

Rakete.

Das Logbuch 2015/2016 der Westend. Public Relations GmbH

Neue Welten

King Kong Content.

*Willkommen auf der Mission von Westend-PR im
Universum der inhaltsgetriebenen Kommunikation.
Kometen & Konfetti zum 20-jährigen Jubiläum
der Leipziger Agentur.*

Das Erfolgs- Shuttle.

*PR & Media Relations, Corporate Publishing
und Content Marketing: Expertise
aus einer Hand vom Terminal Leipzig.*





VON HERZEN!
ALLES GUTE ZUM
AGENTURGEBURTSTAG



Altenburg | Delitzsch | Oschetz | Meißen | Eilenburg | Dresden | Leipzig P.C.
Halberstadt | Taucha | Leipzig City | Zwickau | Gera | Halle Neustadt
Halle Rolltroppe | Dessau

www.fischer1832.de | www.facebook.com/fischer1832

#01

Editorial.



T. Säuberlich

Tilo Säuberlich |
Geschäftsführender Gesellschafter



Marko Mäde |
Geschäftsführender Gesellschafter

Geht app.

MM: What's App?

Meinte: What's up? Diese verflixte
Autokorrektur ... 🤔

TS: Grad 'nen Hinweis von
Johanna bekommen: 20 Jahre
Westend-PR steht bevor ...



Krass! Was schlägst Du als
Gründungsmitglied vor ...?

Lass mal brainstormen. Aber kein
großes Fest mit Häppchen und
Trallala, macht jeder und hat jeder
schnell wieder vergessen.

Unsere Feste vergisst man nicht 😊

Okay ... Andere Ideen?

Ein Team-Event, langes
Wochenende mit Action.

Top. Gekauft. Brauchen aber noch
eine Idee für extern ...

Lass mal überraschen. Was Neues
machen. Ein eigenes Magazin!!!



Aber nicht in Richtung
Imagebroschüre.

Nö, wir lassen King Kong Content
frei ... 🤔

Okay. So machen wir das.

Habe gleich mal 'ne Foto-Idee:
Schön mit Konfetti ...! 🎉

Geht ab. Wie 'ne Rakete ...! 🚀

Inhalt.

6

Terminal

Leipzig ist keine Metropole und auch nicht besser als Berlin. Das ist auch gut so. Denn dadurch kann die Stadt einfach bleiben, wie sie ist, und sich entwickeln, wie sie will.



12

/ 13

Shuttle

„King Kong Content“! Die Leipziger Agentur Westend-PR steht für strategische PR-Kommunikation, Corporate Publishing, Content Marketing und Social Media.

16

Mission Control

Das gesamte Innenleben der Westend. Public Relations GmbH in einer doppelseitigen Infografik verpackt – eine visuelle „Rakete“.

20

/

34

Astronauten

Die Mitarbeiter sind das Herz jeder Agentur. Teamgeist und Gemeinschaft prägen die Atmosphäre bei Westend-PR. Kleine Geschichten über diejenigen, die ansonsten Storys über die Kunden lancieren.



R2-D2

Von „Freitagsküche“ bis „Sommermärchen“ oder „Social Media Lab“ – bunter Smalltalk aus dem Agenturleben.

36

40

Komet

Im Interview macht Professor Ánsgar Zerfuß deutlich, dass „Content als klarer Markenkern“ der richtige Treibstoff für die „Rakete“ ist.



47

Sputnik

Die Musik-Charts von Westend-PR: Top 20 zum 20-jährigen Jubiläum. Lassen Sie sich überraschen.

68

Sternschnuppen

„Das Internet macht doof!“ Wirklich? Genießen Sie einige der schönsten Zitate aus dem bunten Universum der Kommunikation.

48

/ 60

Stars

Ein wenig „Klappern“ gehört zum Handwerk: Einige Best Cases von Westend-PR, z. B. 1.000 Jahre Leipzig, Perschmann Gruppe, Galopprennbahn Scheibenhof und Lichtfest Leipzig (LTM).

63

Galaxie

Gesammelte Kurzgeschichten von Kunden, Multiplikatoren und Partnern: Statements von Michael Stich bis Guido Schäfer, von Ralph Fürther bis Peter Zimmermann.

66



71

Matrix

Wer behauptet, alles selbst zu können, kann nichts so richtig perfekt. Deshalb arbeitet Westend-PR vertrauensvoll mit ausgewählten Exklusiv-Partnern zusammen.

74

Satelliten

„20 Jahre, 20 Preise“. Machen Sie mit beim großen Jubiläumsgewinnspiel von Westend-PR. Wir verlosen 20 kleine Sterne!



Ein leuchtender Standort

Leipzig ist die Heimat der Agentur Westend-PR. Eine dynamische Stadt im Wandel. Ein perfekter Ort für kreative Kommunikation.

Die Stadt der Möglichkeiten.

Die coole Sau.

Leipzig ist keine Metropole und auch nicht besser als Berlin.
Das ist auch gut so – eine subjektive Betrachtung.



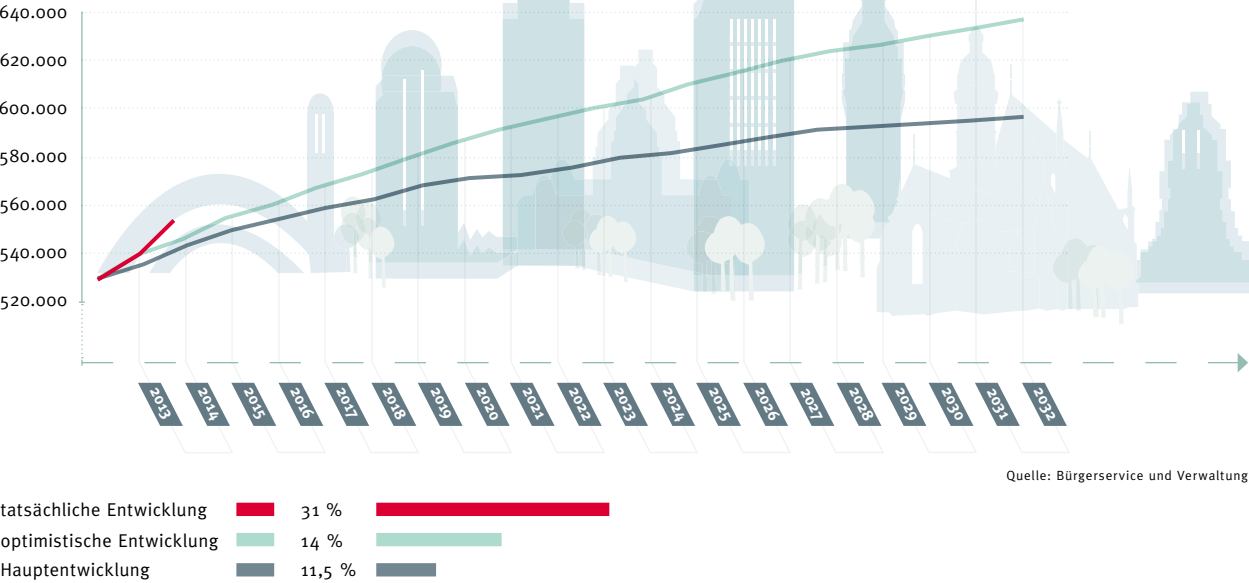
Leipzig stand kurz davor, zur interstellaren Hauptstadt des Universums gekürt zu werden. Medien rund um den Globus ergossen sich in Lobeshymnen, bezeichneten die „Metropole der Lässigkeit“ (Neue Zürcher Zeitung) als das „neue Berlin“ (New York Times). Die „kleine coole Schwester der Bundeshauptstadt“ (Travelbook) sei die „auffälligste unter Deutschlands Großstädten“ (Die Welt). Der Euphemismus aller Euphemismen wurde geboren: „Hypezig“. Zum Glück stellte ein multiplanetarischer Rat fest, dass der interkontinentale Airport vorzugsweise gelbe Pappschachteln befördert, und gab der größeren Schwester von Leipzig den Vorrang: New York, die Nr. 1 der Galaxie. Letztlich ein Segen für die Halbmillionenstadt in Sachsen. Leipzig konnte einfach bleiben, was es ist, und werden, was es wollte.

Nein, Leipzig ist keine Metropole, auch keine Sachsenmetropole, nur weil Journalisten darauf immer kommen, wenn sie Synonyme googeln. Leipzig ist mit 556.017 Einwohnern logischerweise zu klein für eine Weltstadt, auch wenn ein Bevölkerungswachstum von zehn Prozent in den nächsten Jahren und der Sprung über die 600.000-Schallmauer bereits 2023 erwartet werden. Noch immer findet fast jeder zehnte Bürger keine Arbeit und der Nachwuchs keinen Kitaplatz.

Wien lächelt müde, wenn es um die Musikhauptstadt Europas geht, Paris fragt sich noch heute, wie jemand darauf kommt, das größte Gründerzeitareal ausgerechnet im Waldstraßenviertel zu verorten, und eine italienische Lagunenstadt hat im Rotweinsuff den Titel „mehr Brücken als Venedig“ an die Pleiße verkauft. Nein, Leipzig ist keine Metropole und frei nach Klaus Wowereit ist das auch gut so. „Die Stimmung in der Stadt ist viel besser als die Lage“, erklärt Wissenschaftler Dieter Rink im „Manager Magazin“ und markiert damit Leipziger Wesenszüge.

Entwicklung Einwohner

Stadt Leipzig. Stand: 02.03.2015



Top 10 „Places to be“

- 01 >> Kunst atmen in der Baumwollspinnerei
- 02 >> Bier statt Brause trinken bei RBL in der Red Bull Arena
- 03 >> Zwei Sterne genießen im „Falco“
- 04 >> Chillen am Richard-Wagner-Hain
- 05 >> Goldenen Schuh von Goethes Faust in der Mädlerpassage putzen
- 06 >> Zocken auf der Galopprennbahn Scheibenholtz
- 07 >> Baden, radeln, entspannen im Neuseenland
- 08 >> Szene treffen in Restaurant und Weinbar „B10“
- 09 >> Shoppen und schlendern in den „Höfen am Brühl“
- 10 >> Paddeln auf dem Karl-Heine-Kanal

„Die auffälligste unter Deutschlands Großstädten“



„Die Stadt bietet ein Lebensgefühl.“

Freiheit als Nukleus

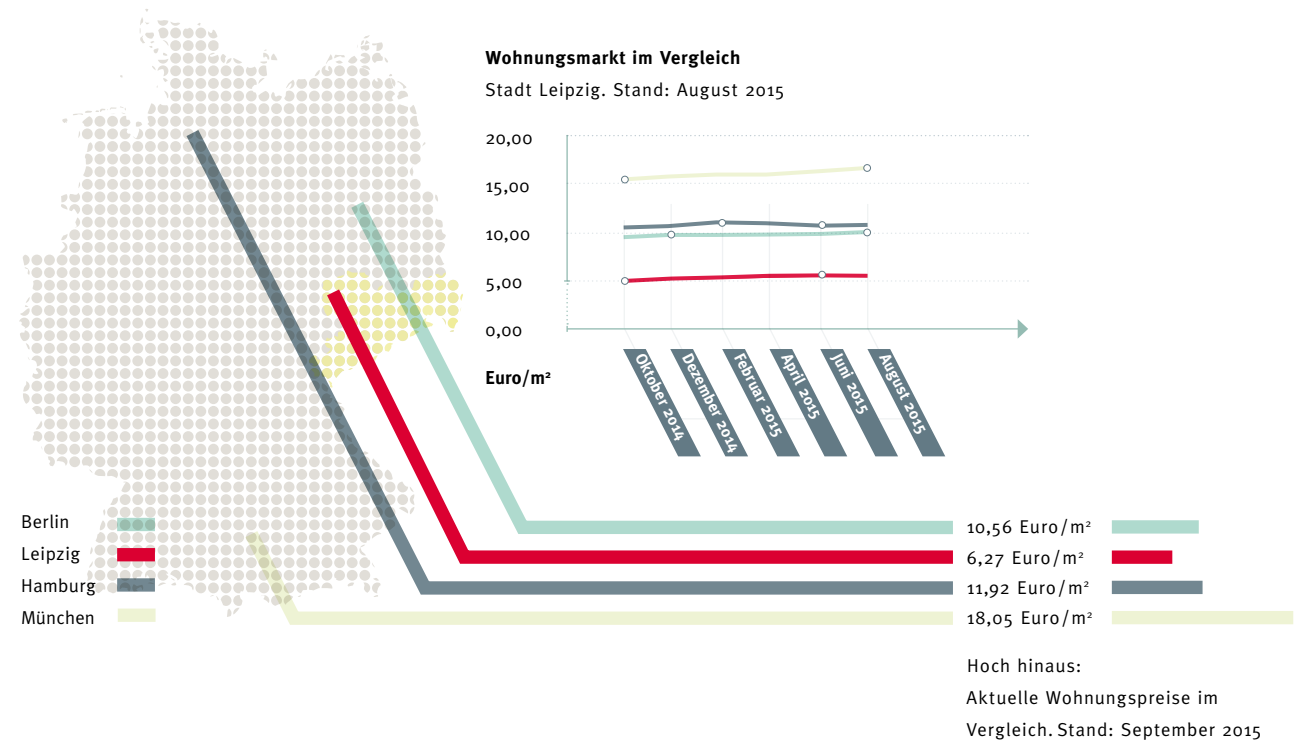
Selbstbewusst Zukunft gestalten, mutig machen statt quatschen, den Willen zu Aufbruch und Veränderung leben – all das basierend auf dem Fundament von stolzem Bürgertum, revolutionärer Historie und lebendiger Freiheit. Nie satt und zufrieden, nie grau und mittelmäßig. Lieber mal laut auf die Pauke hauen oder waren Sie schon mal in Hannover? Selbst Größenwahn wie die Bewerbung um die Olympischen Spiele 2012 oder die kürzeste U-Bahn des Sonnensystems avancieren zu Sympathie-Faktoren. In der Bewegung liegt die Kraft und Leipzig ist immer in Bewegung, traut sich etwas. „Leipzig ist nicht reich. Aber die Stadt erlaubt den Menschen, das zu tun, was sie wirklich wollen. Leipzig ist voller Versprechen“, schrieb „Der Spiegel“ bereits im Dezember 2012. Diese Freiheit ist das Herz in der Stadt der Möglichkeiten.

Doch woher kommt dieses Leipziger Phänomen, diese pulsierende Dynamik, die vor gut 20 Jahren mit dem ersten Stadtmarketingslogan „Leipzig kommt“ manifestiert wurde? Insbesondere durch die Messen galten die Leipziger schon zu DDR-Zeiten als offener, internationaler, insgesamt vorwärtsgewandter. 1989 schrieben sich die Menschen in die Geschichtsbücher dieser Welt, brachten das SED-Regime gewaltlos zu Fall und legten mit der Friedlichen Revolution den Grundstein für ein vereinigtes Deutschland. Die Kraft „von

unten“ war immer schon stark in Leipzig. „Sie ist nicht wie andere Städte als Residenzstadt gefördert worden. Sie hat ihre eigene zivile Bürgerschaft gehabt, vor allem auf den Gebieten Bildung, Buch, Musik, Handel und Kunst. Das zeigt die große eigene Kraft der Bürgerstadt Leipzig, für die ich keine Parallele kenne“, sagte Richard von Weizsäcker im September 2013 in der „Bild“. Summa summarum ein hervorragender Humus für eine „Second City“, die in der ersten Reihe stehen will. Eine Vielzahl weiterer Argumente untermauern den vielfältigen Reichtum der Heldenstadt: Bach, Mendelssohn, Goethe, Schiller, erste Tageszeitung und erste Messe der Welt, größter Kopfbahnhof, größte Tropenwelt, größter Wolken-simulator, größter städtischer Auenwald, größtes Lesefest Europas – selbst der Schrebergarten wurde hier erfunden und Leipzig jubiliert über die höchste Balkondichte Deutschlands. Mit 1.779,9 Stunden scheint die Sonne im Jahr 6.000 Minuten länger als in München.

Unfertig und kontrastreich

Leipzig ist schon eine coole Sau. Mit einem offensichtlichen Reiz, der auch in den nächsten Jahren nicht wegsaniert und durchgestylt werden kann: Unfertigkeit und Kontrast. „Rotzigen Charme“ nennen das überregionale Leitmedien. Die Stadt bewegt sich zwischen dem sternenhafte leuchtenden „Falco“ und verranzten Kneipen in der Südvorstadt, die nicht mal durch ein Schild erkennbar sind. Zwischen schicken Penthouse-Wohnungen im Bachviertel und zerrissenen Industriebrachen in Plagwitz. Zwischen Hochkultur und Szene, Kommerz und Lebensart. Überall gibt es noch Freiräume.



Platz für Entfaltung. Nischen für Versuche. Erstens sind diese in einer Stadt wie Leipzig überhaupt noch vorhanden und zweitens auch bezahlbar.

Gleiches gilt im Übrigen für die nahezu paradiesische Wohnungssituation mit Durchschnittsmieten von rund 6,27 Euro. Wie wir wissen: fast alle mit Balkon, aber bitteschön am parkettgedeckten Stuck-Wohnzimmer nach Südwesten ... Wichtige Faktoren für eine sogenannte Schwarmstadt, die junge Leute, Kreative, Unternehmensgründer und leider auch ein paar Hipster anzieht, die jetzt „Yuccies“ (Young Urban Creatives) heißen. Aus all den Gegensätzen der

verschiedenen Typen von Menschen, Merkmalen und Möglichkeiten entwickelt sich eine positive Spannung, die Leipzig ausmacht. „Die Stadt bietet ein Lebensgefühl“, schreibt „Die Zeit“.

Nein, Leipzig ist keine Metropole, muss sie auch nicht sein. Sie ist nicht besser als Berlin, sie ist auch nicht „Klein-Paris“. Leipzig ist Leipzig. Die Stadt der Möglichkeiten, mit Freiheit im Herzen.

Eine Stadt der Freiheit und Entfaltung, Herz und Puls von Mitteldeutschland: Leipzig >>
Für mehr Informationen zur Stadt:

leipzig.travel
leipziger-freiheit.de
iloveleipzig.com

Inhalte als Kapital.

„Wir haben keine Kunden, wir pflegen Partnerschaften“, sagt Marko Mädge, geschäftsführender Gesellschafter der Westend. Public Relations GmbH. Mit 18 fest angestellten PR-Beratern, Textern, Social-Media-Managern und Grafikdesignern arbeitet die Leipziger Agentur für regionale und nationale Auftraggeber. In diesem Jahr feiert Westend-PR ihr 20-jähriges Firmenjubiläum.



„Zuhören, analysieren, recherchieren.“

Daraus wächst die maßgeschneiderte Strategie. Erst dann folgt die operative Umsetzung.“

Kreativer und relevanter Content steht bei allen Disziplinen der Agentur im Mittelpunkt: Public Relations, pro-aktive Medienarbeit, Corporate Publishing, Content Marketing und Social Media. Unter dem Motto „kreative Kommunikation auf allen Kanälen“ entwickelt Westend-PR maßgeschneiderte Strategien für eine erfolgreiche und messbare Unternehmenskommunikation, die in lang-jährige Partnerschaften mit den Kunden mündet.

