Fuchs mit neuer Firmierung →



Fink & Fuchs

Die Wiesbadener Agentur Fink & Fuchs Public Relations AG

– ausgezeichnet mit dem „PR Report“-Award für die Agentur des Jahres 2016 – ändert ihren Namen. Der Namensbestandteil „Public Relations“ wird getilgt, die Agentur firmiert künftig nur noch unter Fink & Fuchs AG. Fink & Fuchs verweist darauf, dass dies ein wichtiger Meilenstein im Rahmen des Veränderungsprozesses in Richtung einer Full-Service-Kommunikationsagentur sei. Dies sei nicht marginal, sondern entspreche der veränderten Ausrichtung der Agentur. Wörtlich heißt es: „Auf Basis einer kompletten Umstrukturierung in Richtung einer agilen Organisation, der Investition in neue Mitarbeiter aus anderen Disziplinen und dem Ausbau des Partnernetz-



werks bietet Fink & Fuchs heute integrierte Lösungen, unter anderem für Corporate Communications, Marketing- oder Arbeitgeberkommunikation.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Arbeitszeit und -ort flexibler gestalten: Edelman.ergo schafft mehr Freiräume für Mitarbeiter →



Agenturen kämpfen um ihre Mitarbeiter. Sonderurlaub fürs Ehrenamt ([Wake up Communications](#)), Weiterbildung im Ausland ([Sympra](#)) oder Übernahmegarantien für Trainees ([Ketchum Pleon](#)), all das sind Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung, die in den vergangenen Monaten veröffentlicht wurden. Jetzt meldet sich auch Edelman.ergo zu Wort und schafft mehr Gestaltungsspielraum für seine 350 Mitarbeiter. Ab Januar 2017 führt die Agentur eine flexible Wochenarbeitszeit ein, gewährt Mitarbeitern zusätzlichen Urlaub und fördert die Vernetzung mit Kollegen aus anderen Standorten. Susanne Marell (Foto), CEO

von Edelman.ergo erklärt den Grund: „Der Agenturalltag fordert ein hohes Maß an Flexibilität von unseren Kolleginnen und Kollegen. Dass sie diese Flexibilität jeden Tag aufs Neue bei uns einbringen, schätzen wir sehr. Und deshalb wollen wir als Arbeitgeber den Mitarbeitern etwas zurückgeben, und bieten ihnen die Möglichkeit, die Arbeit flexibler zu gestalten.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Agenturen compact (2)

(50./51. KW-2016) →

1. **Mannheimer Agentur Signum firmiert um:** Im Jahr 1990 als „Signum communication Werbeagentur GmbH“ gegründet, haben die Mannheimer nun den **Begriff „Werbeagentur“ gestrichen**. Die Entscheidung ist der operativen Realität der Agentur geschuldet. Zum einen ist die Interne Kommunikation eines der wichtigsten Kompetenzfelder. Zum anderen hilft Signum seinen Kunden heute vor allem, kommunikative Herausforderungen rund um die Digitalisierung zu meistern. Das hat nur selten etwas mit klassischer Werbung zu tun. So hat sich Signum jüngst in den Bereichen Social Intranet, Bewegtbild und 3D-Animation personell verstärkt. Parallel zur Umfirmierung wurde das Erscheinungsbild aufgefrischt und der Webauftritt erneuert.
2. **ABC Healthcare deutscher Partner der Vivactis Group:** Die 2012 gegründete **Düsseldorfer ABC Healthcare Gesellschaft für Kommunikation mbH & Co. KG** ist ab dem 16. Dezember deutscher Partner der **Vivactis Group**, die ihren Hauptsitz in Brüssel hat. Vivactis ist nach eigenen Angaben die größte unabhängige Agenturgruppe im Bereich Gesundheitskommunikation und -Marketing. ABC Healthcare realisiert Kommunikationslösungen für Pharmaunternehmen, Medizintechnik und Privatkliniken. Mit der Partner-

schaft kann ABC sein Angebot an Kommunikationsdienstleistungen dank internationaler Expertisen in den Feldern Market Access, Digital Health, Medical Education und Studienbetreuung komplettieren.

