

Pfeffers Newsletter

Nr. 15 / 12. Woche 2005

Der nächste Newsletter erscheint am 4. April - wir machen Osterpause (und wollen das PR-Ranking fertig auswerten). Schöne Tage!

Wir erinnern auch noch mal an den **Freiplatz** beim PR²-Seminar "Beratungskompetenz". **Was müssen Sie tun, um teilzunehmen?** Bitte schreiben Sie eine Mail an Julia Schweineberg, Institut für Kommunikationswissenschaft der Uni Münster (julia.schweineberg@uni-muenster.de) und nennen Sie einen oder mehrere Gründe, warum Sie Ihre Beratungskompetenz optimieren möchten. Aus allen Antworten wird dann der/die Preisträger/in ausgelost. **Einsendeschluss ist am 31. März 2005.**

Seite.1 _____

Reader's Digest - größte Verbraucherstudie Europas: Nivea ist Nr. 1

Eine Markenlegende aus Deutschland strahlt an Europas Marken-Himmel: Nivea ist erstmals in 14 Ländern die vertrauenswürdigste Marke in ihrer Produktkategorie, so das Ergebnis von Europas größter Marken- und Verbraucherstudie. In Deutschland haben sich außerdem Swatch, Tchibo und Centrum Spitzenplätze in der Gunst der Verbraucher erobert. In der fünften Befragungswelle von Europas größter Marken- und Verbraucherstudie haben sie in ihrer jeweiligen Produktkategorie die Nase vorn und genießen das meiste Vertrauen der Deutschen.

Die kompletten Pressemeldungen von

Reader's Digest zur Studie  [hier als Download. \(26.15 KB\)](#)

Dabei gilt das Motto "Geiz ist geil" für die überwiegende Mehrheit nicht. Im Gegenteil: "Einige Marken sind es mir wert, dass ich dafür mehr bezahle", sagten 72 Prozent der Befragten. Als wichtigste Kriterien bei der Bewertung von Markenvertrauen nannten 81 Prozent "Produkte mit hoher Qualität" und 78 Prozent "Meine persönliche Erfahrung mit der Marke". Auf Platz drei des Kriterienkatalogs folgt mit 68 Prozent "Unternehmen versteht die Bedürfnisse des Kunden". Weitere Kriterien sind: "Marke ist umweltbewusst" (62 Prozent) und "Hinter der Marke stehen hohe ethische Standards" (52 Prozent).

Ost-West-Unterschiede: klein, aber fein

Auch wenn bei den Marken zum großen Teil längst zusammengewachsen ist, was zusammengehört, setzen West- und Ostdeutsche nach wie vor unterschiedliche Akzente in ihrem Konsumverhalten. Die häufigsten Ost-West-Differenzen hat Europas größte Marken- und Verbraucherstudie bei Getränken und Nahrungsmitteln ausgemacht. In Westdeutschland vertrauen die Menschen vor allem den Speisen aus dem Hause Maggi, während die Ostdeutschen die aus dem Westen stammende Marke Dr. Oetker bevorzugen.

Bei den Erfrischungsgetränken hat sich im Westen Gerolsteiner an die Spitze gesetzt. Im Osten genießt Lichtenauer das meiste Vertrauen. Bei den Spirituosen vereinte im Westen Asbach die meisten Verbraucherstimmen auf sich, im Osten Wilthener. Unter den Anbietern von Kaffee und Tee genießt Jacobs das meiste Vertrauen der Ostdeutschen, während die Westdeutschen vor allem Tchibo vertrauen. Die beiden Gewinner-Marken in der Produktkategorie Sekt kommen sogar aus der gleichen Unternehmensgruppe: Die Ostdeutschen stoßen mit überwältigender Mehrheit am liebsten mit Rotkäppchen an (88 Prozent),



während die Westdeutschen das meiste Vertrauen Mumm schenken (20 Prozent).