Inhaltsgetriebene Kommunikation

„Was als Content Marketing seit Monaten durch die Fachmedien forciert wird, macht schon immer den Kern unserer Arbeit aus. Etwas salopp gesagt, steht Westend-PR seit jeher für den **King Kong Content**. Es ist ein über mehrfache Studien nachgewiesener Trend, dass Unternehmen künftig stark auf inhaltsgetriebene, journalistisch geprägte Kommunikation setzen und den plumpen Werbe-Holzhammer im Keller lassen“, so der 42-jährige Marko Mädge, der die Agentur zusammen mit seinem Geschäftsführerkollegen Tilo Säuberlich leitet.

Entscheidend sei hierbei, im ersten Schritt die Content-Strategie zu bestimmen, um erst danach die richtigen Formate und Kanäle auszuwählen. „Zunächst hören wir unseren Kunden intensiv zu, recherchieren, benchmarken, analysieren. Danach folgen Konzeption und Strategie und erst anschließend die operative Umsetzung – integriert, cross-medial, digital verlängert. Content ist ein oftmals unentdecktes und vor allem ungenutztes Unternehmenskapital.“

Die inhabergeführte unabhängige Westend. Public Relations GmbH mit Firmensitz im schicken Leipziger Musikviertel betreut mitteldeutsche und nationale Auftraggeber aus verschiedenen Branchen wie **Energie & Verkehr, Wirtschaft & Industrie, Standortmarketing & Tourismus und Sport & Events**. Zu den Kunden zählen zum Beispiel Dow Olefinverbund GmbH, enviaM, MIBRAG, der Werkzeuglogistiker Perschmann, das Start-up-Unternehmen Baby Stars, Modehaus Fischer, das große Jubiläum „1.000 Jahre Leipzig“, die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH (LTM), die Sächsischen Staatsbäder, die Sächsische Landesmedienanstalt, die Galopprennbahn Scheibenhof oder das ATP-Tennisturnier Sparkassen Open in Braunschweig.

Gesellschaftliche Verantwortung

Trotz überregionaler Auftraggeber bleibt Westend-PR in der Region verwurzelt und pflegt über ehrenamtliche Projekte die **gesellschaftliche Verantwortung für Leipzig**, beispielsweise für das Lichtfest, das GRK Golf Charity Masters, die Freiluft-Kunstaussstellung „ArtWalk – Park“ und die Förderstiftung Leipziger Stadtbad.

Westend-PR >>

Informieren Sie sich im Netz, werden Sie ein Fan von kreativer Kommunikation oder nehmen Sie einfach mit uns Kontakt auf:



facebook.com/WestendPR

westend-pr.de

+49 341 3338-0

rakete@westend-pr.de

DANKE!

„In Leipzig zu Hause, in ganz Deutschland aktiv.“

1995–2015
20 Jahre



Geschäftsführende
Gesellschafter

Marko Mädge



Tilo Säuberlich



Die feste Crew im Shuttle von Westend-PR versteht sich als eingespieltes, erfahrenes und eigenverantwortliches Team. Die Mannschaft ist der Star. Statt Hierarchien pflegt die Agentur eine vertrauensvolle Atmosphäre des Miteinanders auf Augenhöhe. Kreative Ideen und strategische Konzepte entstehen im Austausch der Spezialisten aus PR, Content, Publishing und Design.

PR-Beratung /
Content /
Corporate Publishing /
Social Media

Bernd Horlbeck



Janine Hammer



Ulrike Gierh



Stefanie Frießel



Susanne Zohl

Katja Röwer



Carolin Fraunholz



Corinna Schulte



Carina Brümmer



Anne Schulz



Martina Zentner

Langjährige, sehr erfahrene Mitarbeiter mit speziellem Branchen-Know-how sprechen für die eingespielte „Familie“ der Leipziger Agentur. Zum Jahreswechsel erwartet die Agentur die PR-Beraterinnen/Texterinnen Carolin Fraunholz und Carina Brümmer aus der Elternzeit zurück.

Grafikdesign /
Kreation

Sylvi Thümmeler



Elisa Wagner



Monika Rost



Robert Sittig



Ulrike Schuckmann

Art Direktorin Sylvi Thümmeler leitet das Team der Kreation, des Grafik- und Editorial-Designs seit über zehn Jahren. Ganz frisch seit 2015 als feste Freelancerin an Bord: Ulrike Schuckmann.

Assistenz

Johanna Fiedler



Manuela Winkler

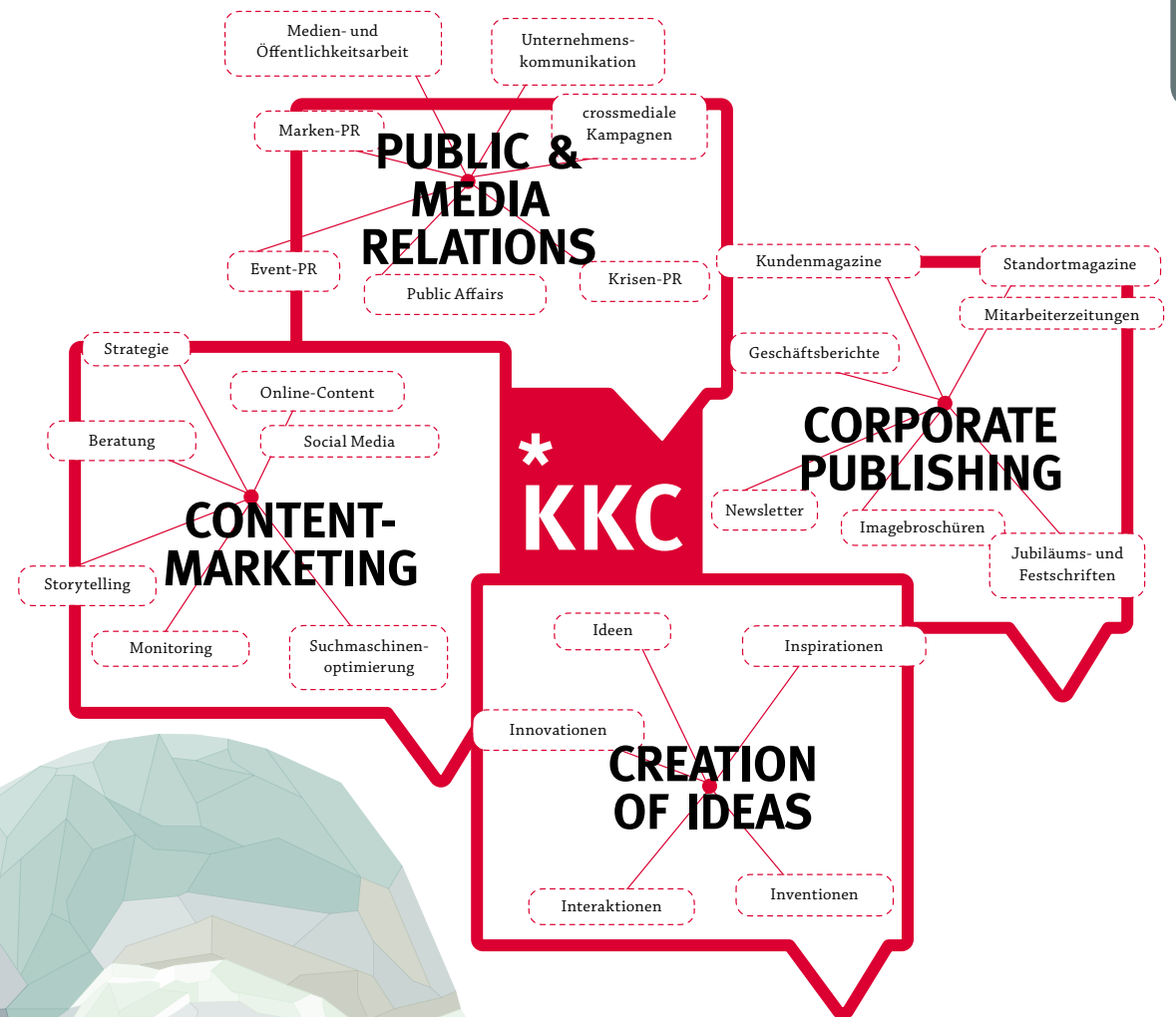


Dieter Grundmann



Annett Hebdanz

Sekretärin wäre zu kurz gegriffen, Assistenz auch, nennen wir sie doch einfach die „gute Seele“ der Agentur, die alles zusammenhält: Johanna Fiedler. Als Lektorin vertritt Annett Hebdanz ab sofort Manuela Winkler (Elternzeit).



*** KING KONG CONTENT.**

Big Data.

Content-Experten lieben Zahlenspiele, Datenmengen und Faktentreue. Mit dem strukturierten Labyrinth aus Infografiken – von den Mitarbeitern (1) über „Buntes“ (2) bis zu Kommunikation (3) und Kunden (4) – liefert Westend-PR interessante und unterhaltsame Einblicke in das Agenturleben.

Kunden nah und fern

Ein Katzensprung von 500 Metern ist der kürzeste Weg zur benachbarten Rennbahn Scheibenhof. Gut sechs Stunden dauert die Autofahrt zum weitesten Kunden Stable International in den Niederlanden.



Mobile Lektüre

119 E-Paper produzieren wir jährlich für unsere Kunden.

Alles im Blick

Für ihre Kunden richtet Westend-PR pro Jahr 65 Google-Alerts ein.



Klick, Klick, Klick

Aktuell 5.664 Views verbucht unser YouTube-Film zum Jubiläum „1.000 Jahre Leipzig“.



1.500.000

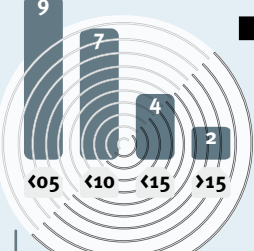
Größenwahn aktuell

Mit 1,5 Millionen Stück des Newsletters „ENERGIEaktuell“ betreut Westend-PR die derzeit größte Auflage für seinen Kunden enviaM.

Größte Versandaktion

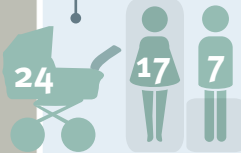
5.000 Kekstüten mit ca. 30.000 Facebook-Likes haben wir für die Perschmann Gruppe versendet.

1



Auf gemeinsamem Weg

Aktuell ist ein Mitarbeiter im Durchschnitt 11,14 Jahre bei Westend-PR angestellt.



Nachwuchsarbeit

24 Kinder zählt die Agentur – von vier Vätern und elf Müttern.

Die goldene Mitte

Die Westendler sind durchschnittlich 35,8 Jahre alt.



Generationenhaus

Voneinander lernen, miteinander arbeiten: Das jüngste Küken ist 27 Jahre alt, der erfahrenste Mitarbeiter 50.



Vielseitiges Know-how

16 verschiedene Ausbildungs- und Studiengänge vereinen sich bei Westend-PR und bilden in ihrer Gesamtheit eine runde Sache.



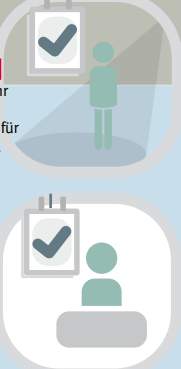
Immer im Kontakt

3.520 Termine finden sich im Durchschnitt jährlich im Kalender der Mitarbeiter.



Licht aus, Spot an!

Rund 88 Mal im Jahr setzen wir Medien- und Preseterminale für unsere Kunden um.

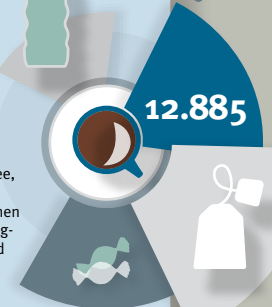


2

11.680

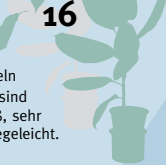
Flüssige Fakten

Pro Jahr halten uns 12.885 Tassen Kaffee, 25.200 Tassen Tee, 11.680 Wasserflaschen und unzählige Süßigkeiten wach, fit und bei Laune.



Zartes Grün

Die grünen Inseln in der Agentur sind nicht allzu groß, sehr robust und pflegeleicht.



Jedes Team gewinnt

Bei 52 „Freitagsküchen“ im Jahr lassen wir es uns schmecken. Jede Woche schwingt ein anderes Team den Kochlöffel.



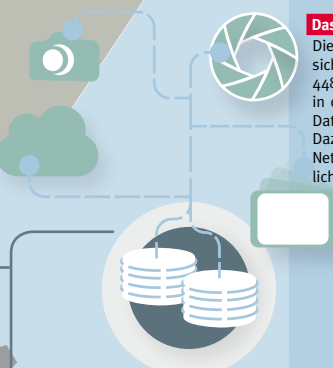
Im Team aktiv

Ob Frauenlauf, Konzertbesuche oder Cross de Luxe: Aktiv geht es bei rund 14 Teamevents durchs Jahr.



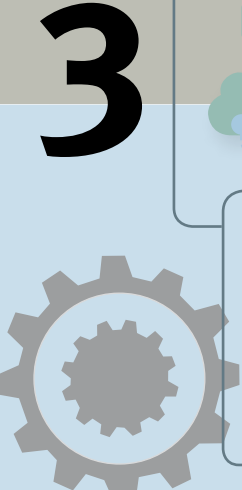
Das perfekte Motiv

Die Auswahl kann sich sehen lassen: 448.765 Fotos sind in der hauseigenen Datenbank gespeichert. Dazu kommt ein großes Netzwerk an öffentlichen Bildarchiven.



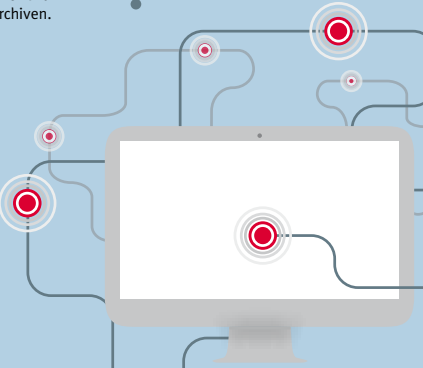
Extern vernetzt

7.499 Social-Media-Kontakte pflegen alle Mitarbeiter mit der Außenwelt.



Intern vernetzt

7,5 Kilometer Serverkabel sorgen für unsere digitale Verbindung untereinander.



4

68.850

Im Flow

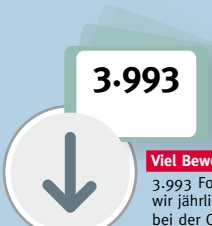
68.850 Telefonate und E-Mails kommen bei uns jährlich zusammen.



3.993

Viel Bewegung

3.993 Fotos laden wir jährlich beispielsweise bei der Online-Datenbank Fotolia herunter.



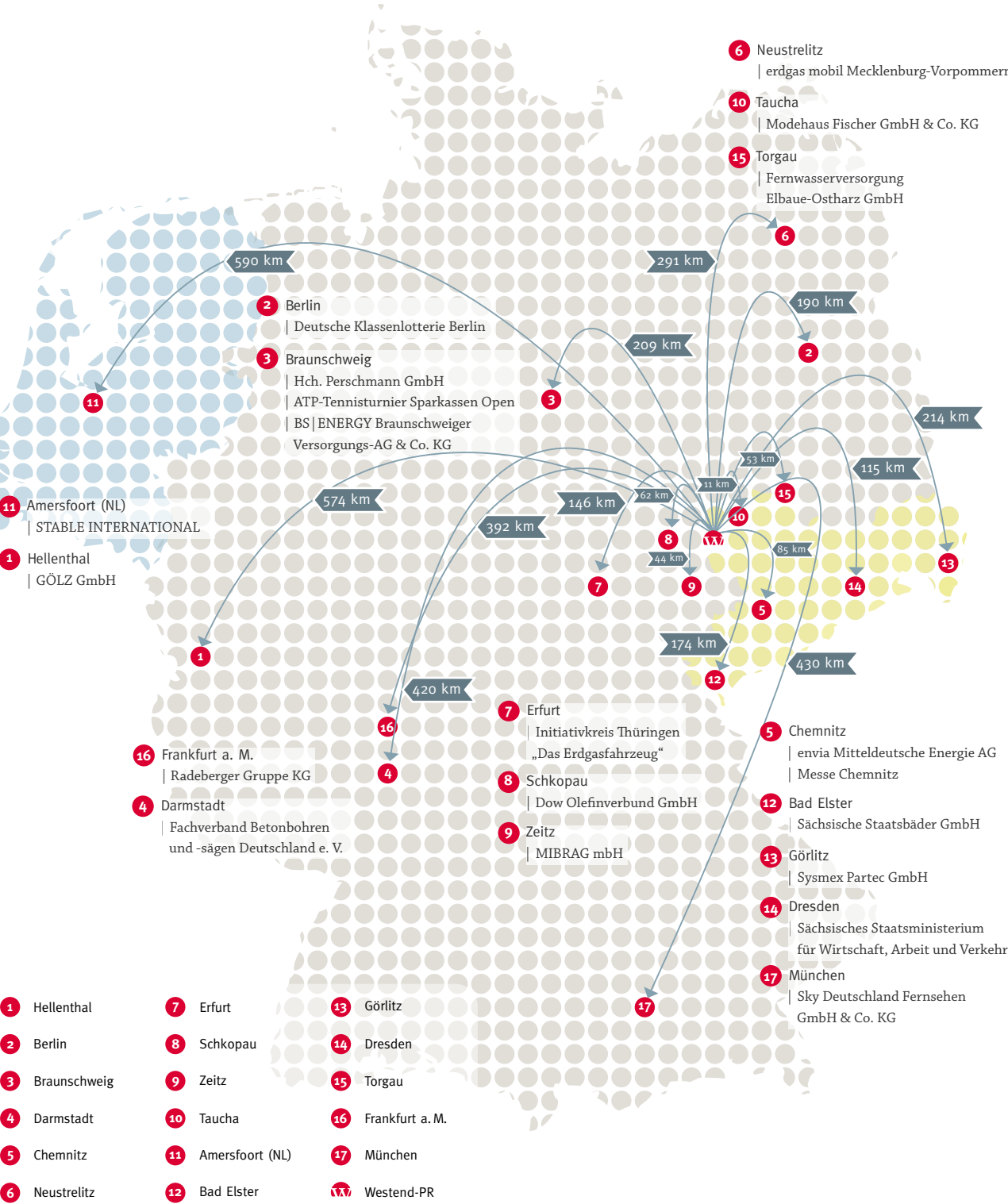
Tore zur Onlinewelt

96 Netzwerkdosen öffnen uns zu jeder Zeit und an jedem Ort in der Agentur den sicheren Weg ins WWW.



Der Partner ist König.

Die Entfernung spielt im Zeitalter der digitalen Kommunikation keine Rolle mehr. Nähe aber schon. Westend-PR betrachtet seine Kunden als Partner und pflegt nachhaltige Beziehungen. Abgesehen vom Erfolg sind Vertrauen, Offenheit und Augenhöhe wichtige Indikatoren einer guten Zusammenarbeit.