ORGANISATIONEN

Deutscher Rat für Public Relations verurteilt den Einsatz von Social Bots →



Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat auf seiner jüngsten Sitzung Anfang Dezember den Einsatz von meinungsmanipulierenden Social Bots für „unvereinbar mit den Grundsätzen verantwortungsbewusster Öffentlichkeitsarbeit“ erklärt. „Der Einsatz von Social Bots unterläuft das Prinzip, dass hinter jeder öffentlich vorgetragenen Meinung ein Mensch stehen muss“, erklärt Professor Günter Bentele (Foto), Vorsitzender des Deutschen Rats für Public Relations. „Social Bots, oder Meinungsbots verschleiern auch ihre tatsächlichen Absender. Beides sind Manipulationsversuche und massive Verstöße gegen grundsätzliche Prinzipien der Öffentlichkeitsarbeit“, so Bentele.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**GPR-Vertrauensindex:
Etablierte Medien im Aufwind -
geringes Vertrauen in Online-Werbung →**



Im postfaktischen Zeitalter ist Qualitätsjournalismus offenbar wieder gefragt: Die Ergebnisse der neuesten repräsentativen Erhebung der Gesellschaft

PR-Agenturen (GPR) zeigt ein wachsendes Vertrauen in etablierte Wirtschaftsmedien und Tageszeitungen. Blogs und Online Werbung werden von den Verbrauchern hingegen als wenig vertrauenswürdig eingestuft. Klassische Wirtschaftsmedien und etablierte Tageszeitungen werden am vertrauenswürdigsten eingestuft – so ein Ergebnis des aktuellen GPR Vertrauensindex. „Es ist schon bemerkenswert, dass das Vertrauen vor allem in die klassischen Wirtschaftsmedien in den letzten vier Jahren so massiv gestiegen ist“, sagt Uwe A. Kohrs (Foto), Präsident der GPR. 83 Prozent der Befragten bringen dem „Handelsblatt“ das stärkste Vertrauen entgegen – im Vergleich zur letzten Befragung im März 2012 ein Plus von 25 Prozent. Auf Platz zwei landet die „Süddeutsche Zeitung“ mit 79 Prozent (plus 11 %), dicht gefolgt von der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ mit 78 Prozent (plus 7 %) und der „WirtschaftsWoche“ mit 76 Prozent (plus 21 %).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BRANCHE

**Antikorruptionsgesetz verunsichert
Beteiligte in Gesundheitswesen und
Gesundheitskommunikation →**

Das Antikorruptionsgesetz stellt Akteure im Gesundheitswesen vor neue Herausforderungen. Wer den Begriff googelt, findet eine Fülle von Beiträgen, aus



denen hervorgeht, dass die Medizin- und Pharmabranche verunsichert ist. Zusätzlich gibt es zahlreiche Angebote für eine Rechtsberatung. Aufgrund dieser Unsicherheit, welche Formen der Zusammenarbeit auch in Zukunft noch möglich sind, haben sich auch die beiden Omnicom-Agenturen FleishmanHillard



Germany, Frankfurt am Main, und face to face GmbH, Köln, des Themas angenommen. Die Healthcare-Unit von FleishmanHillard unter der Leitung von Stephan

Kühne (Foto) und die auf Medical Education spezialisierte Agentur face to face führten im November eine Veranstaltungsreihe zum Thema „Das Antikorruptionsgesetz in der Praxis“ durch. Hierbei wurde deutlich, dass viele Branchenvertreter noch nicht wissen, wie Gesundheitskommunikation in der aktuellen Lage aussehen sollte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SPD zieht mit Agentur KNSK in den Bundestagswahlkampf 2017 →