DIRK-Stimmungsbarometer: Unternehmen beurteilen Lage positiv

Die Ergebnisse der im Februar 2005 durchgeführten Umfrage des DIRK Deutscher Investor Relations Kreis, Hamburg (zusammen mit der GfK Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg) zeigen ein positives Bild. Im Vergleich zu der Mitte 2004 durchgeführten Umfrage wird die Unternehmenslage von knapp 64 Prozent besser und nur von knapp sechs Prozent schlechter eingeschätzt. Die positive Einschätzung findet sich in den Unternehmen aller Indizes. MDAX Unternehmen liegen mit knapp 70 Prozent an der Spitze. Auch der Blick in die Zukunft ist optimistisch: 67,3 Prozent aller IR Profis erwarten in sechs Monaten eine Verbesserung der Unternehmenslage. SDAX Unternehmen sind mit über 92 Prozent sehr positiv während DAX-Unternehmen je zur Hälfte eine Verbesserung oder keine Veränderung in der Zukunft sehen.

[Die komplette ausführliche Pressemeldung des DIRK gibt es hier im Presseportal/ots.](#)

Personalien

Wache wird Managing Partner bei Klenk & Hoursch

Noch nicht einmal zwei Jahre am Markt und mit bereits zehn Mitarbeitern erfolgreich im Aufwind erweitert Klenk & Hoursch Public Relations in Frankfurt am Main zur Mitte des Jahres sein Führungsteam. Der Neue ist ein alter Bekannter – Uwe Wache (47), der sich mit Wirkung vom 1. Juli als dritter Managing Partner an der Agentur beteiligen wird, kommt aus demselben "Stall" wie die beiden Firmengründer: Burson-Marsteller. Dort haben die drei über viele Jahre erfolgreich zusammen gearbeitet und sich schätzen gelernt. Eine Verbindung, die nie abgerissen ist. Uwe Wache bringt rund 20 Jahre Führungserfahrung in das neue Team ein.

Nach geschäftsführenden Positionen bei Burson-Marsteller, Leipziger & Partner und Fleishman-Hillard war er zuletzt als Vorstandsmitglied bei Fink & Fuchs Public Relations tätig.

Personalien compact (5) (12.KW-05)

01: **Enrico Beltz** (29) leitet jetzt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Internetbörse AutoScout24. Er kommt von dot.communications.

02: **Kathrin Strauch** (29) macht ab 1. April den Job von Enrico Beltz bei der PR-Agentur dot.communications in München. Sie war zuvor bei der ortsansässigen Agentur Ketchum.

03: **Katja Koller** (23) arbeitet als Account Executive bei der PR-Agentur Maisberger Whiteoaks in München.

04: **Karin Trautbeck-Kim** (27) und **Christine Weihe** (29) als Beraterinnen sowie **Mario Münster** (25) als Volontär sind neu bei Johanssen + Kretschmer in Berlin.

05: **Christoph Bruckner**, GL-Mitglied von FCB Events & PR in Wien wurde am 17. März zum neuen Präsidenten des österreichischen PR-Berufsverbandes PRVA Public Relations Verband Austria gewählt.

- Anzeige -

Neue kostenlose Jobbörse

Tausende von IT- und Medienjobs im Online-Zugriff

Neue Herausforderungen als Pressesprecher bei einem Sportwagenhersteller gefällig? Das Journalistik-Studium gerade beendet und jetzt auf der Suche nach dem Einstiegsjob in Stuttgart? Lust darauf, die PR-Szene aus der Agenturperspektive kennen zu lernen? Dann lohnt eine Blick in die kostenlose Jobbörse auf doIT-online.de. doIT, die IT- und Medienoffensive Baden-Württemberg, bietet hier eine umfangreiche und attraktive Auswahl an verfügbaren IT- und Medienjobs in Baden-Württemberg.

Etats

Abbott vergibt zwei PR-Etats an Weber Shandwick

Das Weber Shandwick Healthcare Team in Frankfurt am Main unter der Leitung von Torsten Rothärmel hat zwei PR-Etats von Abbott Deutschland, Wiesbaden-Delkenheim und Ludwigshafen gewonnen. Im Fokus der Kommunikationsarbeit von Abbotts HIV-Medikament Kaletra® stehen die Fachpresse sowie Community-Medien. Das von der Agentur Ende Januar im Pitch präsentierte Konzept um den Kommunikationsetat zu Humira® überzeugte ebenfalls. Seitdem verantwortet das Frankfurter Team auch die vielseitige Pressearbeit zu dem Rheumamedikament.