- | | | |
|----------------|--------------------|--------------------|
| 1 Hellenthal | 7 Erfurt | 13 Görlitz |
| 2 Berlin | 8 Schkopau | 14 Dresden |
| 3 Braunschweig | 9 Zeitz | 15 Torgau |
| 4 Darmstadt | 10 Taucha | 16 Frankfurt a. M. |
| 5 Chemnitz | 11 Amersfoort (NL) | 17 München |
| 6 Neustrelitz | 12 Bad Elster | 17 Westend-PR |

P.C. PAUNSDORF
CENTER

mfi Shopping Center Management GmbH
A division of Unibail-Rodamco Group

LEIPZIGER MESSE

Leipziger Messe GmbH

JCI WORLD CONGRESS
2014 LEIPZIG · GERMANY

Wirtschaftsjunioren Leipzig e. V. im
Verband Wirtschaftsjunioren Deutschland e. V. (WJD)

GÖLZ
DIAMANTWERKZEUGE & BAUGERÄTE

GÖLZ GmbH

envia^M

envia Mitteldeutsche Energie AG

STABLE | outlet management

STABLE INTERNATIONAL

KWL
KOMMUNALE WASSERWERKE LEIPZIG GMBH

Kommunale Wasserwerke Leipzig GmbH

SCHEIBENHOLZ
Ein starkes Stück Leipzig

Scheibenholtz GmbH

ST. GEORG
UNTERNEHMENSGRUPPE

Klinikum St. Georg gGmbH

DOW

Dow Olefinverbund GmbH

ERD GAS
Natürlich mobil

erdgas mobil Sachsen / Sachsen-Anhalt e. V.

STAATSMINISTERIUM
FÜR WIRTSCHAFT
ARBEIT UND VERKEHR

Sächsisches Staatsministerium
für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

Sparkassen OPEN
28. Juni - 6. Juli 2012

Brunswick Marketing GmbH

Ur-kroftitzer
FEINHERBES PILSNER

Radeberger Gruppe KG

MDV

Mitteldeutscher Verkehrsverbund GmbH

**FACHVERBAND
BETONBOHREN
UND-SÄGEN**
DEUTSCHLAND E.V.

Fachverband Betonbohren und -sägen
Deutschland e.V.

Baby Stars
rock 2 sleep

Baby Stars GmbH

BS ENERGY

BSIENERGY Braunschweiger
Versorgungs-AG & Co. KG

Sächsische Staatsbäder
BAD ELSTER & BAD BRAMBACH

Sächsische Staatsbäder GmbH

MIBRAG

Mitteldeutsche Braunkohlengesellschaft mbH

G3
CHEMNITZER
VERANSTALTUNGS
ZENTREN

G3 Chemnitzer Veranstaltungszentren GmbH

1000
Wir sind die Stadt

Leipzig 2015 e.V.

**LEIPZIG
REGION**
BURGEN | SEEN | HEIDE | CITY

Leipzig Tourismus und Marketing GmbH

LVV ■ ■ ■ ■
Leipziger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft mbH

LVV Leipziger Versorgungs- und
Verkehrsgesellschaft mbH

Stadt Leipzig
Dezernat Wirtschaft und Arbeit

Stadt Leipzig

LOTTO
Berlin

Deutsche Klassenlotterie Berlin

**FERNWASSER
VERSORGUNG**
ELBAUE-OSTHARZ GMBH

Fernwasserversorgung Elbaue-Ostharz GmbH

Hoffmann Group
Tools to make you better
Perschmann

Hch. Perschmann GmbH

SLM
Sächsische Landesanstalt
für privaten Rundfunk
und neue Medien

Sächsische Landesanstalt
für privaten Rundfunk und neue Medien

**HÖFE
AM BRÜHL**
LEIPZIG

mfi Shopping Center Management GmbH
A division of Unibail-Rodamco Group

Fischer
SEIT 1832

Modehaus Fischer GmbH & Co. KG

GRK-HOLDING ■ ■ ■
Zeit für mehr

GRK-Holding AG

Experten für das große Kino.

Standortmarketing, Tourismus, Großveranstaltungen, aber auch Medien, Verkehr und Infrastruktur – das sind die wesentlichen Themencluster des PR-, Publishing- und Content-Teams Katja Röwer, Martina Zentner, Anne Schulz, Carolin Fraunholz, Carina Brümmer und Corinna Schulze. Die eingespielte Unit von Westend-PR liefert darüber hinaus den Beweis, dass die Vereinbarkeit von Beruf und Familie bei der Leipziger Agentur gelebt wird ...

Pläne sind dazu da, um sie zu ändern

Martina Zentner » Mit Kindern lebt es sich viel einfacher, wenn man akzeptiert, dass nichts wirklich planbar ist. Schnelle Reaktionen und spontanes Umdenken sind Gold wert. In einem Jahr Elternzeit ist mir das in Fleisch und Blut übergegangen. Günstigerweise habe ich es so auch im Agenturalltag viel leichter: Der Berater macht fleißig Zeitschienen und Ablaufübersichten – danach passiert, was eben passiert. Flexibilität ist alles. Arbeitende Eltern haben viele ausgefeilte Pläne. Ein wichtiger Organisationspunkt ist der Kindertransport. Die Herausforderung: ein Auto, ein Fahrrad, zwei Kinder und eine Kita, die zu Fuß nicht erreichbar ist. Zu Hause gibt es tatsächlich den Ausdruck einer Excel-Tabelle mit den Bürozeiten der Brötchenverkäuferin sowie mit Auto- beziehungsweise Fahrradtauschpunkten. Der Zettel ist geduldig, doch ab und an stellt ein Außentermin das Konzept auf die Probe. Zum Glück sind die Arbeitszeiten flexibel und die Kita setzt die Kinder auch nicht gleich 16 Uhr auf die Straße. Was sich sonst geändert hat? Auf dem Schreibtisch steht zum ersten Mal in meinem Leben ein privates Accessoire –

ein Foto natürlich. Gelegentlich kann ich den Impuls zum neugierigen (Kontroll-)Anruf zu Hause nicht unterdrücken. Dank einer guten Projektaufteilung im Team sind auch Kundenwünsche zu später Stunde kein Problem. Und dann gibt es ja noch den ultimativen Notfallplan: Großeltern! Also bleibe ich ruhig in der Gewissheit: Es kommt sowieso alles anders als gedacht.



Voll und ganz Teamplayerin – nicht nur bei Westend-PR

Corinna Schulze » Sie ist nicht nur bei Westend-PR, sondern auch als Volleyballspielerin immer am Ball: Corinna Schulze schmetterte für den SV Lok Engelsdorf in der 2. Bundesliga. Für Westend-PR geht sie seit Juli 2014 als Junior-PR-Redakteurin auf Punktejagd. Sportsgeist ist für die studierte Kommunikationswissenschaftlerin auch in der Agentur gefragt – als Beraterin der Galopprennbahn Scheibenholz verbindet die 29-Jährige Beruf und persönliche Passion.



Privat

Wenn ich nicht im Büro bin ...

Katja Trifft man mich im Schlepptau eines Dreijährigen auf Spielplätzen, im Zoo, hinter einem Laufrad herflitzend, Eis essend etc.

Carolin Dann findet man mich mit meinen Kindern auf der Koppel bei meinen Pferden.

Carina Auf dem Handballfeld.



Katja Röwer »

Carolin Fraunholz »

Carina Brümmer »

Mein Leipzig entdeckt man am besten hier ...

Katja Auf dem Wasser – vom Boot aus erlebt man eine neue, zauberhafte Seite der Stadt.

Carolin Bei einem Spaziergang vom Naturkundemuseum bis in die Karli während eines lauen Sommerabends ... Ein paar Waffeleis natürlich inklusive!

Carina Im Clara-Zetkin-Park.



Das macht mich glücklich ...

Katja Familie und Freunde, Liebe und Lachen, Gesundheit und Genuss.

Carolin Meine Familie und meine Pferde.

Carina Ein Kind, das Samstag bis 10 Uhr schläft. Spaß beiseite. Familie, Freunde und Gesundheit sind für mich das größte Glück!

Mein liebstes Reiseziel ...

Katja Hauptsache Sommer, Sonne, Strand, Meeresrauschen.

Carolin Schottland. Obwohl ich es gemein finde, nur ein Ziel nennen zu dürfen.

Carina Ein „Liebster“ gibt es noch nicht. Aber das nächste sollte Island heißen.

Hier gehe ich in Leipzig am liebsten essen ...

Katja Nicht nur für den Hausfrieden: In die Vodkaeria.

Carolin Im Barcelona.

Carina Im Irish Pub auf der Karli oder beim Griechen um die Ecke.

Job

Wäre ich nicht PR-Beraterin geworden, dann würde ich jetzt ...

Katja Als Journalist die Medieninformationen von PR-Beratern umschreiben. Und hätte ich nicht auf meinen Berufsberater gehört: Handwerk. Mit konkretem Ergebnis am Ende des Tages.

Carolin Parks gestalten als Landschaftsarchitektin, als Verhaltensbiologin Wildtiere ausspionieren oder vielleicht doch schauspielern?

Carina Jeden Morgen 5 Uhr hinterm Mikrofon sitzen. Radiomoderatorin war mein Traumberuf zu Schulzeiten.

PR-Weisheit des Monats ...

Katja Sommerloch ist, wenn die Nachrichtenwerte Urlaub haben.

Carolin Der Einstieg ist der halbe Text!

Carina Die Kreativität wächst indirekt proportional zur Deadline.

Mama, was machst du eigentlich den ganzen Tag auf Arbeit?

Katja Content: mündlich und schriftlich, in Text und Bild, für Kunden und Medienvertreter. Was Content ist? Das Gelbe im Ei, das ist Content.

Carolin Na, Geschichten erzählen! Worüber? Alles!

Carina Presstexte schreiben, Pressekonferenzen organisieren und mit Journalisten telefonieren. Kurz: Interessengeleitete Kommunikation im Sinne unseres Kunden, um diesen bekannter zu machen. Verstanden?

Für diesen Kunden möchte ich einmal arbeiten oder ihn interviewen ...

Katja UNICEF, und interviewen: Guido Maria Kretschmer.

Carolin Darf ich einige? Dann Barack Obama und den Dalai Lama.

Carina Deutscher Handball Bund (DHB) – weil der deutsche Handball in den Medien leider völlig unterrepräsentiert ist. Und interviewen: Angela Merkel – ich würde gerne einmal die Frau hinter dem Amt kennenlernen.

Das ist das Schönste an meinem Job ...

Katja Die Kollegen.

Carolin Die Vielfalt der Themen.

Carina Die Abwechslung.

Crossmediale Allrounder.

Zwischen Energie und Chemie, von Messe bis Medizin, von Mode bis Shopping. Die Mannschaft mit Westend-Urgestein Bernd Horlbeck und den smarten Kolleginnen Ulrike Gierth, Janine Hammer, Susanne Zohl und Stefanie Friebe zündet PR-Raketen für verschiedene Bereiche – mit Tendenz zu „härteren“ Themen ...

Freiheit auf zwei Rädern.

Astronauten



Bernd Horlbeck >>

Mit 16 Jahren beginnt für PR-Teamleiter Bernd Horlbeck die motorisierte Mobilität. Für gerade einmal 69 Ost-Mark war für ihn zu DDR-Zeiten der Erwerb des Motorradführerscheins bei der GST (Gesellschaft für Sport und Technik) möglich – heute unvorstellbar. Dafür hielt sich die Auswahl an fabrikneuen Motorrädern in Grenzen. Die Wahl bestand eigentlich nur darin, ein Motorrad zu kaufen oder nicht – wenn denn überhaupt eines im Laden stand. So fiel die „Wahl“ für das erste Gefährt auf eine MZ ETZ 150 – völlig ausreichend, um in jungen Jahren das Gefühl der Freiheit auf zwei Rädern auszuleben.

„Das macht den Reiz des Agenturlebens aus: die Vielfalt der Kunden, Themen und Termine.“

Dem motorisierten Zweirad ist er über die Jahre treu geblieben – natürlich sind Maschinengröße und -leistung „mitgewachsen“. Mit seiner Suzuki Bandit cruist der heute 42-jährige Familienvater in seiner Freizeit über Sachsens Landstraßen oder flitzt werktags ganz schnell mal in die Agentur. Die meisten Kilometer ist er jedoch im Kundenauftrag unterwegs, dann eher per Pkw oder auch mal mit dem Zug. Denn für Westend-PR gilt es seit 14 Jahren Termine in der gesamten Bundesrepublik wahrzunehmen. „Das macht den Reiz des Agenturlebens aus: die Vielfalt der Kunden, Themen und Termine“, beschreibt der Leipziger seinen Antrieb.

#LoveLeipzig

Janine Hammer, 1. >>

Ulrike Gierth, 2. >>

Sie gehen gern nach fern, aber ohne Weh von der Westküste der USA quer über den Globus nach Japan. Janine und Ulrike teilen sich nicht nur ein Zimmer in der Agentur-Villa, sondern auch ein ausgeprägtes Reisefieber. Das brach zu Uni-Zeiten aus und setzte sich in Urlaubstrips fest. Hier ein paar Highlights: für Janine ein halbes Jahr Work & Travel durch Japan, die US-Westküstentour inklusive Grand Canyon und Hollywood oder 80 Kilometer Paddeln durch die polnischen Masuren. Für Ulrike das Radiopraktikum in Australien, die Masterarbeit auf Barbados oder eine Rucksacktour durch Thailand. Bei beiden geht's am Ende aber auf jeden Fall immer wieder zurück auf Los.

#LoveLeipzig



1

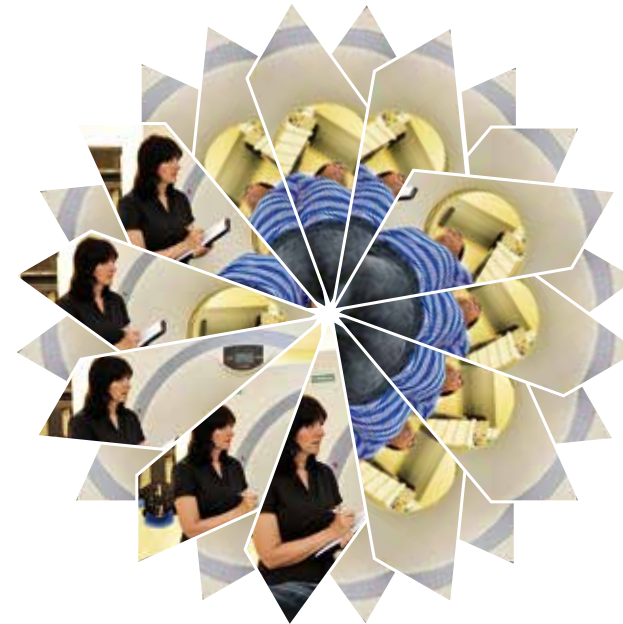


2

Hypertonie ... Wie bitte?

Susanne Zohl >>

Vor 14 Jahren tauschte Susanne Zohl Blutdruckmessgerät und Röntgenkassette gegen PC und Telefon. Heute ist die gelernte Arzthelferin mit Röntgenberechtigung als PR-Beraterin ein Stück weit zu ihren Wurzeln zurückgekehrt. Für die Kunden von Westend-PR im Gesundheitssektor vereint sie ihre Kompetenzen aus Klinik und Kommunikation auf ganzer Linie.



Ob Scapulafraktur, Ösophagitis oder Echokardiografie – Susanne Zohl versteht es, medizinische Fachthemen locker und verständlich aufzubereiten. Denn sie weiß, wovon sie spricht. Schließlich begann die bodenständige Wahlleipzigerin ihre berufliche Laufbahn als Arzthelferin. Fern der Heimat absolvierte sie ihre Berufsausbildung in Lahr im Breisgau. Denn das Schreiben, was es ihr ebenfalls angetan hatte, galt in ihrer Familie als brotlose Kunst. Es kam, wie es kommen musste: Susanne schrieb Artikel für das Mitarbeitermagazin des Klinikums und fand sich schließlich als Praktikantin bei der lokalen Tageszeitung wieder. Für Termine bei Bienenzüchtern, Kegellvereinen und Weinbauern nahm sie sogar Spät- und Nachtdienste in Kauf, denn das Journalistik-Studium war das Ziel. Mit der soliden Ausbildung, drei Jahren Berufserfahrung, etwas Gespartem und viel Erfahrung darin, „Locken auf Glatzen zu wickeln“ – also auch die kleinste Lokalgeschichte zum Strahlen zu bringen –, war die schreibwütige Gesundheitsfachkraft gewappnet für das Studium der Kommunikations- und Medienwissenschaft in Leipzig. Der Weg von da an zur Fach-PR war vorgezeichnet und bildet heute das perfekte Doppel für die Agenturkunden aus dem medizinischen Bereich.



#instagood

Stefanie Friebe >>

Ein Eis in der Mittagspause, Urlaubsimpressionen aus Portugal, DHL-Flieger in Leipzig – das sind Spuren, die die PR-Beraterin Stefanie alias „ideenwiese“ auf Instagram hinterlässt. Seit 2013 dokumentiert sie in dem Fotonetzwerk ihre Lebenswelt. So auch das erste Berufsjahr bei Westend-PR:

Der letzte Eintrag zeigt Stefanie in den Seilen beim Agentur-wochenende. Scrollt man ein paar Bildchen weiter, gibt es Schnappschüsse vom GRK Golf

Charity Masters zu sehen. „Instagram ist ein digitales Fotobuch für mich und meine Bekannten. Ich halte darin Momente fest, an die ich mich gerne erinnern möchte, und teile sie. Mal geht es ums Inszenieren von Situationen, mal nutze ich es zum Zeitvertreib oder erhalte coole Anregungen von anderen. In jedem Fall hat die Plattform Relevanz für meinen Job, schließlich gewinnt sie immer mehr an Bedeutung und lässt sich auch für Kunden sinnvoll nutzen“, erklärt die 27-Jährige. Für alle, die sich mit Instagram beschäftigen möchten, gibt es hier einen kleinen Crashkurs: bit.ly/1VbZnNJ. Erst kürzlich verkündete der Anbieter den neuen Rekord von über 400 Millionen aktiven Nutzern pro Monat.



122 Beiträge
92 Abonnenten
218 abonniert

ideenwiese: Schluchtenüberquerung for Beginners #Klassenfahrt #Westend-PR #SächsischeSchweiz



Tools und Typo.

Das kreative Herz der Leipziger Agentur Westend-PR schlägt in der fünfköpfigen Abteilung für Grafik-, Editorial- und Corporate-Design – ergänzt um Lektorin und Fotograf. Teamleiterin Sylvi Thümmler legt dabei großen Wert auf „Kommunikation der kurzen Wege“, frische Ideen und innovative Lösungen.