Wie „Handelsblatt“ und „Horizont“ übereinstimmend berichten, hat nun auch die SPD eine Agentur für den Bundestagswahlkampf 2017 gefunden, nachdem der Partei vor wenigen Wochen noch ihr **Stamm-Werber Frank Stauss mit der Agentur Butter einen Korb gegeben hatte**. Die SPD wird mit KNSK in den Wahlkampf ziehen, einer auf Werbung und Campaigning spezialisierten Agentur mit Standorten in Hamburg und Essen. SPD-Generalsekretärin Katarina Barley (Foto) hat die Auftragsvergabe inzwischen bestätigt. KNSK hat unter anderem den Europawahlkampf 2014 mit Spitzenkandidat Martin Schulz sowie Bundestagswahlkämpfe von Gerhard Schröder als Lead-Partner umgesetzt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

MEDIEN

Miriam Meckel wird Herausgeberin der „WirtschaftsWoche“, Beat Balzli wird Chefredakteur →



„WirtschaftsWoche“-Chefredakteurin Miriam Meckel (49,

Foto l.) wird zum 1. April 2017 Herausgeberin des Wirtschaftsmagazins. Ihre bisherige Position übernimmt dann Beat Balzli (50, r.), derzeit stellvertretender Chefredakteur der WeltN24-Gruppe, der als neuer Chefredakteur an die Spitze der „WirtschaftsWoche“-Redaktion nach Düsseldorf wechselt. Miriam Meckel wird als aktive Herausgeberin die strategische Entwicklung der Marke „WirtschaftsWoche“ im Digitalzeitalter vorantreiben. Dazu gehören auch die



Weiterentwicklung des „WirtschaftsWoche“-Clubs und neue Formate im Live-Journalismus. Darüber hinaus wird Meckel mit Essays, Interviews und einer wöchentlichen Kolumne regelmäßig publizistisch in der „WirtschaftsWoche“ mitwirken.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

SOCIAL MEDIA

Wie in den USA: Deutschland steht 2017 Meinungswahlkampf 2.0 bevor →



Haben Profiling und Microtargeting Donald Trump wirklich ins Weiße Haus gebracht? Das behauptet zumindest eine Londoner

Agentur, die Daten von Facebook-Nutzern ausgewertet und für individuelle Social Media-Werbung genutzt hat. Das löste hierzulande Erstaunen aus. Dabei nutzt die deutsche Kommunikationsberatung komm.passion dieses Verfahren längst. (Wir berichteten bereits am 31. Oktober darüber und bezogen uns auf das **komm.passion-Dossier** zu diesem Thema.) Unmittelbar nach der US-Wahl 2016 erfuhr Deutschland auf diese Weise, wie die Trump-Fans so ticken: Deutsche Trump-Sympathisanten lehnen den Islam

ab, schwärmen für die AfD, Horst Seehofer, Bill Gates und den ungarischen Ministerpräsidenten Victor Orbán. Das hatte komm.passion anhand der Untersuchung von 45.000 Facebook-Profilen und unter strenger Einhaltung des Datenschutzes herausgefunden. „Social Media Analytics“ nennt sich diese Marktforschungs-Methode. komm.passion bündelt sie im neuen Angebot PAS.

Foto: komm.passion-Chef Alexander Güttler, Neuroinformatiker Klaus Holthausen und komm.passion-Berater Thomas W. Ulrich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Umfrage: Was Unternehmen mit Social Media erreichen (wollen) →