Etats compact (10) (12.KW-05)

01: StarParks Gruppe, Bottrop (Movie Park Germany)
 an: **CP/Compartner**, Essen

02: Pelikan, Hannover + Supersail Deutschland, Hamburg + Nici-Handyspiel, ???
 an: **PR 13 Agentur für Public Relations**, Hamburg

03: DTM Deutsche Tourenwagen Masters (ITR), ???
 an: **Lauth Communications**, Hamburg

04: Colgate-Palmolive, Hamburg (Consumer Oral Care Sparte)
 an: **ten °east pr media events**, Hamburg

05: Sphairon (Telekom), Bautzen + Concord Camera (Jenoptik), Jena + Madge (Wireless Security), Dornach
 an: **Schwartz Public Relations**, München

06: Frisch & Frost Tiefkühlkost, ???/Österreich
 an: **Borchert & Schrader**, Köln

07: Hamburg Blue Devils (American Football), Hamburg
 an: **Eyecansee**, Hamburg

08: Hansa Metallwerke, Stuttgart + KWA, Unterkulm/Schweiz
 an: **RA&P**, Stuttgart

09: Actelion Biotech, Freiburg/Br. (Tracleer)
 an: **CGC Cramer Gesundheits-Consulting**, Eschborn

10: TNCS Gesellschaft für Informations-Management, Mainz
 an: **joern duchstein & partner kommunikationsagentur**, Mainz

- Anzeige -

Geschenk-Lose der Aktion Mensch "Da hätte ich auch früher drauf kommen können ...", werden Sie gleich sagen. **Denn Lose der Aktion Mensch sind ein ideales Marketing-Instrument.** Zur Kundengewinnung. Zur Kundenbindung. Als Prämie, Preis oder Incentive. Beste Gewinn-Chancen verbinden sich dabei mit vielfältigem sozialen Engagement: Mehr dazu unter www.aktion-mensch.de/lotterie.

Branche

GWA-Frühjahrsmonitor 2005: "Wir wären gern optimistischer."

Der GWA Gesamtverband Kommunikationsagenturen hat am 14. März seinen Frühjahrsmonitor veröffentlicht. In Stichworten: Agenturbranche mit leicht verbesserten Geschäftsergebnissen. Positive Spending-Signale aus Banken, Pharma und Handel. 2004: Leichte Verbesserung in der Agenturbranche. Keine einheitliche Entwicklung. Auch Rendite-Entwicklung gespalten. Agenturen wollen in Personal investieren. **Entwicklung des Werbemarktes 2005 unsicher.**

[Die komplette Pressemeldung gibt es hier.](#)

Promis in der Werbung: Beckenbauer vorn. **Geizwerbung contra Revitalisierung der Marke.** Preise und Awards: GWA Initiative

angekündigt.

Die komplette Pressemeldung zu dieser [Spezialauswertung des Frühjahrsmonitors gibt es hier](#).

Branche compact (3) (12.KW-05)

01: Der Kommunikationsverband, seine Partner, Förderer und die Klappe-Jury laden die Kommunikationsbranche zur **Preisverleihung der KLAPPE 26** ein. Die Nominierten und die Gewinner des großen deutschsprachigen TV-Spot- und Werbefilm-Wettbewerbes werden am Freitag, den 1. April 2005 in der Vulkanhalle in Köln gefeiert. Anmeldungen per E-Mail: klappe-fest@awardsunlimited.de.

02: Über 500 PR-Studenten aus 17 europäischen Ländern haben sich zu PRIME (the **European Association of PR & Communications Students**) zusammengeschlossen. Als Nachfolgeorganisation der CERP Students ist PRIME damit die mit Abstand größte PR-Nachwuchsvereinigung Europas. Weitere Informationen sind auch auf der Website unter www.prime-europe.org zu finden.

03: Fast 70 Reisejournalisten haben die Frankfurter Agentur **C&C Contact & Creation zur besten PR-Agentur in der Touristik- und Airline-Branche** gewählt. Die unabhängige Jury von Reisedeputierten deutscher Tageszeitungen und Fachzeitschriften sowie Mitgliedern der VDRJ Vereinigung deutscher Reisejournalisten bewerteten die Qualität in vier Kategorien: "Pressemailings", "Organisation von Pressekonferenzen und Pressereisen", "Beantwortung von Journalisten-Anfragen" und "Kreativität von Themen und Aktionen".