Gemeinsam schöner feiern



Anne Schulz >> Elisa Wagner, 1. >>

Elisa ist mein Fels in der Brandung. Vielleicht ein etwas pathetischer Einstieg, aber ein treffender. Schon als Gefährtin durch das Jubiläumsjahr „200 Jahre Völkerschlacht“ hatte sich Elisa alle Orden verdient. Als direkt im Anschluss mit „1.000 Jahre Leipzig“ das nächste städtische Großereignis für unsere Agentur folgte, war die Wahl klar. Elisa ist in unserem Doppel nicht nur für die Gestaltung aller Werbemittel zuständig. Zudem zeichnet sie für Ruhe und Ausgeglichenheit, kurz: die Team-Atmosphäre, verantwortlich. Allein mit ihrer soliden Darbietung der heimlichen Marketing-Hymne „Aufstehn, aufeinander zugehn“ hat sie sich in den letzten Jahren als Patronin der Harmonie im Team etabliert. Da Geduld und Gelassenheit eher weniger zu meinen Stärken zählen, bleibt ihr eigentlich auch gar nichts anderes übrig. „Immer nur einer durchdrehen, bitte!“, lautet das Motto – sage ich meinen beiden Kindern auch immer. Zu Hause und im Büro funktioniert das überraschend prächtig. Ganz egal, wie viel Arbeit vor uns liegt – gemeinsam behalten wir die Zügel fest in der Hand. Allein in der Hochphase des Festjahres, im April und Mai, haben wir 182 Seiten für diverse Publikationen mit einer Gesamtauflage von knapp 800.000 Exemplaren erstellt – geschrieben, gestaltet, Teile verworfen und neu entwickelt. Schließlich sollte es am Ende perfekt sein. Selbst in die vierte Neugliederung ein und desselben Produktes lassen wir all unser Herzblut fließen und Elisa gießt es mir schließlich in ein schönes PDF. Zwei Stunden vor Drucklegung spontan noch eine neue Anzeige dazu? Auch kein Problem – gemeinsam klappt das. Als wir noch im März respektvoll auf die stetig wachsende Aufgabenliste der kommenden Wochen blickten, haben wir uns die ewige Treue versprochen für den Fall, dass wir am Ende noch immer miteinander sprechen. Was soll ich sagen: unsere Einladungen gehen demnächst raus.

Alles im Lot

Dieter Grundmann >>

Agenturfotograf Dieter Grundmann hat ein Auge für Perspektiven, Momente und „goldene Schnitte“. Seine Leidenschaft für die Fotografie entfachte früh, bereits in seiner Ausbildung kaufte sich der ehemalige Tiefbauer eine „Pentacon K16“ als erste Kamera. Heute ist der Leipziger Autodidakt mit seiner digitalen Nikon für die Agentur unterwegs, vor allem bei Events, Medienterminen und Magazin-Reportagen.



Handwerkszeug

Monika Rost, 5. » Mein Vater hat einen Schatz im Keller! Ich bin nicht sicher, ob er das weiß, aber das ganze Ding steht voller Kostbarkeiten. Fand ich als Kind und finde ich jetzt immer noch. Nichts ist alt oder kaputt genug, als dass sich dort nicht noch ein passendes Ersatzteil finden würde. Und auch, wenn man etwas völlig Neues bauen will, gibt es dafür alles, was man braucht. Und so habe ich schon als Kind viele Stunden dort unten verbracht, mit einer mehrfach umgeschlagenen alten Tischlerschürze um den Bauch, zwischen Holzspänen und Schmiere. Großartiges habe ich geschaffen: den „goldenen Hammer“ zum Beispiel oder einen Anspitzblock mit Sandpapier. Und manchmal einfach nur ein bisschen vor mich hingefeilt, weil es mir Spaß machte, das Holz zu bearbeiten.

Irgendwann fand die Heimwerkeridylle ihr vorläufiges Ende. Da habe ich mich lieber mit Freundinnen getroffen, als mir die Sägespäne aus dem Wollpullover zu klopfen. Erwachsen werden nennt man das, und das gipfelte vorläufig im Abitur und dem daraus resultierenden Wunsch nach einem Studium. Mein Vater wusste: Maschinenbauer werden immer gebraucht. Aber eine Tischlerlehre, das wäre doch auch was Schönes. Ich sagte: Grafikdesign. Die Eltern waren zwiegespalten. Das ist doch was mit Malen, oder? Naja, eher mit Klicken, und ich gebe zu, auch ich musste mich im Studium erst mal an dieses Beschäftigungsmuster gewöhnen, halte ich doch tatsächlich lieber einen Stift oder ein Werkzeug in den Händen.

Aber letztlich bin ich angekommen. Viele bunte Fäden zu bündeln und zu etwas Neuem zu verknüpfen, das ist eine tolle Aufgabe. Auch wenn ich inzwischen weniger mit den eigenen Händen bastle, feile und poliere, sondern die Maus mein wichtigstes Werkzeug ist. Am Ausgang meiner Kindheit liegen gelassen habe ich meine Freude am Handwerk natürlich nicht: in meiner freien Zeit ist es für mich auch heute noch ein herrlicher Ausgleich, alten Dingen neues Leben einzuhauchen und sie damit zu erhalten oder vermeintlich nutzlosen Sachen zu einem Zweck zu verhelfen. Und wenn’s gut läuft, verschönert dieses Hobby gleich auch noch meine Wohnung.

Vielfalt statt Stillstand

Robert Sittig, 2. » Wenn Tastatur und Maus einem Grafiktablett weichen müssen und die Monitore so groß sind, dass man kaum mehr die Gesichter der Kollegen dahinter erkennen kann, befindet man sich definitiv in der kreativsten Abteilung von Westend-PR. Hier setzt Robert Sittig als einziger Mann die Wünsche der Kunden ins rechte Licht. Dabei muss der sportbegeisterte Grafiker auch des Öfteren auf seine in zahlreichen Hobbys erlernten Fähigkeiten zurückgreifen. Denn in seiner Freizeit nutzt er viel lieber Stift, Pinsel und andere Hilfsmittel, um seinen Ideen freien Lauf zu lassen. Mit fast 20 Jahren künstlerischer Erfahrung hat er sowohl für einen namhaften Verlag illustriert, in offiziellen Aufträgen Wände mit Graffiti bemalt als auch für eine weltbekannte Hilfsorganisation T-Shirts gestaltet. Um trotzdem auch mit dem technischen Fortschritt am Bildschirm mithalten zu können, bildet er sich in seiner Freizeit zum Beispiel in den Bereichen 3-D-Animation und Videoschnitt weiter.

Kreative Sprünge ins kalte Wasser

Sylvi Thümmeler, 3. » Sie verlässt sehr gern ihre Komfortzone, und das gleich richtig. Man könnte mit einem Fünf-Kilometer-Lauf oder einem kleinen Team-Triathlon anfangen. Nein, Sylvi, schon immer sportelnd nach Feierabend, startete ihre „Wettkampfkariere“ 2014 beim Cross de Luxe, sprang buchstäblich ins kalte Wasser bei diesem äußerst schlammigen Hindernislauf querfeldein am und im Markkleeberger See. Da ist viel Kraft und Ausdauer

gefragt und beides braucht die Teamleiterin der Grafikabteilung von Westend-PR auch im Job – nur eben nicht so sehr körperlich, sondern mehr im Kopf. Kreative Kraft und Ausdauer, versteht sich. Damit beides immer abrufbar ist, atmet sie während diverser Wanderausflüge tief ein und aus oder lässt sich von ihrer fünfjährigen Tochter ablenken und inspirieren. Sie ist ihr absoluter Lebensmittelpunkt und feuert ihre Mama bei Sprüngen ins kalte Wasser natürlich an. Und weil Sylvis Drang nach Herausforderungen durchaus ansteckend ist, hüpfte die halbe Mannschaft der Westend-Girls beim Cross de Luxe 2015 einfach hinterher. Keine der Kolleginnen dachte dabei: „Hätt ich’s mal sein gelassen ...“

Der urbane Raum als Bühne

Ulrike Schuckmann, 4. » Gibt es Schnittstellen zwischen Kunst und Design? Wie können diese beiden Disziplinen eine Symbiose eingehen, um einen Mehrwert und eine möglichst hohe Resonanz zu erfahren? Ulrike Schuckmann, Grafikerin und Künstlerin, geht diesen Fragen auf den Grund und findet Antworten. Abseits der starren Leinwand wird die 31-Jährige am bewegten Objekt kreativ. Zum Beispiel an einem Fahrradrahmen, den sie per Hand bemalt. So trifft Kunst auf Design und wird durch seinen Nutzer in Bewegung versetzt. Generiert sogar seine Betrachter selbst! „Ich finde es spannend, neue Formen und Wege in der Kunst und damit für die Kommunikation zu nutzen. Für mich trägt diese Art der Kreativität eine andere wunderbare Leichtigkeit mit sich.“ Und eins ist klar: Der Besitzer des Rades darf ein Unikat sein Eigen nennen, individuell für ihn angefertigt – ein schöner Weg für mehr Abwechslung im urbanen Raum.

Zwischen Leinwand und Weinberg.

Im Agenturalltag sind sie ein Dreamteam: Die geschäftsführenden Gesellschafter Marko Mädge, Tilo Säuberlich und ihre Assistentin Johanna Fiedler. Privat hingegen geht das Westend-Trio sehr unterschiedlichen Passionen nach: kreative Konzeptkunst, Entspannung beim privaten Weinbau oder Sport zwischen Salsa und Rock'n'Roll.

Die Leipziger Freiheit



jacky-landgraf.de
instagram.com/jackylandgraf
facebook.com/jackylandgrafArt



Marko Mädge » Diffuse Schwaden aus Nebel und Licht, zerfallene Häuserzeilen und der Gestank von Braunkohle-Öfen erwarteten einen angehenden Studenten bei seinem ersten Eindruck. Ankunft zum Abenteuer Leipzig im Herbst 1993. „Hier bleibe ich maximal bis zur Zwischenprüfung“, meinte der damals 21-jährige Marko Mädge. Aus dem kurzen Gastspiel über vier Semester wurden allerdings 22 Jahre und eine lang anhaltende Liebe zur Stadt Leipzig.

Das Magister-Studium der Journalistik und Sportwissenschaft avancierte für den gebürtigen Braunschweiger nicht vollends zur Nebensache, aber schnell kristallisierte sich die Leidenschaft heraus, praktisch zu arbeiten. Als „Learning by Doing“, jedoch auch, um das Studium mit zu finanzieren. Für die „Leipziger Volkszeitung“ schrieb er sich in den Ressorts Lokales, Sport und Kultur die Finger wund, arbeitete im Restaurant „Luise“ als Barkeeper, jobbte bei RTL „Exclusiv“ in Köln und übernahm erste PR-Jobs, unter anderem als Pressesprecher von ATP- und WTA-Profitennisturnieren.

Über den Weg als fest angestellter Redakteur bei der „Bild“ landete der Kommunikations-Mann schließlich bei seiner heutigen Agentur, die er in den Folgejahren maßgeblich zur heutigen Westend. Public Relations GmbH entwickelte. „Wenn ich zurückblicke, möchte ich keine Sekunde in Leipzig missen. Die Stadt befand sich im völligen Um- und Aufbruch, man konnte den Wandel förmlich spüren und vor allem auch mitgestalten. Professor Kurt Masur sagt einst den klugen Satz: ‚Leipzig hat mir die Freiheit gegeben, das zu werden, was ich heute bin.‘ Das kann ich komplett so unterschreiben“, erzählt Marko Mädge, der noch heute die „dynamische Unfertigkeit“ seiner Wahlheimat schätzt: „Leipzig ist eine Stadt der Möglichkeiten!“

Kreativität als Kern für Kommunikation & Kunst
Diese unbeschwerter Freiheit der Möglichkeiten nutzt der heute 42-Jährige auch für sein privates Projekt: Contemporary Modern Art. Unter dem an seinen Großvater erinnernden Künstlernamen „Jacky Landgraf“ verbindet er malerischen Konstruktivismus und digitale Fotografie zu Kunstwerken, die bewusst leicht, lässig und unprätentiös wirken. „In meiner Vorstellung darf Kunst einfach Spaß machen“, so der Autodidakt, der seine Editionen „Stripes & Moods“ und „Floating Quarters“ 2016 auf der „Affordable Art Fair“ und im Leipziger Szene-Restaurant „B10“ präsentiert. „Parallel arbeite ich an zwei weiteren Serien: mit Neonlicht und danach natürlich mit Konfetti ...!“



Ruhe, Rebe, Riesling

Tilo Säuberlich » „20 Jahre Westend-PR sind schon eine Ansage, machen unglaublich stolz!“, so der geschäftsführende Gesellschafter Tilo Säuberlich. Der permanente Einsatz und die große Verantwortung für das Team fordern aber auch täglich alles ab. Die Kunst ist, den perfekten Ausgleich nach einer intensiven Arbeitswoche zu finden. Das gelingt natürlich nicht immer, aber sobald ein freies Wochenende in Sicht ist und das Wetter passt, zieht es den 50-Jährigen an Saale und Unstrut, keine Autostunde von Leipzig entfernt.

Johanna Fiedler »

Wenn Johanna Fiedler mit ihrem Diamant-Steeleht-Bike, Marke Eigenbau, vorfährt, erlasst die eine oder andere Kollegin dezent vor Neid. Das schicke beige-rote Teil bringt die Assistentin der Geschäftsführung von

Speedy auf Zahlen

Leutzsch ins Musikviertel und wieder zurück – zumindest wenn die Sonne lacht. Bei Sturm, Schnee, Regen und sonstigen widrigen Wetter-

Auf dem Schlifterweinberg liegt das kleine Refugium der Familie, wildromantisch und nur zu Fuß erreichbar. Rückzugsort und Dauerbaustelle zugleich, da es das ganze Jahr über immer etwas zu tun gibt. Hier, unter dem dicken Wilhelm, dem Wahrzeichen der Neuenburg, und über den Dächern der Winzerstadt Freyburg, ist der ideale Ort, um an der frischen Luft die Akkus wieder aufzuladen. Aber auch die interessanten Ziele in der Umgebung laden zu Endlosspaziergängen und ausgiebigen Fahrradtouren ein.

lagen wird das Zweitfahrrad rausgeholt. Denn grundsätzlich gilt: Johanna sitzt auf dem Rad. Und trotz der täglichen Kilometer zur Arbeit überkommt sie noch oft genug ein Bewegungsdrang, den sie mit ihren zwei kleinen Söhnen und beim Tanzen auslebt. Am liebsten Salsa und Rock 'n' Roll mit ein bisschen Akrobatik. Diesen sehr rasanten Tanz entdeckt die Leipzigerin gerade mit ihrem Mann Johannes, der übrigens einen ordentlichen Anteil daran hat, dass die Westend-Girls beim Leipziger Frauenlauf im Mai 2015 alle sicher ins Ziel kamen. Bei so viel Bewegung liegt es nahe, dass die 35-Jährige darauf schaut, ihre persönliche Abwehr immer gut zu wappnen. Damit auch ihre Kollegen schön gesund und fit bleiben, sorgt Johanna regelmäßig für Vitaminbomben – tischt in der Agentur Teller voller Obst auf. Vor allem kümmert sie sich hier aber um die Kalkulation und das Rechnungswesen, denn Zahlen sind ihr Ding. Und natürlich ganz viel Organisation, damit die Chefs und Kollegen sich voll auf ihre operative Arbeit konzentrieren können.



20 JAHRE KOMMUNIKATION.

Für die erfolgreiche Zusammenarbeit - vor allem bei der AMI Auto Mobil International - danken wir der Westend-PR und gratulieren zum 20-jährigen Bestehen. Auch für die AMI 2016 freuen wir uns auf die bewegende Kommunikation.

Die Leipziger Messe wünscht dem gesamten Team um Marko Mäde und Tilo Säuberlich weiterhin frische Ideen und erfolgreiche Konzepte im Dienst vieler Kunden.

AMI BEWEGT

Der Autofrühling 2016 in Deutschland
Leipzig, 9. bis 17. April



Gastgeber, Botschafter und Küchenmeister.

Neben aller Professionalität sind es auch die weichen Faktoren, die eine Agentur auszeichnen, ihr Seele verleihen und Ausdruck eines harmonischen Teamgeistes sind. Der Gute-Laune-Spirit von Westend-PR überträgt sich auf die Kunden, Netzwerke und Kommunikationspartner. Ganze Kapitel könnte der hunte Smalltalk aus dem Agenturleben der Leipziger Content-Experten füllen – eine subjektive Auswahl von internen Traditionen bis externen Events.

Die Welt zu Gast in Leipzig

Die Welt zu Gast in Leipzig: Für eine Woche öffnete Westend-PR eine „Außenstelle“ auf der Leipziger Messe. Mit einem siebenköpfigen Team rockte die Agentur die PR-Kommunikation für den Weltkongress der Wirtschaftsjunioren im November 2014. Rund 4.000 junge Unternehmer und Führungskräfte aus aller Welt pilgerten in die Stadt der Friedlichen Revolution und erlebten eine aufregende Woche unter dem Motto „Freedom. Passion. Change.“ Unsere Volunteers Huan, Melanie und Claudio erlebten spannende, lehrreiche Tage und bedankten sich mit einer Postkarte. Lob von höchster Stelle sendete Hubert Romer, Aufsichtsrat des JCI World Congress und heute Präsident der WorldSkills Europe, an die Agentur: „Sehr gute Pressearbeit und sehr professionelle Themenauswahl.“



Ein echt supergeiler Typ

Manche Menschen haben es einfach verdient, in den Mittelpunkt des medialen und öffentlichen Interesses gerückt zu werden. Aber sehen Sie einfach selbst:



on.fb.me/1btpvvG



youtu.be/fOxzjfnFeOg

Grönemeyer als Botschafter

Alles begann mit einem kleinen Modell der „1.000“: Kartonbuchstaben aus dem Künstlerbedarf, eine Spraydose mit weißer Farbe, Sekundenkleber, fertig. Doch im Laufe der integrierten Kommunikationskampagne für das Stadtjubiläum „1.000 Jahre Leipzig“ spielte sich das effektive Gimmick immer mehr in den Vordergrund. Die Messeprojekt GmbH baute anhand dieser Idee schließlich sogar ein metergroßes „1.000-Tool“ zum Loungen, Sitzen und Fotografieren. Und auch Musikstar Herbert Grönemeyer, einer der Kampagnen-Botschafter, schickte seine Glückwünsche zusammen mit der kleinen „1.000“ in die Welt: „Ich habe die Leipziger immer als sehr quirlige, freudige, lebenslustige und lebenshungrige Menschen wahrgenommen mit sehr viel Elan. Ich freue mich riesig, dass ich dabei sein darf und unser einziges Stadionkonzert in Leipzig spielen kann.“

Die Kunden als VIPs



Westend-PR sieht seine Kunden generell als Partner auf einem gemeinsamen Weg des Erfolgs. Zuweilen sind die Auftraggeber auch Ehrengäste, wenn die Agentur gesellschaftlich wichtige Veranstaltungen als eigene

VIP-Events nutzt, beispielsweise beim Mittel-deutschen Olympiaball auf der Leipziger Messe oder auf der Galopprennbahn Scheibenholtz. Kunden und Facebook-Freunde waren außerdem exklusive Gäste bei der „DHL Nacht-Tour“ in Europas modernstem Logistik-Hub – inklusive Warm-up in der „Vodkaria“.



Tradition fürs Team

Jeden Freitagmittag zelebriert das Team die „Freitagsküche“. Immer eine andere Abteilung kocht für die gesamte Mannschaft. Okay, wenn die Zeit knapp ist, darf auch mal Pizza oder sonstiges Junkfood bestellt werden ... Aber zu 90 Prozent gibt es selbst zubereitetes Essen. Keine Sterneküche, sondern bodenständige Hausmannskost.