Fast alle Unternehmen sind heutzutage im Social Web aktiv. Doch was wollen sie damit erreichen? Antwort: Vor allem ihre Bekanntheit und ihre Marken stärken. Das zeigt eine aktuelle Umfrage unter Unternehmenspressestellen und PR-Agenturen: 90 Prozent der befragten Mitarbeiter aus Pressestellen von Firmen, die über soziale Medien kommunizieren, wollen dadurch die Bekanntheit ihres Unternehmens steigern. 77 Prozent geben als Ziel an, ihre Marke zu stärken. Die Möglichkeiten, über Social Media neue Mitarbeiter oder Produktideen zu gewinnen, werden von der deutschen Wirtschaft hingegen noch weitgehend ungenutzt gelassen. Das sind Ergebnisse des Social-Media-Trendmonitors „Social Media: Kommunikation, Strategie, Ziele“ der Kommunikationsberatung Faktenkontor und der dpa-Tochter news aktuell, beide Hamburg, für den 640 Mitarbeiter aus Pressestellen und PR-Agenturen befragt wurden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



AUTOREN-BEITRÄGE

Der Quervernetzer: Manfred Piwinger zum 80. Geburtstag →



Von Ansgar Zerfaß (Foto r.), Leipzig

Es gibt wohl keinen Kommunikationspraktiker in Deutschland, der die PR-Profession so ausdauernd und intensiv reflektiert hat wie er: Manfred Piwinger (Foto l.), der am 21. Dezember 2016 in Wuppertal seinen 80. Geburtstag feiert. Wer ihn kennt und ihn erst vor kurzem wieder engagiert auf Fachtagungen erlebt hat, mag kaum glauben, dass er gerade das doppelte Schwabenalter erreicht. Seine Verdienste um das Berufsfeld und die Ausbildung des Nachwuchses in der Disziplin sind hinreichend bekannt. Ebenso wichtig ist jedoch sein Beitrag zur wissenschaftlichen Erschließung unserer Disziplin. „Manfred Piwinger kann ... ohne Zweifel als praxisverhafteter, gleichzeitig namhafter Protagonist der PR-Wissenschaft in Deutschland gelten“, hieß es bereits 2010 in einem Gutachten, das im Vorfeld der Verleihung des Bundesverdienstkreuzes an ihn erstellt wurde.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommunikationscontrolling: ein Ausblick für 2017 →



Von Christian Krause (Foto), München
Auch in 2016 haben sich PR-Experten ausgiebig mit dem Thema Kommunikationscontrolling beschäftigt. Zahlreiche Fachveranstaltungen und rege Teilnahme an Umfragen zeigen das Interesse daran. Doch noch immer ist sich die Branche nicht ganz sicher, wie sie Stellenwert beziehungsweise Aufgabe von Kommunikationscontrolling einordnen soll. Bleibt zum Ende des Jahres die Frage, wie sich die Disziplin weiter entwickeln wird. Wie sind die Aussichten für das Jahr 2017? Eine klare Tendenz lautet: Stellenwert und auch Anspruch werden steigen. PR-Praktiker sollten sich frühzeitig darauf einstellen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SPRACHE IN DER PR: WORTFETZEN

Humor – das rhetorische Revier der Polizei? Ein textlicher Streifzug durch die polizeiliche Pressearbeit →

Nachfolgend lesen Sie Teil 1 unserer Serie zur **Sprache in der PR**. Unter dem Titel „**Wortfetzen**“ reflektieren Studierende des Masterstudiengangs Kommunikationsmanagement der Hochschule Hannover in eigenen Beiträgen aktuelle Beispiele aus der digitalen PR-Praxis.

Von Victoria von der Haar (Foto), Hannover



Polizeisprecher - das sind doch humorbefreite, hölzern sprechende Gesetzeshüter, die sich silbengetreu an den Wortlaut des in Papierdeutsch verfassten Ein-satzberichtes halten? Die in formaljuristischem Büro-

kratiesprech Ordnungswidrigkeiten so gestelzt dokumentieren, dass sich die Gitterstäbe biegen? Die ein Auto als „Einzelpersonenbeförderungseinheit“, eine Ampel als „bedarfsgesteuerte Fußgängerfurt“ und einen Baum als „raumübergreifendes Großgrün“ bezeichnen? Warum Sie mit diesem Klischeedenken auf der falschen Fährte sind, zeigt der folgende Streifzug durch die polizeiliche Behördenkommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DAS PR-INTERVIEW