Medien

Wächter-Preise für kritischen Journalismus

Der "Wächterpreis der Tagespresse" geht in diesem Jahr an Mitarbeiter der Welt, der Berliner Zeitung und der Main-Post. Den mit 12.000 Euro dotierten ersten Preis erhält der Welt-Reporter Frank Seidlitz für seine Serie über die beabsichtigte Zerschlagung des Baustoff-Konzerns Readymix durch Marktkonkurrenten, wie die Stiftung "Freiheit der Presse" am 16. März in Bad Vilbel mitteilte. Den zweiten Preis (8.000 Euro) bekommt Jens Weinreich, Redakteur der Berliner Zeitung, für seine Beitragsfolge über finanzielle Unregelmäßigkeiten bei der missglückten Leipziger Olympia-Bewerbung. Der dritte Preis (6.000 Euro) geht an Thomas Fritz und Rainer Stumpf von der Würzburger Main-Post. Sie hatten mit ihren Berichten die Versuche eines Bürgermeisters vereitelt, das Informationsrecht der Presse auszuhöhlen.

Medien compact (3) (12.KW-05)

01: Das Statistische Bundesamt, Wiesbaden teilt mit, dass **Deutschland mit der Internetnutzung über dem europäischen Durchschnitt** liegt. 95 Prozent der Unternehmen ab 10 Beschäftigten in Deutschland hatten im ersten Quartal 2004 einen Internetzugang, und 50 Prozent der 16- bis 74-jährigen Bevölkerung gingen regelmäßig, d.h. mindestens einmal pro Woche, online. Damit lag Deutschland über dem Durchschnitt der Europäischen Union mit 90 Prozent bzw. 47 Prozent, aber immer noch unter den Onliner-Anteilen in skandinavischen Ländern (z.B. Schweden: 96 Prozent bei Unternehmen bzw. 75 Prozent bei der Bevölkerung). Detailliertere Ergebnisse der IKT-Erhebungen enthält die Pressebroschüre "Informationstechnologie in Unternehmen und Haushalten 2004", die zusammen mit umfangreichen Tabellen kostenlos im Internetangebot des Statistischen Bundesamtes herunter geladen werden kann (www.destatis.de/informationsgesellschaft).

02: Mit dem Ziel der Bündelung von Know-how und Ressourcen bei der Vermittlung eines modernen Deutschlandbildes haben **Deutsche Welle**, Bonn, **Alexander-Humboldt-Stiftung**,

Berlin und **Goethe-Institute**, München beschlossen, ihre **Zusammenarbeit** zu verstärken.

03: Die **Deutsche Welle (DW)** will in den kommenden vier Jahren **Schwerpunkte** beim Dialog mit der islamisch-arabischen Welt, bei der Präsenz in Asien und der Zusammenarbeit in der erweiterten Europäischen Union setzen. In diesen Bereichen wolle der deutsche Auslandsrundfunk seine Aktivitäten verstärken, sagte DW-Intendant Erik Bettermann am 17. März in Bonn. Erhalten und nach Möglichkeit ausgeweitet werden sollen die spanischsprachigen Fernsehsendungen für Südamerika.

Services + Tipps

Servive compact (3) (12.KW-05)

01: Einen neuen **Newsletter** mit gutem Service und vielen praktischen Tipps zur Medienarbeit hat **Freudl & Friends** Agentur für Öffentlichkeitsarbeit und Events in Karlsruhe gestartet. Kontakt: www.freudl-friends.de.

02: **Pressemappen im Internet - jederzeit abrufbar**. Diesen Service bietet das Pressemappenarchiv. 14.000 deutsche Journalisten und 6.000 aus dem benachbarten Ausland haben sich bereits (für Internet-Recherchemöglichkeiten) eingetragen. Kontakt: www.pressemappenarchiv.de.