Zu den Klassikern der „Freitagsküche“ zählen zum Beispiel Spaghetti Bolognese, Nudeln mit Gulasch, Kartoffeln mit Quark oder Chili con Carne. Viel wichtiger allerdings ist die gemeinsame Zeit beim Mittagessen – ohne Mails, ohne Smartphones und Tablets.

Social Media Lab

PR, Online-Kommunikation und Social-Media-Relations zählen längst zu den integralen Essentials des Portfolios. Trends, Hypes und News erfordern ständige Updates. Daher hat Westend-PR seit 2015 ein wöchentliches Treffen für alle Digital Natives, Social-Media-Liebhaber und Innovatoren der Agentur initiiert – den „Social Media Coffee Talk“. Hierbei tauschen sich die verantwortlichen Mitarbeiter intensiv über neueste Themen aus der Netzwelt aus, besprechen die strategische Integration von Social-Media-Aktivitäten für Kunden und entwickeln die Online-Kompetenz von Westend-PR stetig weiter.



Ja, wo laufen sie denn ...?

Na, beim Leipziger Frauenlauf! Die Westend-Girls gaben auf der Strecke durch den idyllischen Clara-Zetkin-Park ihre Laufpremiere – mit mehr oder weniger Training im Vorfeld, aber hochmotiviert. Dank treuer Fans an der Strecke absolvierten die fantastischen Acht die fünf Kilometer lange Route locker und lässig, natürlich mit persönlicher Bestzeit und mit Prosecco als Belohnung.

Ein Sommermärchen

Von Mitte Juni bis Mitte Juli 2014 verwandelte sich die Agentur-Sonnenterrasse von Westend-PR in eine der schönsten Public-Viewing-Locations der Stadt. Kunstrasen für das Fußball-Feeling, schwarz-rot-goldene Deko an jeder Ecke, coole Drinks und heiße Spiele auf der Großleinwand. Doch als sich ein ganz besonderer Gast ankündigte, stand das Agenturteam vor einer echten kulinarischen Herausforderung. Was sollte man dem Zwei-Sterne-Koch Peter Maria Schnurr („Falco“), seiner Lebensgefährtin Kathrin Fischer und weiteren Gästen wie LTM-Chef Volker Bremer und Messe-Kommunikator Steffen Jantz anbieten? Basics mit besten Zutaten: Rinderfilet „von einem anderen Stern“ mit einem erfrischenden mallorquinischen Salat aus Obst, Gemüse und Feta! Vom „Koch des Jahres 2016“ (Gault Millau) gab's weltmeisterliches Lob.



Teambuilding

Den Höhepunkt des Jubiläums „20 Jahre Westend-PR“ zelebrierte die Agentur intern mit dem gesamten Team. Wasser, Wald und Gipfel standen auf dem dreitägigen Outdoor-Programm rund um das verschlafene Städtchen Wehlen im Herzen der Sächsischen Schweiz. Konkret: Schlauchboot-Paddeltour auf der Elbe, GPS-Geocaching, Schluchtenwanderung und Leiter-Golf. Abends wurde fröhlich „indoor“ weitergefeiert – mit Bier, Barbeque und Beats.

CD auf der Haut

Gerade in der Kommunikation für Großveranstaltungen verantwortlich Westend-PR nicht selten externe Pressebüros und Medienzentren vor Ort. Seit mehr als einem Jahr sind die PR-Berater/-innen dabei auch visuell stark vertreten: mit eigenen Poloshirts und Windjacken im Corporate Design der Agentur.



„Content als klarer Markenkern.“

Der gebürtige Solinger Professor Ansgar Zerfaß gilt als einer der renommiertesten Kommunikations- und Medienwissenschaftler der Gegenwart. Im aktuellen „Rakete“-Interview beleuchtet der 50-jährige Autor dutzender Fachbücher und Studien die Rolle von Agenturen wie Westend-PR, betrachtet die Herausforderungen und Chancen der Kommunikation in der Zukunft. Auch für den Wahl-Leipziger steht fest, „die Qualität von Inhalten wieder in den Vordergrund zu rücken“.

Professor Ansgar Zerfaß

Geburtstag: 11.10.1965 | **Geburtsort:** Solingen
Wohnort: Leipzig
Familienstand und Kinder: verheiratet, 3 Kinder

Berufliche Stationen:

- Lehrstuhl für Unternehmensführung der Universität Erlangen-Nürnberg (wiss. Mitarbeiter)
- MFG Medienentwicklung Baden-Württemberg (zunächst Kommunikationsleiter, dann Geschäftsleitung)
- Universität Leipzig (Lehrstuhl für Strategische Kommunikation)
- European Public Relations Education and Research Association, Brüssel (Präsident)
- International Journal of Strategic Communication, Philadelphia, USA (Herausgeber)

Interessen abseits der PR: Literatur



02 »

Wie kann eine breit aufgestellte und auf Vernetzung bauende Agentur wie Westend-PR ihre Stärken in Zukunft noch besser ausspielen?

Der Markt der Kommunikationsdienstleister wird immer wettbewerbsintensiver. Von oben drängen Unternehmensberatungen wie Roland Berger in den Markt, die im strategischen Bereich punkten können. Bei der Umsetzung sind aufgrund des Niedergangs der Massenmedien immer mehr Journalisten als Freelancer unterwegs. Und Medienhäuser selbst werden immer stärker zu Content-Partnern für Unternehmen, die Grenzen zwischen Redaktion und Vermarktung verschwimmen bei der Leipziger Volkszeitung und ähnlichen Blättern immer mehr – und zwar nicht nur im Onlinebereich.

Wer sich hier positionieren will, benötigt einen klaren Markenkern und ein Verständnis für die Wertschöpfungsketten der Auftraggeber. Westend-PR hat sich auf Content-Strategien und Content-Erstellung spezialisiert. Das ist sicher eine gute Ausgangsposition auch für die Zukunft. Wichtig wird es sein, das durch strategische Partnerschaften zu ergänzen. Die Internationalisierung ist beispielsweise eine große Herausforderung für viele mittelständische Unternehmen, ebenso ist es im Kreativbereich die visuelle Kommunikation zum Beispiel über Webvideos und mobile Apps. Dienstleister müssen hier gut aufgestellt sein und Innovationen anbieten.

01 »

Herr Professor Zerfaß, die Agentur Westend-PR feiert in diesem Jahr ihr 20-jähriges Firmenjubiläum. Im gleichen Zeitraum hat ein tiefgreifender Wandel der Kommunikationslandschaft stattgefunden, der sich weiter fortsetzt. Wie schätzen Sie diesen Meilenstein ein und was macht aus Ihrer Sicht die solide Entwicklung der Agentur aus?

Die positive Entwicklung in diesem dynamischen Umfeld zeigt, dass es Westend-PR immer wieder gelungen ist, solide Leistungen zu erbringen, gute Mitarbeiter zu motivieren und letztlich auch die Trends der Zeit zu erkennen. Als viele noch an klassische Pressearbeit dachten, wurden die Chancen von Corporate Media und später von sozialen Medien erkannt und genutzt. Hinzu kommt natürlich, dass Leipzig ein attraktiver Standort für kreative Köpfe ist, die hungrig auf neue Ideen sind. Das war eine gute Basis, um auch über die Region hinaus zu wachsen.

03 »

Welchen Herausforderungen und Rahmenbedingungen müssen sich Unternehmen in puncto Kommunikation aktuell und in der nahen Zukunft stellen?

Unsere jährlichen Studien zu den Herausforderungen der strategischen Kommunikation in Europa und Asien zeichnen ein klares Bild: Das zentrale Thema ist und bleibt die stringente Verknüpfung der Kommunikation mit übergeordneten Unternehmenszielen. Wenn das nicht gelingt, klar argumentiert und auch nachgewiesen werden kann, stehen alle kreativen Ideen und Inhalte auf tönernen Füßen. Vier von zehn Kommunikationsprofis in Europa bezeichnen das als ihre zentrale Herausforderung.

Ebenfalls relevant, aber weniger oft genannt werden zwei andere Themen: Der Umgang mit den Herausforderungen der digitalen Evolution und des Social Web und die Notwendigkeit, Vertrauen zu schaffen und zu erhalten. Bei diesen beiden Punkten ist die Kommunikation allerdings nur Mitspieler. Denn der digitale Wandel betrifft im Sinne von Industrie 4.0 alle Funktionsbereiche im Unternehmen und ebenso wird Vertrauen – wie kürzlich erst die Manipulationen bei Volkswagen gezeigt haben – oft durch das Top-Management und andere Abteilungen verspielt.

Spezifisch für die Unternehmenskommunikation sind dagegen die Fragmentierung der Öffentlichkeiten, das sich wandelnde Mediennutzungsverhalten und die Schnelligkeit der öffentlichen Kommunikation. Hier gilt es, geeignete Strategien zu entwickeln und auch zur Entschleunigung beizutragen, um die Qualität von Inhalten und Botschaften wieder in den Vordergrund zu rücken.

04 »

Wie schätzen Sie die Rolle von PR-Agenturen vor dem Hintergrund der sich wandelnden Kommunikationslandschaft ein?

Es gibt, auch das zeigen unsere aktuellen empirischen Studien, vor allem zwei Gründe, warum Auftraggeber in Deutschland auf PR-Agenturen und andere Dienstleister zurückgreifen: der Bedarf an operativer Unterstützung sowie an Kreativität und Innovation. Acht von zehn Kommunikationsverantwortlichen in Unternehmen und anderen Organisationen nennen diese doch sehr gegensätzlichen Motivationen.

Als Dienstleister muss man sich dieser Anforderungen bewusst sein und sich entweder spezialisieren oder aber sehr deutlich machen, wer und welches Team welche Leistungen erbringen kann. Kritisch wird es, wenn man alles gleichzeitig versuchen will. Denn die jeweils benötigten Kompetenzen und Erfahrungen sind doch sehr unterschiedlich, und Auftraggeber erkennen immer besser, was notwendig ist und was nicht, und wie die Qualität von Agenturleistungen zu bewerten ist.

05 »

Welche Herausforderungen und welche Vorteile ergeben sich für Unternehmen aus der Zusammenarbeit mit PR-Agenturen?

Es sind vor allem die bereits genannten beiden Gründe und Vorteile, die aus Sicht der Auftraggeber von Bedeutung sind. Bei einigen Unternehmen kommen andere Punkte hinzu. Beispielsweise die Expertise von Agenturen in bestimmten Märkten oder Regionen und die Kompetenz bei bestimmten Kommunikationsinstrumenten oder Trends. Manche schätzen auch den Blick von außen auf die eigene Arbeit, das Überwinden von Denkblockaden. Aber diese Vorteile werden nur von einer Minderheit der Auftraggeber in Deutschland genannt. Viele Agenturen, das zeigen unsere Studien, schätzen das anders ein. Diese Wahrnehmungslücke gilt es zu schließen – nur wer seine Kunden und deren Motivation versteht, wird sich erfolgreich weiterentwickeln können.

06 »

Das Verhältnis zwischen PR-Agentur und Kunde erlebt meist Höhen und Tiefen wie in jeder menschlichen Beziehung: von der totalen Harmonie über den konstruktiven Schlagabtausch bis hin zu Missverständnissen. Haben Sie Empfehlungen bzw. No-Gos für eine gute Kunden-Agentur-Beziehung?

Hier sollte man ebenfalls die Empirie sprechen lassen: 62 Prozent aller von uns befragten Mitarbeiter in Kommunikationsabteilungen sagen, dass einer der zentralen Gründe für Konflikte mangelnde Kenntnisse ihres Geschäftsmodells und ihrer Prozesse bei den Agenturen sind. 47 Prozent weisen auf schwache Leistungen und Fehler der Agenturen hin und 38 Prozent nennen unterschiedliche Interpretationen von Situationen und Handlungen als Ursache. Wenn man Agenturen die gleiche Frage stellt, werden ganz andere Punkte priorisiert, vor allem die unklaren Zielvorgaben und Erwartungen an die Kooperation.

Hier gibt es ganz offensichtlich eine Wahrnehmungslücke und auch Missverständnisse, die sich vermeiden lassen. Notwendig sind ein konsequentes Qualitätsmanagement und eine gemeinsame Evaluation der Zusammenarbeit – nicht nur mit Blick auf die Ergebnisse, sondern auch hinsichtlich der Prozesse, der Kultur und der emotionalen Dimensionen. Wer mit Begeisterung und Empathie bei der Sache ist, wird gemeinsam am meisten erreichen.

Vielen Dank für das Interview, Herr Professor Zerfaß.



<http://bit.ly/1Xto2NL>



Lecker, leicht und lichtstark.

Nein, Westend-PR verfügt nicht über einen Fußball-Kicker im Konferenzraum. Stattdessen sind Gäste der Leipziger Kommunikatoren immer herzlich auf eine Partie Leiter-Golf auf der Sonnenterrasse eingeladen. Dabei könnten dann auch gleich einige andere Lieblings-Tools der Mitarbeiter genutzt werden...



03 Da freut sich das kreative Grafikerherz: Früher wurde auf Papier gescribbelt, heute dient das Tablett Wacom Intuos 5 als digitale Eingabe.



02 Und wenn die Kollegen noch so toll sind – manchmal ist der Rückzug in die schalldichte Muschel der beste Weg zur klaren Denke. Dieser Panasonic steht besonders auf Hörbücher!



01 Unser Logo steht in der kleinen, handlichen Variante in jedem Bürofenster. Und wenn es ganz brav ist, fährt es mit zu Außer-Haus-Terminen und posiert mit den Westend-PR-Kollegen bei Facebook.



04 Denkrille raus, Spaß rein: In Amerika werden Meisterschaften im „Ladder Golf“ ausgetragen. Bei Westend-PR fliegen die „Bolas“ just for fun über die Dachterrasse.



05 Hier baut sich jeder seinen Hocker und seinen Tisch zusammen. Die praktischen Kisten von LEMONAID+ sind maximal flexibel und pimpen jeden Freisitz.

#08 Liaison mit der Königin des Lichts



06 Auch ein Salz kann Storytelling:

Flor de Sal ist die feinste verfügbare Sorte von aus Meerwasser gewonnenem Salz. Es setzt sich an wenigen heißen, trockenen und windstillen Tagen als hauchdünne kristalline Schicht an der Wasseroberfläche ab, wo es von Hand abgeschöpft wird. Es kommt aus der unter Naturschutz stehenden Bucht von Es Trenc auf Mallorca direkt aufs Westend-Küchenregal. Mehr Salz!



08 Eines der Lieblings-Spielzeuge von Agenturchef Marko Mädge: die Sony Cybershot DSC-RX100 mit 1,8er Carl-Zeiss-Objektiv. Klein, schick und eine Königin des Lichts – der perfekte Immer-und-überall-Begleiter.



09 Hand aufs Herz: Es gibt nervige Meetings. Aber wenn der kleine Känguru-Kugelschreiber die Fäuste schwingt, ist der Frust schon wieder weggelächelt.



10 Wie hat Oscar Wilde so passend formuliert: „Versuchungen sollte man nachgeben. Wer weiß, ob sie wiederkommen.“ Leidenschaft beim Grillen hat bei Westend-PR einen Namen: Unser Weber Master-Touch sorgt im Sommer für viele Ahs und Ohs.



07 Man kann schnöde zu Fuß, mit der Bahn oder dem Auto auf Arbeit kommen – oder man macht den Weg zum Ziel! Das Fixie ist ein Eingangrad ohne Gangschaltung und ohne Freilauf. Es ist in diesem Fall selbst gebaut und reduziert bis zur Vollkommenheit. Maximale Will-haben-Wertung!

#05 LEMONAID+-Produkte: praktischer „Style“, fair gehandelt

„Guten Tag, mein Name ist Genscher.“

Der Agentur-Alltag ist ohnehin bunt und abwechslungsreich. Aber dass Persönlichkeiten wie Hans-Dietrich Genscher, Professor Kurt Masur oder Wolfgang Joop höchstselbst in der Agentur anrufen und eben nicht ihre Sprecher vorschicken, kommt nicht alle Tage vor. Ebenso wenig wie die Chance, mit einem knallroten Ferrari zum Medientermin zu fahren ...



Mit 340 PS zum Medientermin // Janine Hammer, PR-Beraterin



Charmante Note // Hans-Dietrich Genscher, Bundesaußenminister a. D.



Mixed Zone // Dr. Hans-Werner Schmidt, Museumsdirektor MdbK / Gunther Sachs (†2011), Unternehmer und Kunstsammler / Marko Mäde, Westend-PR-Chef

Charmante Note:

Für ein Zeitungs-Supplement zum Lichtfest Leipzig fragte PR-Beraterin Anne Schulz ein Zitat von Bundesaußenminister a. D. Hans-Dietrich Genscher an. Üblicherweise übernehmen persönliche Assistenten oder Pressesprecher solche Aufträge. Nicht so in diesem Fall: Hans-Dietrich Genscher rief eines Nachmittags persönlich an, um alle offenen Fragen zu klären ...

Mit 340 PS zum Medientermin:

Guerilla-PR mit Luxus-Sportwagen für die Auto Mobil International (AMI). Damit Ferrari und Jaguar ihre Ziele in den Innenstädten von Dresden, Chemnitz, Halle und Leipzig zuverlässig erreichen, setzte sich PR-Beraterin Janine Hammer kurzerhand selbst hinter Steuer und genoss die ungewöhnliche Aufmerksamkeit beim Gas geben auf der Autobahn.

ami-leipzig.de

Rasante Entwicklung:

Es ist keine zehn Jahre her, als die Medienbetreuung großer Events noch mit nahezu „analogen“ Mitteln auskommen musste. Pressebüros lediglich ausgestattet mit PC, Drucker und Fax? Damals ebenso keine Seltenheit wie handgeschriebene Zitate, Zuschauerzahlen oder Spielprotokolle als Kopie für die Journalisten. Der nächste epochale Schritt waren feste LAN-Verbindungen beim internationalen WTA-Tennisturnier Sparkassen Cup. Heute garantieren Tablets und Smartphones die sekundenschnelle Übertragung direkt von der Event-Location in die Redaktionen, Online- und Social-Media-Kanäle.