Julia Winkels von Bold über Fashion- und Lifestyle-PR: Der Influencer ist längst der neue Journalist →



Sind Lady Gaga und Justin Bieber „in“ oder bereits alternde Popstars? Trägt man noch Skinny Jeans? iPhone 7 oder ein Billigmodell? Instagram oder Snap-

chat? Mögen Modepäpste noch über Blau oder Lila als Farbe der Saison philosophieren, rennen jedes Wochenende längst tausende junger Menschen komplett in Schwarz ins Berliner Berghain. Die weltweite Party-Community trägt jetzt Schwarz! Für Unternehmen und Marken aus Fashion und Lifestyle kann es um Milliarden Euro gehen, wenn sie einen Trend verpassen und mit ihren Kommunikationsmaßen bestimmte „Urban Subcultures“ nicht erreichen. „Der Beratungsbedarf ist deshalb so groß wie nie“, erklärt Julia Winkels (Foto), Geschäftsführerin der Agentur Bold aus Berlin. Das „PR-Journal“ sprach mit ihr über Fashion-PR und die Bedeutung von Influencern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

REZENSIONEN

Due Diligence in der Unternehmenskommunikation – mit Anleitung und Bewertungsraster →



„Due Dilligence in der Unternehmenskommunikation – Mit den richtigen Fragen zum Kommunikationserfolg“. So heißt ein neuer Band in der Springer-Gabler-Reihe „essentials“. Die Autoren Wolfgang Griepentrog und Manfred Pwinger geben darin Hilfestellung, wie eine Risikoprüfung in der Unternehmenskommunikation konkret durchgeführt werden kann und welchen Nutzen sie hat. Folgt man den Autoren, dann ist „eine Due Dilligence in der Kommunikation ein mit geringem Aufwand umsetzbares, systematisches Prüfverfahren, mit dessen Hilfe Status und Leistungsfähigkeit der Unternehmenskommunikation beschrieben und bewertet werden können.“ Doch es bleibt nicht bei der reinen Bestandsaufnahme. Mit Hilfe des Verfahrens soll es auch gelingen, herauszufinden, was die Unternehmenskommunikation mit Blick auf die Erwartungen der Stakeholder leisten können muss und ob die dazu erforderlichen Ressourcen sinnvoll verteilt sind.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

TERMINE

ECC'17: Lügen haben „lange“ Beine →



Die dritte European Communications Convention am 22. und 23.

März 2017 in München verspricht, ein bedeutendes Event für die Kommunikations-Branche in Europa und darüber hinaus zu werden. Die ECC'17 bietet

eine breite Palette an Themen, die sich alle mit dem Hauptmotto „Lügen haben ‚lange‘ Beine“ verbinden lassen. Kaum jemals wurde so viel gelogen, wie bei Brexit oder im amerikanischen Wahlkampf. Auch die Flüchtlingskrise in Europa ist vielfach von Unwahrheiten geprägt, statt von ehrlicher, glaubwürdiger und seriöser Kommunikation.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Termine compact (1) (50./51. KW-2016) →

1. **Kommunikationskongress 2017: Save the date** Rechtzeitig zur Planung für das neue Jahr hat der **Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP)** den Termin für den Kommunikationskongress 2017 bekannt gegeben. Am **21. und 22. September 2017** lädt der BdP als Veranstalter zum 14. Mail nach Berlin ins Congress-Center. Via [Website zum Kongress](#) können sich Interessenten bereits jetzt die Teilnahme für eines der zentralen Events der Kommunikationsbranche sichern.

SEMINARE

Seminare compact (1) (50./51. KW-2016) →

1. **SCM-Programm 2017 steht zum Download bereit:** Auch 2017 bietet die **School for Communication and Management**, SCM, Berlin, wieder verschiedene Weiterbildungsformate zu den klassischen Themenbereichen aus Interner Kommunikation, Public Relations, Content Marketing und Social Media an. In Seminaren, Intensivkursen, Tagungen und Praxistagen geben Experten umfangreiches Branchenwissen weiter. Auf der [SCM-Website](#) steht das Programm zum kosten Download bereit.