03: Im vergangenen Jahr erreichten den **Deutschen Werberat**, der im Auftrag des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) tätig ist, 929 Proteste. Diese bezogen sich auf 254 Werbemaßnahmen. Das ist erheblich mehr als 2003: da führten 255 Kampagnen zu 606 Eingaben. 50 Mal gab der Werberat den Petenten recht und beanstandete die Werbung als moralisch fragwürdig: Erneut lag die Diskriminierung von Frauen (21) an erster Stelle, Verstöße gegen die Richtlinien zur Alkoholwerbung (in fünf Fällen),

Gewaltverherrlichung (in vier Fällen) und Gefährdung von Kindern (in drei Fällen) führten ebenfalls zu Ablehnung. 86 Prozent der Unternehmen zogen die kritisierten Motive zurück. Sieben Mal kam es zu einer öffentlichen Rüge.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

2. Careers Day Public Relations in Münster: am 17. Juni

So attraktiv das aufstrebende Berufsfeld Public Relations für junge Leute ist, so vielfältig und undurchsichtig sind die Aus- und Weiterbildungswege in die PR, die Einstiegsmöglichkeiten und Arbeitsgebiete. Der **bundesweite "Careers Day Public Relations"** bietet Studierenden, Absolventen und Young Professionals, die in der PR-Branche Fuß fassen oder sich beruflich weiterentwickeln möchten, Information, Orientierung und ein Kontaktforum. Die einzigartige Karriereveranstaltung speziell für die PR-Branche feierte im vergangenen Jahr mit mehr als 300 Teilnehmern eine gelungene Premiere. **Am 17. Juni im Schloss Münster geht sie in ihre zweite Runde.** Der ganztägige Event verbindet eine Fachmesse mit einem PR-Kongress. Er wird von den Mitarbeitern der PR-Stiftungsprofessur am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität unter der Leitung von PR-Professorin Ulrike Röttger organisiert.

Im Messebereich im Schlossfoyer stellen sich PR-Agenturen, -Weiterbildungsanbieter und -Dienstleister den Besuchern vor. Sie informieren an ihren Messeständen sowie in separaten Präsentationen über ihre Programme und Angebote, Einstiegs- und Karrieremöglichkeiten. Im Rahmen des PR-Kongresses stehen zehn Themen-Panels und eine international besetzte Podiumsdiskussion zum Thema "Internationale Perspektiven in der PR-Ausbildung" auf dem Programm. Die Panels befassen sich mit aktuellen Arbeitsfeldern, Tätigkeitsbereichen und

Branchen für PR-Praktiker – zum Beispiel mit Krisen-PR, politischer Kommunikation oder PR für IT und Telekommunikation. Wie im Vorjahr werden in den Panels wieder zahlreiche renommierte Experten – darunter Agenturchefs, Pressesprecher und PR-Wissenschaftler – ihre Erfahrung an die Nachwuchskräfte weitergeben.

Die Angebote der Fachmesse stehen den Besuchern von 9:00 bis 18:00 Uhr kostenlos zur Verfügung. Eintrittskarten für den PR-Kongress sind ab 25 Euro (Studierende) erhältlich. Sie können im Internet unter <http://careersday.uni-muenster.de> bestellt werden und gelten für alle Themen-Panels und die Podiumsdiskussion.

PR- Schreibtraining der DAPR

Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) veranstaltet ein Schreibtraining als Wochenendworkshop. Angesprochen sind Mitarbeiter von Kommunikations- und Personalabteilungen aus Unternehmungen, Verbänden, Vereinen, Mitarbeiter aus Werbe- und PR-Agenturen und PR-Auszubildende. Der Workshop findet am 9. und 10. April in Frankfurt am Main statt. Dozent ist Norbert Lambert, der als Texter, Ghostwriter und Redenschreiber arbeitet. Lambert ist Träger verschiedener Literaturpreise.
Weitere Informationen und Anmeldung
www.dapr.de.

Seminare compact (7) (12.KW-05)

01: Die **Sommerakademie des DIPA** Deutsches Institut für Public Affairs, Potsdam/Berlin wird vom 2. bis 6. August in Potsdam und Berlin stattfinden, Schwerpunkt: Corporate Social Responsibility, Umwelt und Nachhaltigkeit im Public Affairs Management. Zum Programm gehören u.a. eine CSR-Computersimulation und eine 24-Stunden-Case Challenge mit einer realistischen Fallstudie, die die Teams im Wettbewerb bearbeiten und am nächsten Morgen vor einer Expertenjury präsentieren

müssen. *Ab Freitag, 18. März stehen Programm, Teilnahmebedingungen und weitere Informationen unter*
www.dipa-potsdam.org/weiterbildung/sommerakademie2005 im Netz.