Mixed Zone beim Kunst-Event:

In der Zeit als Kommunikations-Agentur für das Museum der bildenden Künste verantwortete Westend-PR die Ausstellung „Die Kunst ist weiblich“ von Gunter Sachs (1932–2011) und damit auch die spektakulärste Vernissage, die Leipzig jemals gesehen hat. Rund 120 nationale und internationale Journalisten erlebten die Solo-Exposition 2008 im „MdbK“ nach einem minutengenaue Drehbuch, fast wie beim Fußball mit „Mixed Zone“ und inszenierten „Foto-Slots“. Promis wie Günter Netzer, Thomas Gottschalk, Neo Rauch, Gudrun Landgrebe und Mario Adorf sorgten für zusätzliches Medieninteresse. Was nicht im Drehbuch stand: ein entspanntes Dreier-Gespräch mit Museumsdirektor Dr. Hans-Werner Schmidt, Westend-PR-Chef Marko Mäde und dem blitzgescheiten, allseits interessierten und charmanten Gunter Sachs.

mdbk.de

Aus einem Messttag mach fünf:

Nachdem der Pressetag zur Spielwarenmesse 2015 in Nürnberg mit nachhaltigem Erfolg gemeistert wurde, offenbarte sich beim Kunden, dem Start-up-Unternehmen Baby Stars mit der Weltneuheit „snu:mee“ (integrierte Spieluhr, Babyphone und MP3-Player), ein personeller Engpass. Kurzerhand schlüpfte Westend-Beraterin Janine Hammer für vier zusätzliche Tage in die gemischte Rolle aus „Erklär-Fee“, PR-Expertin und Messe-Hostess. Ein Shoppingbummel durch die Nürnberger City sicherte das adäquate Erscheinungsbild. Nachdem das geklärt, aber kurzfristig kein Zimmer mehr in Nürnberg zu finden war, schlief sie der Einfachheit halber im Kunden-Appartement auf der Couch – gemeinsames Kochen und Feierabend-Bier inklusive.

baby-stars.de



WAHRE HELDEN KOMMUNIZIEREN AUF ALLEN KANÄLEN.

GLÜCKWUNSCH ZU 20 JAHREN GUTER WORTE & TATEN.

www.ur-krostitzer.de
www.facebook.de/urkrostitzerbier

„Westend-Girls.“

18 Mitarbeiter, 18 verschiedene Musikgeschmäcker. Zum 20-jährigen Jubiläum bietet Westend-PR trotzdem seine ultimativen Top-20-Charts. Quer durch den musikalischen Gemüsegarten, rein subjektiv, vor Nebenwirkungen wie Ohrwürmern, Herzschmerz oder Nostalgieausbrüchen wird ausdrücklich gewarnt.

- 01 West End Girls | Pet Shop Boys
Der perfekte Song für unsere
Telefon-Warteschleife #GEMA.
- 02 Danke Schoen | Wayne Newton
Ein herzerreißendes Dankeschön
an all unsere Kunden und Partner!
- 03 Master of Puppets | Metallica
Part of PR: Geschicktes Strippen-
ziehen hinter den Kulissen.
- 04 Like mich am Arsch | Deichkind
Ab und zu nicht vergessen: „Klappe
zu, Stecker ziehen, raus in die Welt.“
- 05 Einfach sein | Die Fantastischen Vier
„Es könnt' alles so einfach sein, isse
aber nicht.“
- 06 We Are Family | Sister Sledge
Teamgeist.
- 07 Liebe | Jan Delay
Ohne Liebe für das, was wir
tun, wären wir nicht so gut.
- 08 You'll Never Walk Alone |
Gerry and the Peacemakers
„Durch den Wind, durch den Regen,
mit Hoffnung in deinem Herzen ...“
- 09 Der Kaffee ist fertig |
Peter Cornelius
Lebenselixier.
- 10 Supergeil | Friedrich Liechtenstein
Sehr geiler Dorsch, übrigens ...
- 11 A Question of Time | Depeche Mode
Deadlines gehören zum Tagesgeschäft.
- 12 Happy | Pharell Williams
Unsere Grundstimmung.
- 13 Alive | Pearl Jam
Sehr lebendig nach
20 Jahren ...
- 14 Rückenwind | Thomas D
Westend-PR ist auf der
Reise und hat Rückenwind.
- 15 It's Tricky | RUN-DMC
Einfach kann jeder ...
- 16 Ist es wichtig? | Selig
Die Kunst der Prioritäten.
- 17 Keine Lust | Rammstein
Montags um 8 Uhr kann
das schon mal vor-
kommen ... #siehe Nr. 09
- 18 Sabotage | Beastie Boys
Wenn die Maschinen nicht
so wollen wie die Anwender ...
- 19 It Was a Very Good Year |
Frank Sinatra
Unser Karaoke-Song für die
diesjährige Weihnachtsfeier.
- 20 Don't Let Me Be Misunderstood |
Santa Esmeralda
Kommunizieren und verstehen ...



<http://spoti.fi/1M6QsHW>



Herzlichen Glückwunsch.

Am 20. Dezember 2015 feiert Leipzig seinen Tausendsten. Auf den Tag genau vor 1.000 Jahren fand die einstige slawische Siedlung ihre erste urkundliche Erwähnung. Die Stadt nimmt das Jubiläum zum Anlass, Leipzigs Reize einmal mehr öffentlichkeitswirksam in den Fokus zu rücken. Für den Leipzig 2015 e. V., der alle Aktivitäten des Festjahres koordiniert, agiert Westend-PR als Full-Service-Dienstleister in allen Bereichen der Kommunikation.



„Ein Leben außerhalb Leipzigs ist möglich, aber sinnlos.“

Michael Fischer-Art

„Ein Leben außerhalb Leipzigs ist möglich, aber sinnlos“, brachte es der Künstler Michael Fischer-Art trefflich auf den Punkt. Es ist eine Liebeserklärung an eine Stadt, die in diesem Jahr 1.000 Jahre alt wird und das stolze Datum gebührend feiert. „Dieses besondere Jubiläum bietet die Chance, die Geschichte unserer Stadt und vor allem das Engagement ihrer Bewohner noch stärker in das Bewusstsein der Leipzigerinnen und Leipziger zu rücken. Leipzig präsentiert sich als die Stadt, in der man gerne lebt und sich als Gast zu Hause fühlt“, fasste Torsten Bonew, „Leipzig 2015“-Beauftragter der Stadt und Vorstandsvorsitzender des Leipzig 2015 e. V., das Anliegen zusammen. Unter der gemeinsamen Dachmarke „Wir sind die Stadt“ beschreiben mehr als 400 Veranstaltungen und Initiativen – darunter Konzerte, Ausstellungen, Messen und Kongresse, Festivals, Buchpublikationen, Lesungen und vieles mehr – die Leistungen Leipzigs in Vergangenheit und Gegenwart.

Leitagentur für großes Jubiläum

Mit der Kommunikation für das Festjahr wurde im Januar 2014 nach einem erfolgreichen Pitch Westend-PR betraut. Die Agentur steht dem Leipzig 2015 e. V. als strategischer Berater zur Seite und verantwortet neben der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit und der Online-Kommunikation das komplette Corporate Publishing, sie konzipierte Plakat-kampagnen und unterstützte den Leipzig 2015 e. V. bei der Organisation von Großevents wie dem StadtFestSpiel „Lipsias Löwen“. Außerdem pflegt Westend-PR die Homepage leipzig2015.de und transportiert die vielfältigen Aktivitäten und Ereignisse des Festjahres über Social-Media-Kanäle wie Facebook und Youtube.

Längst ist „1000 Jahre Leipzig“ zu einem Fest der Bürger geworden. Mehr als eine Million Besucher zog es bislang zu den zahlreichen Jubiläumsveranstaltungen. Doch auch außerhalb der Stadtgrenzen ist das Jubiläum Thema. „ProSieben“ integrierte „1000 Jahre Leipzig“ beispielsweise zur besten Sendezeit in seinen „Jahresvorausblick 2015“, das MDR-Fernsehen berichtete live vom „StadtFestSpiel“ und auch National Geographic bedachte den Geburtstag mit einer Veröffentlichung, um nur einige Beispiele zu nennen.

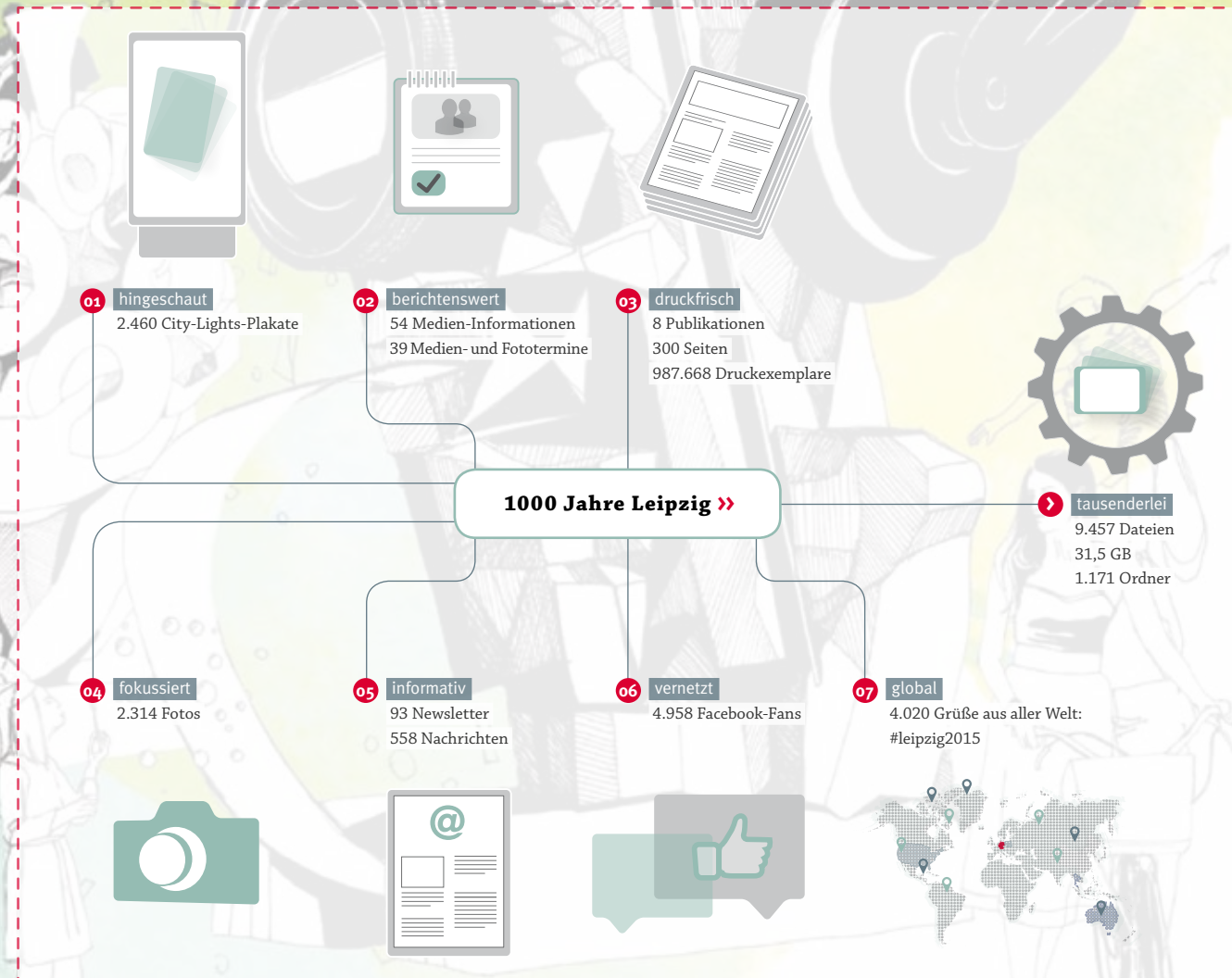
Noch bis Jahresende setzen weitere Veranstaltungen das Festjahr fort. Am 20. Dezember klingt das Jubiläum mit einem großen Geburtstagsfest auf dem Richard-Wagner-Platz aus.



Leipzig 2015 >>



leipzig2015.de
facebook.com/1000JahreLeipzig
hello.leipzig2015.de/#/



Stand: Oktober 2015

Kreative PR-Tools für Perschmann.

Viele mittelständische Unternehmen tun sich nach wie vor oft schwer mit dem Einsatz von Social Media. Dabei kann ihnen ein professioneller Auftritt in sozialen Netzwerken enormes Potenzial eröffnen. Mithilfe von Westend-PR hat die Perschmann Gruppe deren Vorteile für sich erkannt und ist in den Social-Media-Kosmos aufgebrochen.

facebook

Aufbruch ins Neuland:

Eine Auflage fürs Kantine-tablett und Likie-Kekse aktivieren die Mitarbeiter, der neuen Unternehmensseite bei Facebook zu folgen.

strategische PR-Beratung
PR und Medienarbeit
Social Media
Online-Kommunikation
Corporate Publishing

Als traditionsreiches Familienunternehmen bisher eher nach außen verschlossen, wagte die Perschmann Gruppe zusammen mit Westend-PR den Schritt, aktiv Botschaften zu kommunizieren. Seit Januar 2015 betreut die Leipziger Agentur die strategische und operative Unternehmenskommunikation des Braunschweiger Spezialisten für Qualitätswerkzeuge. Dabei ist die Hch. Perschmann GmbH auf den Vertrieb von Betriebseinrichtungen, Werkzeugen und Maschinen spezialisiert und die Perschmann Calibration GmbH führend als Kalibrierdienstleister für Handmessmittel. Die Perschmann Gruppe wird bereits in fünfter Generation, heute von Geschäftsführer Justus Perschmann, geführt und feiert 2016 ihr 150-jähriges Jubiläum.

Mehr als „nur“ PR

In enger Abstimmung mit dem Kunden setzt das Team von Westend-PR vielfältige Projekte für Perschmann um. Im Fokus stehen der Aufbau von Bekanntheit und Image durch kontinuierliche Public und Media Relations, Employer Branding sowie die begleitende Kommunikation zum Jubiläum. Für den Kalibrierservice übernimmt Westend-PR zudem die Fachkommunikation. In den ersten Monaten der Zusammenarbeit lag ein Schwerpunkt auf dem Facebook-Start von Perschmann, um den Austausch mit den Mitarbeitern, dem regionalen Umfeld und Kunden zu fördern.

Das größte soziale Netzwerk Facebook setzt nach wie vor Rekordmarken. Nach erster Zurückhaltung wollte auch die Perschmann Gruppe ihren digitalen Fußabdruck auf der Plattform mitgestalten. Schließlich bietet sie vielfältige Chancen zum Beispiel für die Imagegestaltung und das Personalmarketing. Westend-PR entwickelte und betreute den Start des Unternehmensauftritts bei Facebook mit einer kreativen Leitidee. So ist die Perschmann Gruppe erfolgreich in dem sozialen Netzwerk gelandet und hat eine aktive Fangemeinde hinter sich.



Begrüßung der Fans:

Als Start-Post richtet sich ein animiertes Video an die zukünftige Fangemeinde.

facebook.de/PerschmannGruppe



Kekse für die Kunden: Um wichtige Kontakte auf die neue Facebook-Seite zu locken, gestaltete das Team von Westend-PR eine Karte mit Likie-Keksen. Weil Likies wie Likes zum Teilen da sind, übergibt sie der Vertrieb von Perschmann an die Kunden.



Sicher surfen: Die Facebook-Fibel für die Mitarbeiter der Perschmann Gruppe baut Ängste gegenüber dem sozialen Netzwerk ab und lädt zum Erkunden ein.



Hier gibt es mehr Informationen >>

Die Perschmann-Website



perschmann.de



Im Galopp zum Erfolg.

„Hallo, Marko, kannst du in einer halben Stunde spontan vorbeikommen? Ich möchte dir eine spannende Persönlichkeit vorstellen“, sagte der bestens vernetzte Peter Degner am Telefon. Wenig später saß Westend-PR-Geschäftsführer Marko Mädge im zigarrenrauchigen Antik-Wohnzimmer des Leipziger Impresarios, traf Alexander Leip von der Scheibenholtz GmbH. Aus einem ersten Kennenlernen wurden drei Stunden intensiver Gespräche, das Ende der degnerschen Weißwein-Vorräte und schließlich der Beginn der Zusammenarbeit.“



Westend-PR ist die
Leitagentur für
die traditionsreiche
Galopprennbahn
Scheibenholtz

Komm in die Hufe >>
Für mehr Informationen
zur Galopprennbahn
Scheibenholtz:



facebook.com/scheibenholtz

Große Sport-, Kunst- und Musikveranstaltungen in der PR-Kommunikation zu betreuen, zählt seit mehr als einer Dekade zum Portfolio von Westend-PR (z. B. Bewerbung Leipzigs um die Olympischen Spiele bis zum nationalen Erfolg 2003, FIFA Fußball-WM 2006 in Leipzig, ATP-Tennis-turniere, Ausstellungen im MdbK). Als Leitagentur eine Galopprennbahn in die Zukunft zu führen, bedeutete indes auch für das erfahrene PR-Team eine besondere Herausforderung. „Vielleicht war aber genau das ein wichtiger Vorteil, denn wir sind völlig unvoreingenommen an das Thema herangegangen, haben eingefahrene Wege verlassen und frische, teils sehr mutige Ideen präsentiert“, erklärt Westend-PR-Chef Marko Mädge. Bereits beim Corporate Design startete die Leipziger Agentur eine kleine Revolution in der Galoppsportszene: bunte Popart-Motive bildeten eine stringente Linie bei den Leitmotiven für die vier Renntage – und adaptiert auch für weitere Spezial-Werbemittel. Die neue Design-Ästhetik erlebten die Zielgruppen auf Plakaten, in Programmheften, Flyern und Anzeigen, in Pressemappen und Online. Selbst traditionsreiche Fachmedien und Verbände wie „German Racing“ spendeten großes Lob.

Neben der grafischen Kreation und Umsetzung verantwortete Westend-PR vor allem die proaktive Medienarbeit: von klassischen Medieninformationen, Pressekonferenzen und Hintergrundgesprächen über inszenierte Fototermine und persönliche Journalistenkontakte bis hin zur Medienbetreuung während der Events und fotografischen Dokumentation. Auch bei der kompletten Betreuung der Facebook-Seite spielten Content und kreative Ideen eine zentrale Rolle. Als Partner für die Mediaplanung der klassischen Werbung holte Westend-PR die Südplatz Media & Marketing ins Boot, für die Produktion des Imagefilms kooperierte die Agentur mit der commlab GmbH.

Messbare Erfolge

Neue Bestmarken bei Besucherzahlen, Wettumsätzen, Medienpräsenzen, aber auch gestiegene Werte bei Image, Wahrnehmung und Reputation untermauerten den Erfolg in der bisherigen Zusammenarbeit mit dem sehr engagierten, ehrgeizigen Team im Scheibenholtz. Als Location für den geplanten Strategie-Workshop 2016 existiert bereits eine Option: das zigarrenrauchige Antik-Wohnzimmer des Impresarios „P.D.“, die Drinks gehen dann auf das Haus von Westend-PR ...



Strahlende Augen, leuchtende Kerzen.

Es gibt diese Momente: tiefes Durchatmen, erleichtertes Lächeln und das gute Gefühl, dass sich die Arbeit vergangener Monate allein für diesen einen Augenblick definitiv gelohnt hat.