STUDIEN

Teilnehmer für Online-Befragung zu Mitarbeiterzeitschriften gesucht →



JOHANNES GUTENBERG
UNIVERSITÄT MAINZ

Nach Meinung einer Forschungsgruppe am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

ist die Arbeit hinter den Kulissen einer Mitarbeiterzeitschrift bislang nicht ausreichend erforscht. Das soll sich ändern, deshalb untersuchen die Wissenschaftler aktuell in einer Studie das Berufsbild der Redakteure an Mitarbeiterzeitschriften. Die Untersuchung ist Teil eines Forschungsprojekts unter der Leitung von Professor Thomas Koch. Unterstützt wird er von Marina Haugg, Lea Kaiser, Ruth Karner, Chantal Kirschner, Lisa Köhn und Elisabeth Neuhaus. Für die Untersuchung werden noch Teilnehmer gesucht. Die Online-Befragung dauert etwa zwölf Minuten. Das Mainzer Team freut sich über Unterstützung. Hier geht es direkt zum [Fragebogen](#).

Studie zum digitalen Wandel in internationaler PR: Schriftliche Strategien sind Mangelware →



Über 85 Prozent der PR-Profis erwarten in den nächsten fünf Jahren einen deutlich wachsenden Fokus auf Technologie und digitale PR in ihren Unternehmen. Allerdings hinken – besonders in Deutschland – die strategische Planung, die interne Akzeptanz, die Entwicklung von flexibleren Strukturen und die Weiterbildung von Mitarbeitern noch weit hinterher. Das zeigt eine internationale Umfrage von Mynewsdesk, Berlin, in

Zusammenarbeit mit der Berghs School of Communication, Stockholm. Mit der ersten umfassenden Studie unter dem Fokus „digitale PR“ hat Mynewsdesk 2.500 PR-Verantwortliche aus acht Ländern zu ihren Herausforderungen und zum Status quo in diesem Bereich befragt. Darunter waren hauptsächlich PR-Manager und -Direktoren auf lokaler, regionaler und globaler Ebene aus mehr als 17 Branchen, u.a. aus den Bereichen Medien und Unterhaltung, Unternehmensdienste, Software und Internet, Regierung und gemeinnützige Organisationen.

Grafik: In nur 17 Prozent der deutschen PR-Abteilungen gibt es eine schriftlich festgehaltene Strategie für die digitale PR.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

LESEHINWEISE

Lesehinweis: Zeigt Gesicht! Mit Markenbotschaftern zum Unternehmenserfolg →



„Lasst eure Mitarbeiter Gesicht zeigen für die Marke“ – Kerstin Hoffmann plädiert in ihrem neuen Buch für Umdenken und Weiterentwicklung in der Unternehmenskommunikation: Gut vernetzte Persönlichkeiten statt gesichtsloser Markeninhalte sollen dafür sorgen, dass

Unternehmen sich in der Flut von Informationen mit ihren Botschaften behaupten können. Wie man eine Kommunikationsstrategie aufbaut, deren Erfolg auf echte Beziehungen zwischen Menschen setzt, will Hoffmann in „Lotsen in der Informationsflut“ aufzeigen. Das neue Buch ist im Haufe-Verlag, Freiburg, erschienen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise compact (1) (50./51. KW-2016) →

1. **Lesehinweis: So gewinnen Banken Vertrauen zurück:** Der Verlag Schäffer-Poeschel hat mit der **Neuerscheinung „Kommunikation für Banken und Versicherer“** ein neues Fachbuch herausgebracht. Es geht den Fragen nach, wie die Branche ihre Bedeutung für Wirtschaft und Gesellschaft lebensnah darstellen und Vertrauen zurückgewinnen kann. Dabei beleuchten die Autoren um das Herausgeber-Trio Marcus Reinmuth, Inga Ellen Kastens und Patrick Voßkamp die branchenspezifischen Herausforderungen, geben Einblicke in bewährtes Praxiswissen und zeigen innovative Ansätze auf. Das Buch umfasst 359 Seiten und kostet als Hardcover 49,95 Euro. Die ISBN-Nr. lautet: 978-3-7910-3566-6. Hier geht's direkt zum [Onlineshop](#).