02: Der ARD-Sprecher Peter C. Engel, Baden-Baden bietet am 10. + 11. Mai sowie 14. + 15. Juni das **Trainingsseminar "Eigenkapital Stimme & Sprache"** an. Kontakt: www.peter-engel.com/seminare.

03: Das nächste PR-Basis-Intensiv-Seminar **"PR für Sekretariat und Assistenz"** der AFK Akademie Führung und Kommunikation", Oberursel findet vom 25. bis 29. April in Boppard statt. Kontakt: susanne.czernick@afk-online.com.

04: Der Deutsche Event-Fachkongress **"Event.Komm 05"** findet am 7. + 8. April in Bremen statt. Kontakt: www.ebent-komm05.de.

05: Der **Jubiläumskongress** anlässlich 50 Jahre **BVM** Bundesverband Deutscher Markt- und Sozialforscher findet am 2. + 3. Juni in Berlin statt. Kontakt: www.bvm.org.

06: **Mit visueller Kommunikation ins Blatt** - wie, das erfährt man in drei **media workshops** der dpa-Tochter **news aktuell**. "Professioneller Bildeinsatz in der PR – Strategie, Dokumentation, Archivierung" am 12. und 13. April in Berlin. "Adobe Photoshop – Bildbearbeitung für Pressestellen" am 18. April in Hamburg. "Digitale Fotografie für Pressestellen – Professionelle Bilder leicht gemacht" am 9. und 10. Mai in Hamburg. Kontakt: Nicole Happ über www.mediaworkshop.newsaktuell.de.

07: Weblogs werden immer mehr zum Thema für Kommunikationsschaffende. directnews veranstaltet am 22. April in Köln und am 11. Mai in Frankfurt am Main das **Seminar "Weblogs - Gefahr für die Firma oder neues PR-Instrument?"**. Referent ist Google-PR-Chef Stefan Keuchel. Kontakt: fuchs@directnews.de.

**MedienTenor
BranchenMax**

Medien-Ranking 4. Quartal 2004: Krise vorüber?



Es ist noch nicht lange her, da dominierte der Eindruck, dass die deutschen Medienunternehmen kollektiv vor dem Aus stehen würden.

Umstrukturierungsmaßnahmen waren die Folge von

jahrzehntelangem Wachstum ohne die üblichen Dellen, die in anderen Branchen zu beobachten waren. Der Blick in die Berichterstattung 4.Quartal 2004 über Verlage, TV-Sender, Inhalte- sowie Infrastruktur-Anbieter zeigt noch vor der eigentlichen Berichtssaison zu den Zahlen für das Gesamtjahr 2004, dass die Branche wieder Oberwasser hat. Von den Top-10 Unternehmen mit der meisten Aufmerksamkeit, haben nur EM-TV, Walt Disney sowie die Rest-Kirchgruppe kommunikativ das letzte Quartal im kommunikativen Minus beendet. Vorneweg marschieren jedoch Axel Springer und ProSiebenSat.1 mit positiven Botschaften, die sie vom Volumen her auch knapp an die Wahrnehmungsschwelle gebracht haben.

Andere wie Burda oder Yahoo, die ebenfalls mit positiven Botschaften im letzten Quartal 2004 glänzten, gelang es nicht, diese Akzente stark genug zu setzen, dass in den diversen Zielmedien zumindest über die Medien die vielfältigen Nachrichten verstanden worden wären. Das ist insbesondere für Burda nicht ganz unproblematisch, da mit der Übernahme der Milchstraße das Jahr 2005 kommunikativ davon abhängen wird, wessen Version am Ende geglaubt wird: die aus München oder doch die aus Hamburg. FAZ als auch Weltbild treten positiv ins Bewusstsein des Publikums der 33 deutschen Meinungsführermedien – insbesondere für Weltbild wichtig, um die Buchpartnerschaft mit BILD rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft deutlich zu verkünden. Ähnlich gut hatte Premiere die Phase vor dem Schlusspurt zum Börsengang

gemeistert. Kabel Deutschland dagegen blieb sowohl vom Volumen als auch in der Bewertung im Beliebigem.