Aufgaben: Flankierung der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

- Beratung, Themenfindung und PR-Planung
- Erstellung hausgener Publikationen, z. B. „LEIPZIG – Näher dran“, Newsletter, Texting, Imagebroschüre
- Redaktion und Gestaltung von Supplements und Sonderseiten in nationalen und internationalen Zeitungen und Zeitschriften
- insgesamt etwa 35 Publikationen
- Medieninformationen (seit 2002 rund 300), Fototermine, Pressekonferenzen
- Event: PR-Betreuung Lichtfest Leipzig
- Internet und Social Media: Texting beim Aufbau der Website, Pflege des Facebook-Auftritts: facebook.com/leipzigcity (bis zu 40.000 Fans)

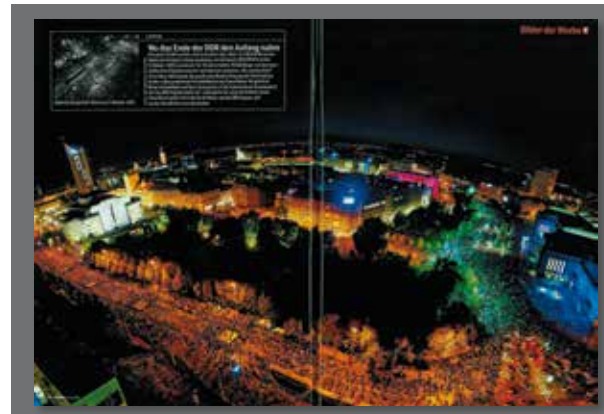
Mehr als ein Jahr hat das Team von Westend-PR in die intensiven Vorbereitungen des Lichtfestes Leipzig 2009 investiert. Bei Pressekonferenzen und Fototerminen, in Supplements, eigenen Publikationen und auf der Website, in Medieninformationen und der direkten Medienansprache gab es eine klare Botschaft: Im Herbst 1989 hat Leipzig Weltgeschichte geschrieben. Im 20. Jubiläumsjahr wollen wir beim Lichtfest gemeinsam der mutigen Leipzigerinnen und Leipziger gedenken, die friedlich den Weg für den Fall der Berliner Mauer ebneten.

Die Herausforderung in der Kommunikation bestand vor allem darin, das künstlerische Konzept für den Abend – Lichtinstallationen rund um den Leipziger Innenstadtring laden zum Gang über den historischen Demonstrationsweg ein – verständlich zu machen. Oder anders gesagt: Bierbuden, Würstchenstand und ein buntes Feuerwerk erschienen zwischenzeitlich volksnäher. Mit Heranrücken der Veranstaltung ließ das auch die Nervosität steigen: Wie viele Menschen werden kommen, wenn es um ein würdiges Erinnern ohne Spiel, Spaß und Unterhaltung geht?

Die Welt zu Gast bei Profis

Nachdem das Team von Westend-PR am 9. Oktober 2009 gemeinsam mit dem LTM und dem Referat Kommunikation der Stadt Leipzig rund 300 Medienvertreter aus elf Nationen im Pressezentrum akkreditiert, mit Informationen ausgestattet, Interviews vermittelt hatte und vieles mehr, war es so weit: Raus aus den Katakomben des Gewandhauses und direkt auf den Augustusplatz, der bis auf den letzten Platz gefüllt war. Später am Abend darf die Agentur die Zahl von unfassbaren 150.000 Menschen auf dem Innenstadtring verbreiten – junge Besucher neben älteren, Leipziger Bürger neben Gästen aus aller Welt, strahlende Augen und leuchtende Kerzen. Das Konzept wurde verstanden. Durchatmen, lächeln, Emotionen zulassen.

Leipzig ist die Stadt der Friedlichen Revolution – der bürgerliche Geist ist hellwach. Die tief bewegenden Bilder gingen wie 20 Jahre zuvor um die Welt. Die Medienresonanz auf das Lichtfest Leipzig war überwältigend. So würdigte der „Stern“ das Lichtfest mit dem „Bild der Woche“ und der Headline „Wo das Ende der DDR den Anfang nahm“, und Beiträge in führenden europäischen Medien wie „Le Figaro“, „The Independent“, „De Telegraaf“, „BBC“ oder „Hürriyet“ schufen der Stadt eine Plattform auf dem internationalen Parkett. Alleine in Tageszeitungen, in TV und Hörfunk wurden Mediawerte in Höhe von mindestens fünf Millionen Euro erzielt. Auch das – ein schöner Dank!



Quelle: Stern



Quelle: Die Zeit

Kunde: Leipzig Tourismus und Marketing (LTM) GmbH

Thema: Stadt- und Standortmarketing

Zusammenarbeit: seit 2002

Aufgaben: Flankierung der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

Die vertrauensvolle Zusammenarbeit:

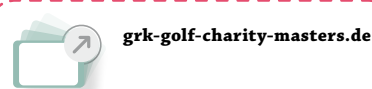
Sponsoring des Lichtfestes Leipzig – seit der ersten „Nacht der Kerzen“ 2007 über die großen Jubiläumsveranstaltungen 2009 und 2014 bis heute

Vielfältige Erfolge.

Trotz einiger spezialisierter Branchen-Cluster liebt die Leipziger Agentur Westend-PR die thematische Vielfalt der Herausforderungen. Neue Aufgaben sorgen für stetige Frische im Kopf und einen maximalen Energieschub beim Team...

5,45 Millionen Euro für Kinder

Ausdruck des gesellschaftlichen Engagements von Westend-PR ist seit sechs Jahren die rein ehrenamtliche Arbeit für das GRK Golf Charity Masters in Leipzig („Charity for Charity“). Bei der 8. Auflage von Deutschlands bedeutendster und erfolgreichster Golf-Benefiz-Veranstaltung kam im August 2015 die Rekord-Spendensumme von 1,4 Millionen Euro zusammen, die 1:1 ohne Abzüge an Kinderinitiativen wie die Elternhilfe für krebserkrankte Kinder Leipzig, das Kinderhospiz Bärenherz Leipzig, Ein Herz für Kinder und Hand in Hand for Africa gehen. Die Gesamtspendensumme beträgt 5,45 Millionen Euro. „Natürlich steht der Charity-Gedanke im absoluten Mittelpunkt, aber mit unserer nationalen PR-Kommunikation unterstützen wir natürlich auch das Standortmarketing für Leipzig“, sagt Marko Mäde.



Kommunikation mit Stil



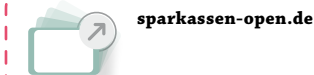
Das Modehaus Fischer legte Mitte letzten Jahres seine strategische Unternehmenskommunikation vertrauensvoll in die Hände von Westend-PR. Um Image, Bekanntheit und Absatz des traditionsreichen Modehauses zu stärken, setzen wir Themen wie Modenschauen, Shop-Eröffnungen, Engagements und Sponsorings auf die öffentliche Agenda und inszenieren diese für die mitteldeutsche Medienlandschaft und die Fachmedien – jeweils passend zugeschnitten auf die 16 Filialen in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Die Philosophie des 180-jährigen Familienunternehmens „Wir ziehen Menschen mit Begeisterung an“ schwingt dabei als Kernbotschaft stets mit.



Das Beste der Welt



Seit der Premiere des Events 1994 betreut Westend-PR-Geschäftsführer Marko Mäde das ATP-Challenger-Tennisturnier in Braunschweig als Kommunikations-Chef und Pressesprecher. Von ihm stammt auch die Slogankreation „Tennistainment“, die seit vielen Jahren den Markenkern der internationalen Veranstaltung betont: die Mischung aus Weltklassetennis, Livemusik und Unterhaltung. Die Sparkassen Open sind ein Sprungbrett-Turnier für die „Stars der Zukunft“ wie beispielweise Titelträger Alexander Zverev und erreichten bei der 22. Auflage im Jahr 2015 eine neue Bestmarke mit über 32.000 Besuchern. Im November 2015 nahmen die Turnierveranstalter von der Brunswiek Marketing GmbH den „ATP Challenger Award“ beim Weltfinale in London entgegen – als bestes ATP-Challenger-Turnier unter weltweit über 150 Events dieser Kategorie.



Newsletter-Sextett für enviaM

Sechs Corporate-Publishing-Projekte verantwortet Westend-PR seit vier Jahren für die enviaM-Gruppe redaktionell und grafisch. Zu den Dialog- und Kundenbindungsinstrumenten von Ostdeutschlands führendem regionalen Energiedienstleister gehört allen voran der zwölfseitige Privatkunden-Newsletter „ENERGIEaktuell“ mit einer Auflage von 1,5 Millionen, den Westend-PR auch als E-Paper veröffentlicht. Das Produkt-Sextett vervollständigen die vierseitigen Newsletter „regional“ für die Geschäftskunden, „kommunal“ für Kommunen, Landräte und ausgewählte Medienvertreter sowie „CARDdialog“ für die rund 1.200 Partner der Kundenkarte enviaM CARD. Die jeweiligen „inform“-Ausgaben richten sich an die Installateure der Gasgemeinschaft Mitteldeutschland beziehungsweise der Energiegemeinschaft Mitteldeutschland.



Wenn der eigene Körper gefühlt jegliches Gewicht ablegt und schwerelos im Wasser schwebt, hat das unter anderem positive Wirkungen auf die Regeneration des Bewegungs- und Stützapparats sowie des Herz-Kreislauf-Systems. Einen solchen „Kurzurlaub für Körper und Geist“ können Gäste seit September 2015 in der Soletherme Bad Elster genießen. In der Kommunikation zur Eröffnung hat Westend-PR die Sächsischen Staatsbäder unterstützt und für eine deutschlandweite Wahrnehmung der einzigartigen Bad Elsteraner Solequelle gesorgt. Von dieser „PR-Perle“ abgesehen, flankiert Westend-PR seit Februar 2015 die PR und Media Relations sowie den Bereich Social Media der Wohlfühl- und Wellness-Experten im Vogtland.

Schwereloses Schweben in Sole



Sanfte Töne für Weltneuheit



Für das Start-up „Baby Stars – rock2sleep“ lancierte Westend-PR eine innovative Produktneuheit für das Kinderzimmer in nationalen Medien. „snu:mee“, das weltweit erste Babyphone mit moderner Spieluhr und MP3-Player, stieß dank strategischer Kommunikation und nachhaltiger Produkt-PR sowohl bei Fachmedien als auch bei Publikumsmedien und Bloggern auf reges Interesse. Zum Kick-off übernahm die Agentur unter anderem die Messe-PR und den Auftritt des Start-ups beim Pressetag der Spielwarenmesse Nürnberg, der weltweit größten Schau in diesem Bereich.



saechsische-staatsbaeder.de



babystarsrock2sleep.com

Hier stimmt die Chemie

Think global, act local! Mit der Dow Olefinverbund GmbH unterstützt Westend-PR die Standortkommunikation für eine der größten deutschen Dependanten des amerikanischen Chemieunternehmens The Dow Chemical Company. Maßgeschneiderte Texte in Deutsch und Englisch sowie Adaptionen globaler Kampagnen für die Mitarbeiterkommunikation an den mitteldeutschen Standorten gehören ebenso zu den Leistungen wie die Umsetzung von Medienterminen vor Ort oder in den Gemeinden rund um die Werke. Als zentrales Corporate-Publishing-Produkt für die externe Kommunikation hat sich die von Westend-PR konzipierte und betreute Nachbarschaftszeitung „Hallo Nachbar“ etabliert, die bereits im sechsten Jahr erscheint.



EINE GUTE VERBINDUNG

Dow in Mitteldeutschland gratuliert zu 20 Jahren Westend-PR!



HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH!

Seit 20 Jahren immer die richtigen PR-Tools parat.
Weiter so, Westend-PR!

www.perschmann.de
www.perschmann-calibration.de
www.facebook.de/PerschmannGruppe

Perschmann
Calibration

Hoffmann Group
Tools to make you better
Perschmann

Meinungen bilden.

„Tu Gutes und lass andere darüber reden“, dachten sich die Magazin-Macher und baten starke Kunden, Partner und Multiplikatoren um ihre Meinung zum Jubiläum „20 Jahre Westend-PR“. Eine bunte Mischung aus Promis, Unternehmens-Chefs, Medien-Profis und Kommunikations-Experten.



Michael Stich, ehemaliger Wimbledon-Sieger, Vorstand der Michael Stich Stiftung und Veranstalter des ATP-Tennisturniers am Hamburger Rothenbaum

„Sechs Jahre habe ich mit Westend-PR und persönlich mit Marko Mädge beim ATP-Tennisturnier in Braunschweig gearbeitet. Die Zusammenarbeit hat immer sehr viel Spaß gemacht. Marko ist immer auf der Suche nach neuen Ideen, guten Inhalten und ist vor allem offen für Anregungen von außen. Diese professionelle Arbeit schätze ich sehr und habe auch selber jedes Jahr etwas gelernt. Ich wünsche Westend-PR ein tolles Jubiläum und vor allem für die nächsten 20 Jahre den gleichen kreativen und professionellen Output wie bisher. Danke für die tolle Zusammenarbeit.“



Dirk Thärichen, Vorstand der Konsumgenossenschaft Leipzig eG

„Frei nach dem bekannten deutschen Philosophen und Leipziger Universitätsprofessor Ernst Bloch bin ich ins Gelingen verliebt und nicht ins Scheitern. Und hier kommt Westend-PR ins Spiel – beim Sparkassen Cup im Tennis, bei der nationalen Olympiabewerbung der Stadt Leipzig, beim FIFA Fan Fest zur Fußball-Weltmeisterschaft und so weiter ... Vielen Dank und nur das Beste zum Agenturjubiläum.“



Guido Schäfer, Chefreporter der Leipziger Volkszeitung

„Grußworte also. Freundliche. PR für eine PR-Agentur. Geht's noch? Na gut. Also die Agentur-Partys sind echt vom Feinsten – mehr davon! Ansonsten: Die Mädels und Jungs von Westend-PR kennen beide Seiten des Schreibtisches, wissen einfach, was Journalisten brauchen. Gute Themen, sehr verlässlich, ein Servicepartner für die Medien.“



Bettina Jordan, Redakteurin der „Braunschweiger Zeitung“

„Kompetent, bestens informiert, dazu schnell und stets freundlich.“

Ulrich Fischer, Geschäftsführer Modehaus Fischer

„Seit wir mit Westend-PR zusammenarbeiten, zeigen wir in den Medien ein viel deutlicheres Gesicht. PR ist für uns ein unverzichtbarer Bestandteil unserer Außendarstellung geworden. Wir gratulieren herzlich und freuen uns auf die nächsten 20 Jahre!“





Justus Perschmann,
Geschäftsführer der Perschmann GmbH

„Durch die kreative und sehr kompetente Zusammenarbeit mit Westend-PR hat es bei mir ‚klick‘ gemacht! Mit der Agentur erhöhen wir deutlich unseren Bekanntheitsgrad als attraktives Unternehmen mit viel Zukunftsperspektive. Die Social-Media-Strategie sorgt besonders dafür, dass wir auch einen Footprint für ‚Lust auf Firma‘ hinterlassen. An Westend-PR gefällt mir die schnelle, unkomplizierte Umsetzung, das integrale Denken aus Offline- und Online-Welt und die reibungslose Abstimmung besonders gut. Und die Agentur steht für Kreativität und Umsetzungs-kompetenz mit Pfiff und Herz. Ich wünsche Westend-PR, das Team und das gemeinsame Potenzial zum Wohle des Kunden weiter zu entwickeln!“



Sandra Brückner,
Associate Geographic
Communications Manager,
Dow Olefinverbund GmbH

„Wenn die Chemie stimmt, geht die Arbeit leicht von der Hand. Westend-PR ist in den letzten Jahren zu einem festen Bestandteil unserer Unternehmenskommunikation geworden. Wir schätzen die vertraute Zusammenarbeit und begegnen uns auf Augenhöhe. Das hilft, auch dann einen kühlen Kopf zu bewahren, wenn es hoch hergeht. Wir gratulieren zu 20 Jahren und wünschen der Agentur weiterhin viel Erfolg.“



Torsten Bonew, Bürger-
meister und Beigeord-
neter für Finanzen,
Stadt Leipzig

„Zum 20. Jahrestag der urkundlichen Ersterwähnung gratuliere ich herzlich und wünsche allen Machern viel Erfolg auf dem weiteren Weg bis zum 1.000. Geburtstag von Westend-PR.“

Thomas Liebenberg,
Redaktionsleiter BILD Regional Ost

„Bestens vernetzt, Hammer-Fotos und alle Texte auf den Punkt. Wo habt Ihr das nur her?“



Steffen Jantz, Zentralbereichsleiter Kommunikation
und Unternehmenssprecher der Leipziger Messe GmbH

„Mit ganz viel Herz und Verstand – bei der PR-Unterstützung für die AMI Auto Mobil International paart Westend-PR hohe Professionalität mit dem Engagement, individuelle, passgenaue Lösungen für die Aufgaben zu finden. Herzlichen Glückwunsch zum 20.!“



Götz Schlegel,
Geschäftsführer der i-fabrik GmbH

„Social Media, Content Marketing, Community Management – wer hätte vor 20 Jahren gedacht, dass wir uns im Projektalltag mal über solche Dinge unterhalten werden? Unsere besten Glückwünsche an Westend-PR. Nicht allein dafür, dass sich die Agentur erfolgreich durch zwei aufregende Jahrzehnte voller Veränderungen und Herausforderungen bewegt hat. Auch für die stets verlässliche und kooperative Zusammenarbeit bei der Umsetzung zukunftsweisender digitaler Kommunikationslösungen für Kunden.“



Steffen Göpel, Gründer
der GRK-Holding AG und
Initiator des GRK Golf
Charity Masters

„Ich finde es bemerkenswert, dass sich Westend-PR dazu bekennt, bürgerschaftliches Engagement und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Seit sechs Jahren begleitet die Agentur das inzwischen bedeutendste Golf-Benefiz-Event Deutschlands als ihren Charity-Beitrag – sehr professionell, vertrauensvoll, maßgeschneidert und vor allem mit viel Herzblut. Ich schätze die Zusammenarbeit sehr und wünsche Westend-PR für die nächsten 20 Jahre weiterhin viel Erfolg bei kreativer Kommunikation auf allen Kanälen.“



Kamilla Senjo, Fernseh- und Event-Moderatorin
(u. a. ARD „BRISANT“)

„Ich schätze das freundschaftliche Verhältnis zu Westend-PR und deren Fingerspitzengefühl bei Themen. Bei Agenturbesuchen habe ich festgestellt, dass das Team super harmonisch miteinander arbeitet, außerdem strahlt es eine familiäre Atmosphäre aus. Daher wünsche ich alles Beste, viel Erfolg, Kraft und weiterhin starken Teamgeist für die nächsten 20 Jahre.“



Ralph Fürther, Senior Vice President Consumer
Communications, Sky Deutschland AG

„Die Sky-Zentrale in Unterföhring und Leipzig trennen exakt 424,8 Kilometer. Auf den ersten Blick ist das eine gewaltige Distanz. Es gibt aber Menschen und Agenturen, die Entfernungen verringern. Marko Mädge und das Team von Westend-PR ist dies mehrfach gelungen. Sky hat für Events in Leipzig bei Westend-PR einen tollen Ansprechpartner gefunden. Die Agentur versteht Leipzig. Sie kennt Leipzig und genau deshalb wissen wir uns beim Jubilar in guten Händen. Macht weiter so.“



**Peter Zimmermann,
Staatssekretär a. D.**

„Respekt für 20 Jahre erfolgreich strahlen, bekanntmachen, glänzen lassen, erklären und begeistern in einem sehr bewegten Markt in und aus einer sehr bewegenden Stadt! Viel Glück für die nächsten 20 Jahre Veränderung!“