PREISE UND AWARDS

CREA Credential Award: cherrypicker setzt auf exklusiven Rahmen →



Zum 14. Mal lädt der Credential Award am 23. Februar 2017 Agenturen aus der Region DACH ein zu einer Preisverleihung in den „The Finest Communication Club“ nach Hamburg ein. Ausrichter ist die Hamburger Agenturmanagementberatung cherrypicker. Eine Eintrittskarte erhalten jedoch nur die Agenturen die sich mit den besten Eigenmarketing-Maßnahmen für die Shortlist des Awards qualifizieren. Unter dem Jury-Vorsitzend von Natanael Sijanta, Director Marketing Communications Mercedes-Benz Pkw, wird eine rein aus Kunden bestehende Jury diese Arbeiten in zwei Runden bewerten und prämiieren. Aussagekräftige Unterlagen können noch bis zum 23. Dezember 2016 über [diese Website](#) eingereicht werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Preise und Awards compact (1) (50./51. KW-2016) →

1. **GWA HealthCare Award 2017 ist gestartet:** Bis zum **17. Februar 2017** können Agenturen und Werbung treibende Unternehmen ihre Kommunikationsmaßnahmen im Bereich Healthcare-Marketing einreichen. Für Einreichungen bis zum **8. Februar 2017** gilt eine ermäßigte Teilnahmegebühr. Die **Preisverleihung findet am 26. Juni 2017 in Bonn** statt. Nach seiner Reform im vergangenen Jahr zeichnet der GWA HealthCare Award 2017 wieder Kommunikationsanlässe und -themen in fünf Kategorien aus. Das Bewertungsverfahren ist zweistufig und setzt sich aus einer Onlinejurierung und einer Jurysitzung Ende März 2017 zusammen. Der Einreichungsprozess erfolgt via [GWA-Website](#).

TIPPS

Tipps compact (1) (50./51. KW-2016) →

1. **Gratis Leitfaden „Data Driven Marketing“:** Fehlt noch was für den Gabentisch? **Marketing-Spezialist Torsten Schwarz** hat ein Buch zu verschenken. Bis Weihnachten können sich Interessenten seinen Leitfaden zum Thema Data Driven Marketing kostenlos herunterladen. Herausgeber ist neben Schwarz noch Gabriele Braun. Das Buch ist im Oktober 2015 im Verlag Marketing-Börse erschienen und kostete als Digitalausgabe 29,40 Euro. Das PDF-Dokument umfasst 416 Seiten. Download unter: [Buch-geschenkt.de](#). Das Thema steht im Rahmen der Digitalisierung bei Unternehmen ganz oben auf der Agenda. Das Buch zeigt Ansätze, wie Unternehmen vorgehen, um die Kundenorientierung zu verbessern.

INTERNES - AUS DER REDAKTION

Grüße zum Jahreswechsel vom PR-Journal →

Liebe Leserinnen und Leser!

Verlag und Redaktion wünschen Ihnen und Ihren Familien und Freunden ein ruhiges und besinnliches Weihnachtsfest im Kreise Ihrer Lieben und Freunde, einen guten Rutsch und ein tolles Jahr 2017!

Wir danken allen, die uns im Laufe dieses Jahres als Leser, Anzeigenkunde, Autor, Berater oder Unterstützer die Treue gehalten haben. Gemeinsam mit Ihnen freuen wir uns auf ein erlebnisreiches Jahr 2017 mit vielen spannenden Geschichten rund um unsere Branche!