Die vollständige Medien Tenor Quartals-Studie (35 Seiten: Einzel-Themen, Medien/Branchenvergleich etc.) für jede einzelne Bank kann für 2.900 Euro zzgl. MwSt. hier über "neues PR-Portal" bestellt werden. Lieferung spätestens fünf Tage nach Bezahlung der Rechnung. Beispiel Präsentation unter www.medientenor.de/MedienAnalyse.pdf.

Schaubild 1

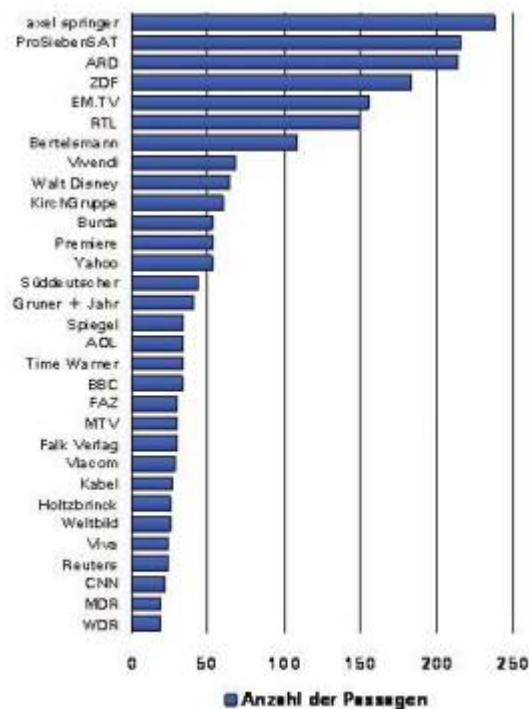
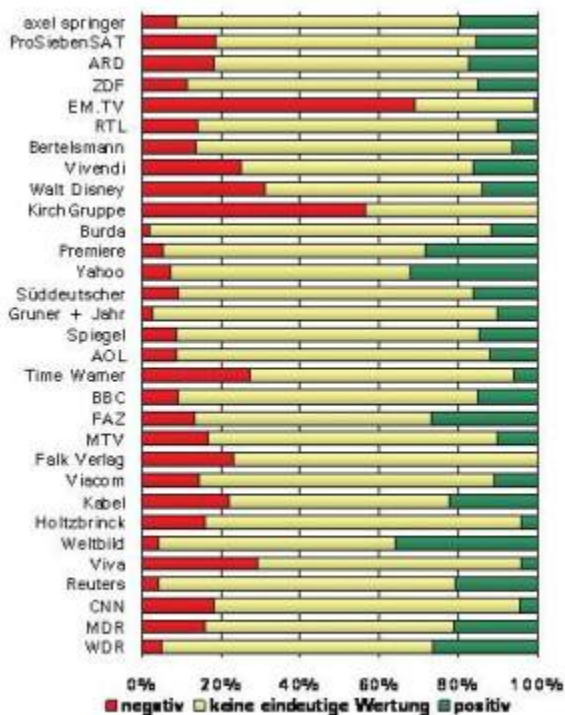


Schaubild 2



Basis: 5.578 Passagen (mind. 5 Zeilen/Sekunden) über Handels-Unternehmen in 33 deutschen Meinungsführermedien

Medienset:

Tageszeitungen:

Bild, Die Welt, F.A.Z. Frankfurter Allgemeine, Frankfurter Rundschau, Süddeutsche Zeitung.

Wochenmedien:

Bild am Sonntag, Der Spiegel, Die Zeit, Focus, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Rheinischer Merkur, Stern, Super Illu, Welt am Sonntag.

TV-Nachrichten:

ARD Tagesschau, ARD Tagesthemen, ProSieben News, RTL Aktuell, Sat.1 News, ZDF heute, ZDF heute journal.

TV-Magazine:

Berlin direkt (ZDF), DW Journal dt., DW Journal engl., FAKT (MDR), Frontal 21 (ZDF), Kontraste (RBB), , Monitor (WDR), Panorama (NDR), Plusminus (ARD), Report (BR), Report (SWR), WISO (ZDF).