**Volker Bremer,
Geschäftsführer
Leipzig Tourismus und
Marketing GmbH**

„Wer 20 Jahre im Geschäft ist, hat sehr viel richtig gemacht. Ist erwachsen geworden, aber nicht alt. Hat an den richtigen Stellen angemessen besonnen gehandelt, an anderen ausreichend verrückt. Wir freuen uns, dass wir Teile des Weges zusammen gegangen sind und stets die richtigen Worte für- und miteinander fanden. Auch für die Zukunft wünschen wir Euch diese ganz besondere Westend-Mischung aus Begeisterung und Beharrlichkeit, aus Kreativität und Kompetenz, aus Herzlichkeit und Humor. Glückwunsch an die Agentur und Glückwunsch an die Geschäftsführer zu ihrem starken Team! Die nächsten 20 Jahre können kommen.“



Oliver Mette, Geschäftsführer der logoform GmbH

„Für uns stellt die Zusammenarbeit mit Westend-PR eine Erweiterung unseres Leistungsportfolios dar. Denn als integrativ denkende Werbeagentur sind wir immer bemüht, unseren Kunden ein möglichst breites, auf verschiedene Kanäle abgestimmtes Kommunikationskonzept zu bieten. Gerade in den Bereichen PR und Content steht uns mit Westend-PR eine potente, innovative Agentur zur Seite, die uns an vielen Stellen tatkräftig ergänzt. Durch eine in der Zukunft noch engere Kooperation erhoffen wir uns eine strategische Stärkung.“

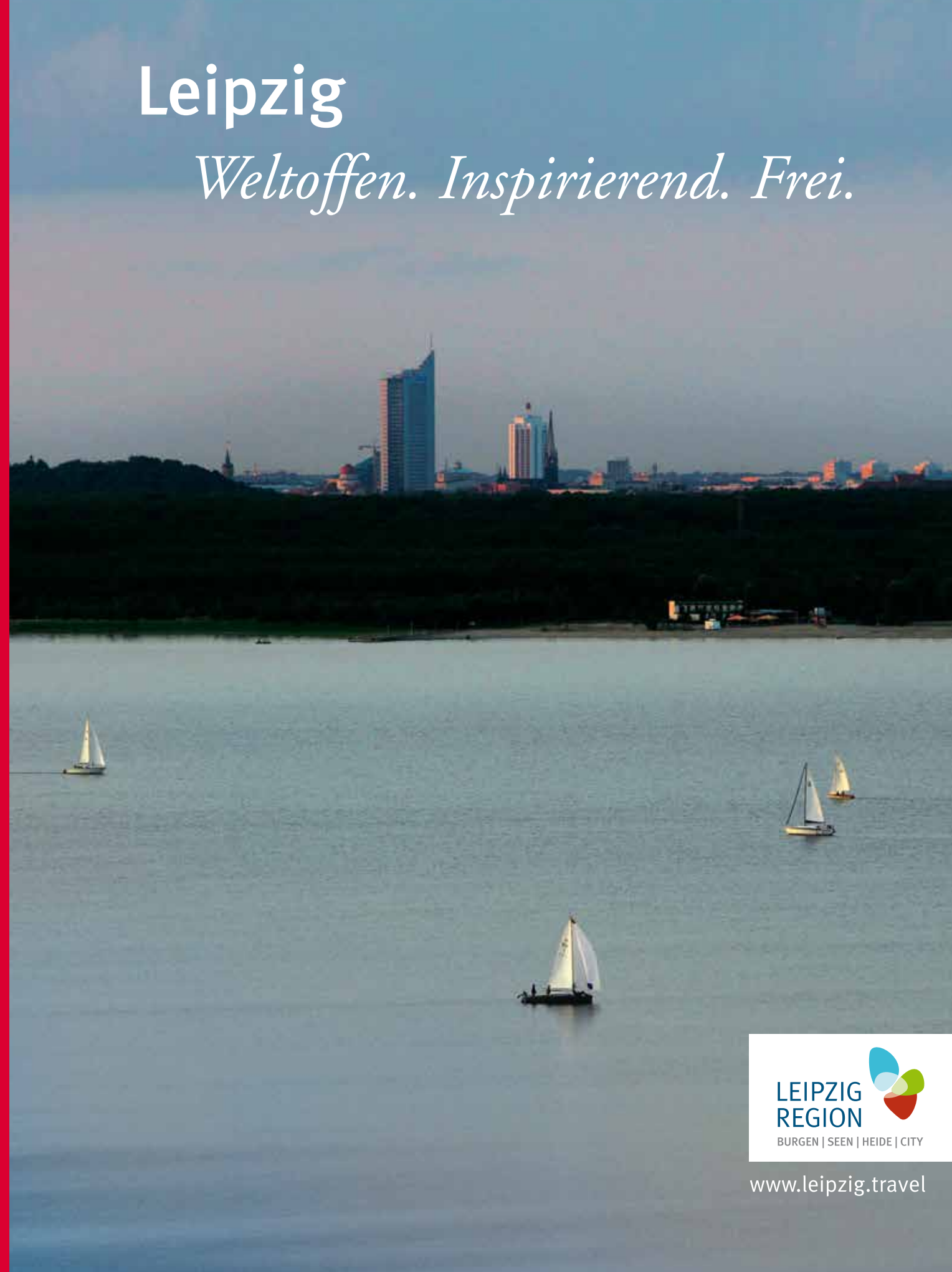


**Oliver Seidler, Fußball-Kommentator bei Sky und
Sportchef bei Antenne Niedersachsen**

„Ich kenne und schätze Westend-PR seit gut acht Jahren. Insbesondere bei dem Braunschweiger Tennis-Highlight, dem ATP-Turnier Sparkassen Open, ist die Zusammenarbeit mit Pressesprecher Marko Mäde total intensiv. Wenn der Wirtschafts-Psychologe Dr. Elmar Teusch sagt, Kreativität ist ein Kind der Freiheit, dann muss ich festhalten, Marko ist ein Kind der Freiheit. Seine Ideen, sein Enthusiasmus, seine Arbeit – das ist Kreativität pur. Dabei staune ich gerne darüber, wie er bei all der Hektik und dem Trubel auch einer solchen Veranstaltung die professionelle Ruhe bewahrt, um die Herausforderungen zu bewältigen. Probleme sind für das Westend-Team in Aufgaben verpackte Lösungen. Ich freue mich schon auf die nächsten Jahre der Zusammenarbeit.“

Leipzig

Weltoffen. Inspirierend. Frei.



Weise Worte.

Große Persönlichkeiten von Henry Ford bis Paul Watzlawick haben starke Aphorismen rund um das Thema Kommunikation geprägt. Die meisten Zitate sind bis heute uneingeschränkt gültig und weise, einige augenzwinkernd – nur bei einem Statement-Geber ist uns irgendwie eine Kunstfigur reingerutscht ...

„Zuhören können ist der halbe Erfolg.“

Calvin Coolidge

„Das Gehirn ist der größte Kinosaal der Welt.“

Ridley Scott

„Man kann nicht nicht kommunizieren.“

Paul Watzlawick

„Die besten Ideen kommen mir, wenn ich mir vorstelle, ich bin mein eigener Kunde.“

Charles Lazarus

„Wenn ein junger Mann ein Mädchen kennengelernt hat und ihr sagt, was für ein großartiger Kerl er ist, so ist das Reklame. Wenn er ihr sagt, wie reizend sie aussieht, so ist das Werbung. Aber wenn das Mädchen sich für ihn entscheidet, weil sie von anderen gehört hat, was für ein feiner Kerl er wäre, dann ist das Public Relations.“

Alwin Münchmeyer (1908–90), deutscher Kaufmann und Bankier

„Das Internet ist wie eine Welle: Entweder man lernt, auf ihr zu schwimmen, oder man geht unter.“

Bill Gates

„Wenn etwas leicht zu lesen ist, dann war es schwer zu schreiben.“

Enrique Jardiel Poncela

„Wer auf andere Leute wirken will, der muss erst einmal in ihrer Sprache mit ihnen reden.“

Kurt Tucholsky

„Das Internet? Gibts diesen Blödsinn immer noch?“

Homer Simpson, Sicherheitsinspektor im Kernkraftwerk Springfield

„Wenn Sie Ihre Idee nicht auf die Rückseite meiner Visitenkarte schreiben können, haben Sie kein klares Konzept.“

David Belasco

„Wenn Sie einen Dollar in Ihr Unternehmen stecken wollen, so müssen Sie einen weiteren bereithalten, um das bekannt zu machen.“

Henry Ford

„Ein Manager arbeitet nur dann gut, wenn seine Kommunikation stimmt.“

Cyril Northcote Parkinson (1909–93), britischer Historiker und Publizist

„Das kannst du schon so machen, aber dann isst es halt kacke.“

Marc Steiner

„Das Internet macht doof.“

Henryk M. Broder

„Werbung ist die Kunst, auf den Kopf zu zielen und die Briefftasche zu treffen. Kommunikation ist die Kunst, auf das Herz zu zielen, um den Kopf zu treffen.“

Vance Packard



1015 LEIPZIG 2015

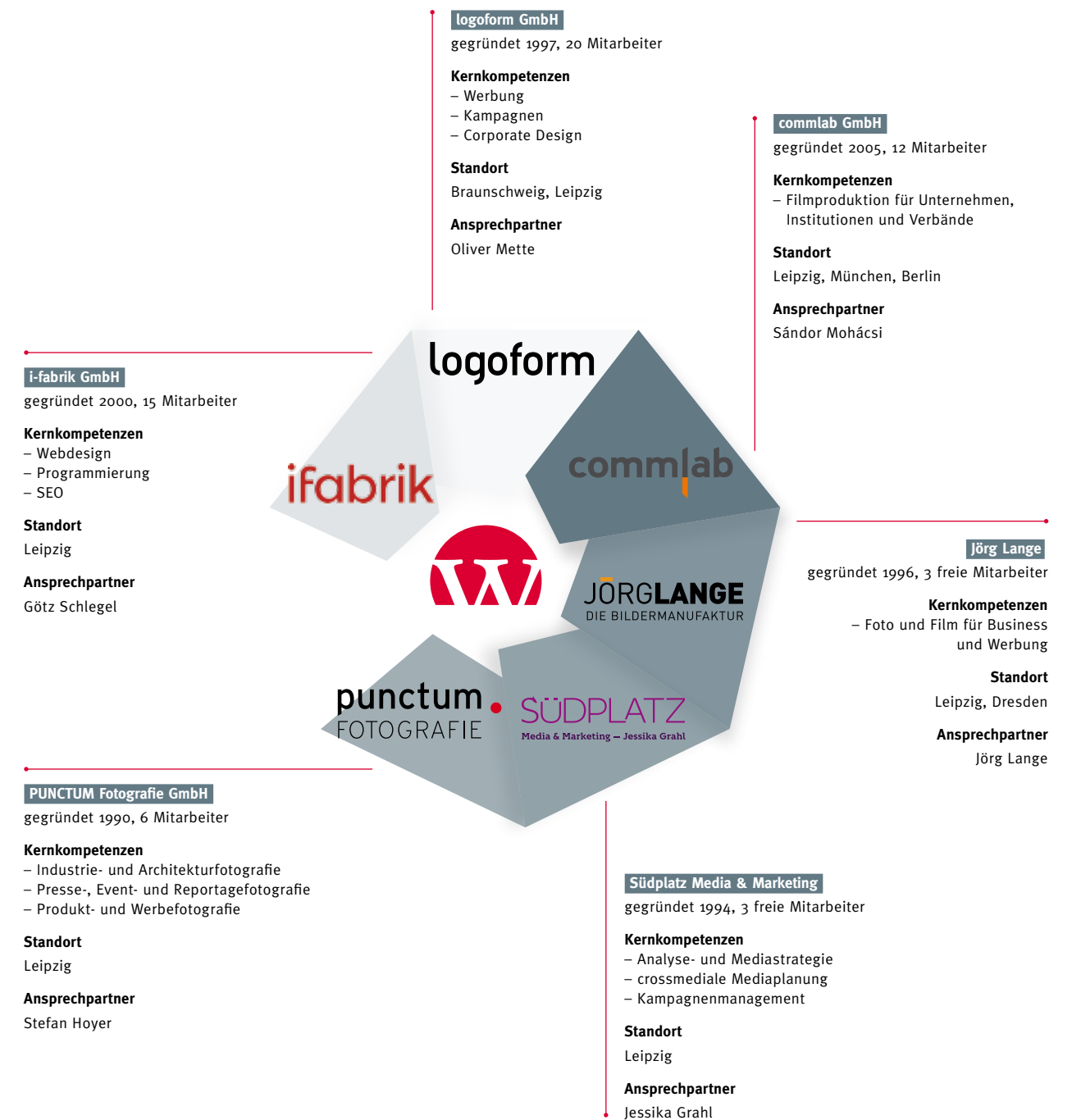
Wir gratulieren!

Westend. Public Relations GmbH
zum 20-jährigen Jubiläum

1000
Wir sind die Stadt

Vertrauen ist alles.

Wer behauptet, alles selbst zu können, kann nichts so richtig perfekt. Aus diesem einfachen Grund agiert Westend-PR nach dem guten alten Spruch „Schuster, bleib bei deinen Leisten“. Bei großen PR-Kampagnen oder besonderen Projekten vertraut die Agentur daher auf spezialisierte Partner, die teils seit Jahren effektiv und eingespielt mit den Leipziger Content-Experten zusammenarbeiten. 360-Grad-Kommunikation mit starken Partnern heißt die Devise von Westend-PR.



Westend-PR sagt Danke!

Ein großer Konfetti-Regen gebührt an dieser Stelle all unseren Kunden, Geschäftspartnern, „Freunden des Hauses“ und nicht zuletzt natürlich unseren Mitarbeitern! Für Vertrauen, Mut und Offenheit, für Innovationswillen und ein wahrhaftiges Miteinander. Für Loyalität. Gemeinsam haben wir viel bewegt und sind im doppelten Wortsinn zusammen gewachsen. Auf die nächsten 20 Jahre, lassen Sie uns Raketen starten und mehr Konfetti schmeißen ...!



8th GRK Golf
Charity Masters

Danke für das gesellschaftliche Engagement von Westend. Public Relations GmbH –
unser Partner beim GRK Golf Charity Masters!

GRK-HOLDING  [®]
Zeit für mehr

Wächterstraße 15, 04107 Leipzig
Telefon 0341 222260

www.grk-holding.com
www.grk-golf-charity-masters.de

20 Jahre, 20 Preise.

Zur Landung der „Rakete“ auf der Content-Mission von Westend-PR möchten wir Sie herzlich einladen, an unserem Gewinnspiel* teilzunehmen. In der Umlaufbahn befinden sich keine astronomischen Preise, aber für jeden Astronauten einer von 20 Sternen. Bitte beantworten Sie die galaktische Herausforderung – der Countdown läuft bis zum 14. Dezember 2015.

01 >>

2 Konzert-Freikarten für „Scorpions“ in der ARENA Leipzig

02 >>

2 Freikarten für die Automobilmesse AMI 2016

03 >>

1 „Leitergolf-Duell“ für 2 Personen inklusive Drinks bei Westend-PR

04 >>

1 Kasten Ur-Krostitzer und 3 T-Shirts

05 >>

2 Endspiel-Freikarten für das ATP-Tennisturnier Sparkassen Open 2016

06 >>

1 Werkzeug-Set von Perschmann

07 >>

2 Freikarten für die Galopprennbahn Scheibenholtz für den 2. Renntag 2016

08 >>

4 Stunden Beratung zur Content-Strategie durch Westend-PR

09 >>

2 Freikarten für die Dinnershow „Viva Las Vegas“ im Stadtbad

10 >>

2 Freikarten für den Freizeitpark BELANTIS

„Aus welcher exakten Höhe

[in Metern]

startete Felix Baumgartner

[RED BULL STRATOS]

im Jahr 2012 seinen Weltrekordsprung aus der Stratosphäre?“

11 >>

Gutschein über 50 Euro bei Modehaus Fischer

12 >>

Teilnahme von 2 Personen an der Freitagsküche von Westend-PR

13 >>

1 Jahres-Abo des „prmagazins“

14 >>

Gutschein über 40 Euro im Restaurant „B10“

15 >>

1 Kunstwerk aus „Stripes & Moods“ von Jacky Landgraf (Acryl auf Dibond)

16 >>

„Höfe am Brühl MasterCard Geschenkkarte“ über 50 Euro

17 >>

2 Kalender „Leipzig in Bewegung“ des LTM

18 >>

Einkaufsgutschein über 50 Euro für das Paunsdorf Center

19 >>

1000 Jahre Leipzig: 1 T-Shirt Größe M und 1 Kaffeebecher

20 >>

10 Kilogramm Konfetti

Kontakt.

Bitte senden Sie eine E-Mail mit Ihren Kontaktdaten und der Betreffzeile „Rakete“ bis 14.12.2015 an:
rakete@westend-pr.de

* Jeder Teilnehmer kann maximal einen der 20 Preise gewinnen. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Viel Spaß und Erfolg!

SCHEIBENHOLZ
Ein starkes Stück Leipzig

KOMM IN DIE HÖFE!



GALOPPRENNBAHN SCHEIBENHOLZ

Das Erlebnis für die ganze Familie | Die Location
für Firmen-Events | Ihre Chance als Sponsor und Partner

Scheibenholtz GmbH | Rennbahnweg 2 A | 04107 Leipzig | Fon: +49 341 33730063 |
www.scheibenholtz.com | [f](#) www.facebook.com/scheibenholtz



Impressum

Konzeption, Redaktion & Gestaltung:

Westend. Public Relations GmbH,
Schwägrichenstr. 23, 04107 Leipzig

Geschäftsführende Gesellschafter (V.i.S.d.P.):

Marko Mäde, Tilo Säuberlich

Telefon: +49 341 3338-0

E-Mail: rakete@westend-pr.de

Internet: westend-pr.de

Facebook: facebook.com/WestendPR

Idee: Marko Mäde

Art Direction: Ulrike Schuckmann

Redaktion und Gestaltung: Westend-PR

Fotonachweise:

Westend-PR, Dieter Grundmann/Westend-PR, Hagen Wolf (S. 3),

Stefan Hoyer/PUNCTUM (Porträts S. 12, 13 und 33),

Jörg Lange/Die Bildermanufaktur („Konfetti-Fotos“ S. 20, 24, 28

und 32), Sebastian Willnow (S. 48/49), Alexander Schmidt/

PUNCTUM (S. 56), Florian Pappert (S. 54, 55), Kay Kirchwitz/

Starpress (S. 58), Thomas Ammerpohl (S. 59), Horst Fechner (S. 60),

MDR/Martin Jehnichen (S. 63), Michael Stich Stiftung (S. 63),

Anika Dollmeyer (S. 63), Axel Springer SE (S. 64),

Dow Olefinverbund GmbH (S. 64), Hch. Perschmann GmbH (S. 64),

Leipziger Messe GmbH (S. 65), Sky Deutschland AG (S. 65),

Rico Thumser (S. 66), GRK-Holding AG (S. 66),

Marko Mäde/Westend-PR

Druck: LÖHNERT-DRUCK