Der nächste Newsletter erscheint am 10. Januar 2017.

Bis dahin können Sie sich wie gewohnt auf unserer Homepage informieren.

Herzlichst

Gerhard Pfeffer und Thomas Dillmann

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

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 (kommoguntia) und Münster (campus relations) engagieren. Sie haben so Gelegenheit, alle Fragen über das



Agenturgeschäft zu stellen, die sie für relevant halten. In der zwölften Folge stellten sich Veit Mathauer (Foto Mitte), Geschäftsführer von Sympra, Trainee Constanze Trojan (2. r.) sowie Student-Trainee Bianca Finkel (l.) den Fragen von Katharina Marg und Kathrin Kamm, Studentinnen des Masterstudiengangs Unternehmenskommunikation an der Universität Mainz und aktive Mitglieder von kommoguntia.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA IM DIALOG

Sympra-Chef Mathauer: Deutsche PR dient anderen Ländern als Vorreiter →

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

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 (49)

Stellenangebote der Agenturen

- Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt B2B & E-Commerce, Hamburg
- PR-Redakteur (m/w) in Berlin
- Online-Redakteur und Community Manager (m/w) Schwerpunkt Automotive&Technik, Düsseldorf
- PR-Juniorberater (m/w) in Hamburg
- Lead PR & Community Manager, Berlin
- Leiter (m/w) für unser E-Commerce Team in Berlin
- PR-Berater/Senior-PR-Berater (m/w) in Berlin
- PR-Senior-Berater B2B (m/w) in Hamburg
- PR-Berater (m/w) bzw. PR-Manager (m/w), Stuttgart
- Account Manager PR Schwerpunkt Finanzen (m/w), Hamburg
- PR-Assistenz für 30 Stunden (m/w), Bremen
- Account Manager/Projektleiter (m/w) mit B2B-Kommunikation für unser Team „Engineering & Manufacturing“, Tübingen
- Account Director/Teamleitung PR (mw) Schwerpunkt Beauty & Lifestyle, Hamburg
- Account Director/Teamleitung (m/w) Schwerpunkt F&B & Lifestyle, Hamburg
- PR-Redakteur Lifestyle/Food mit Beratungskompetenz (m/w), Düsseldorf
- Junior-Redakteur (m/w), Hamburg
- Junior-PR-Berater/in, Köln
- PR-Berater (m/w), Köln
- Junior PR Berater (m/w) für Düsseldorf und Berlin
- Junior PR Consultant (w/m) Healthcare in Düsseldorf
- Junior PR Berater (w/m) Beauty, München
- Riba:BusinessTalk sucht PR-Manager (m/w) in Vollzeit, bei Koblenz

- Junior PR-Berater(in) in Berlin für spannende Aufgaben
- Senior PR-Berater/in B2C, Stuttgart
- Senior PR-Consultant in Düsseldorf

Stellenangebote der Unternehmen

- (Online-)Redakteur/in / Content Manager/in, Mainburg
- Spezialist/in für PR & Sponsoring, Mainburg
- Social Media Spezialist/in, Mainburg
- Bereichsleiter (w/m) Unternehmenskommunikation, Neckarsulm
- PR-Manager (m/w), Berlin bzw. Stuttgart
- Leiter/Leiterin Unternehmenskommunikation, Neuburg a.d.D.
- Communications / PR Specialist for DACH, Düsseldorf

Stellenangebote der Verbände (Non-Profit)

- PR-Manager (w/m), Frankfurt a.M.

Volontariat/Trainee

Die 9 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie **hier**

Praktikum

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 19. Dezember 2016 um 18:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.521 aktive Empfänger** versandt und erzielte eine **Öffnungsrate** von 25,5 Prozent. Der Gesamtverteiler bei CleverReach, Oldenburg, umfasst 18.989 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.