Copyright für Auswertung, Text und Schaubilder:

Medien Tenor Institut für Medienanalysen GmbH
 D-53113 Bonn, Kurt-Schumacher-Str. 2
 Telefon: +49 - (0)228 - 93 444 - 0
 Telefax: +49 - (0)228 - 93 444 - 93
 E-Mail: info@innovatio.de
 URL: www.medien-tenor.net/index1.html

Maschinenbau-Ranking 4. Quartal 2004: Traditionsbranche nicht länger im Focus der Medien



Wer seit Wochen die Branchen-Rankings verfolgt, bekommt ein Gefühl für die Interessen der Medien: während Unternehmen wie Siemens im vierten Quartal 2004

gesamt 800 Beiträge erzielten, die Deutsche Bank aber im gleichen Zeitraum mit dem gleichen Panel von 33 deutschen Meinungsführermedien 400 Berichte auf sich vereinigen kann, erhält einen klaren Eindruck, warum die deutsche Traditionsbranche, der Maschinenbau nicht länger schafft, mit eigenen Themen auf sich aufmerksam zu machen. Keine 200 Berichte sind im gleichen Zeitraum über MG Technologies erschienen, der zweitplatzierte MAN-Konzern kommt knapp über die 100er Marke und ThyssenKrupp kommt im Verlauf von drei Monaten bei 33 Medien noch nicht einmal auf einen Beitrag pro Monat.

Wer zur gleichen Zeit das mangelnde Bewusstsein in Deutschland für die Traditionsunternehmen beklagt, wer sich über die geringe Bereitschaft der Politik beklagt, sich für die Anliegen des Herzens der deutschen Wirtschaft einzusetzen, der muß sich fragen lassen, welchen Beitrag diese Industrie selber geleistet hat, um die notwendigen Themen über die Wahrnehmungsschwelle dringen zu lassen. ThyssenKrupp hat im vergangenen Sommer mit ihren Sonderveranstaltungen gezeigt, wie es gelingen kann, im Kommunikationsmix von Ereignis, Themenmanagement und besonderen Interesse an Redaktionsschwerpunkten Akzente zu setzen. Die Daten aus dem letzten Quartal 2004 zeigen, dass mehr Kontinuität nicht schaden kann.

Die vollständige Medien Tenor Quartals-Studie (35 Seiten: Einzel-Themen, Medien/Branchenvergleich etc.) für jede einzelne Bank kann für 2.900 Euro zzgl. MwSt. hier über ["neues PR-Portal"](http://neues-PR-Portal) bestellt werden. Lieferung spätestens fünf Tage nach Bezahlung der Rechnung. Beispiel

Präsentation unter
www.medientenor.de/MedienAnalyse.pdf.

Schaubild 1

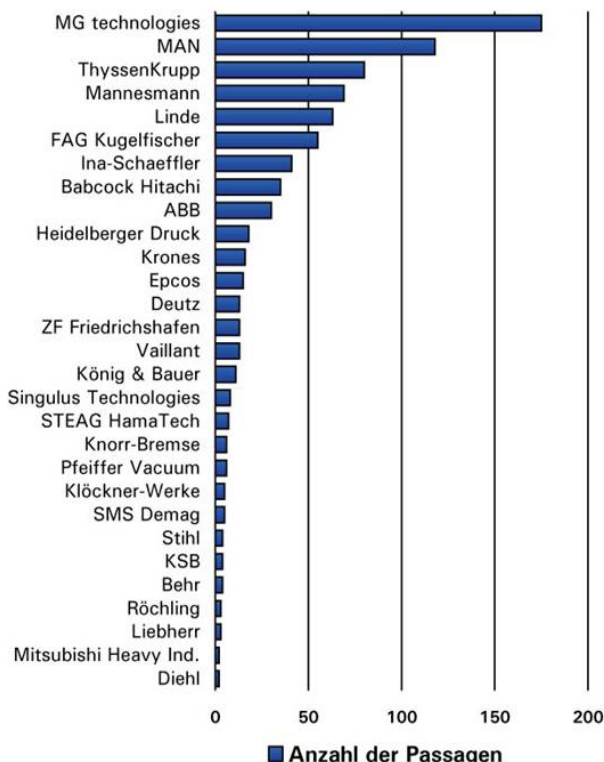
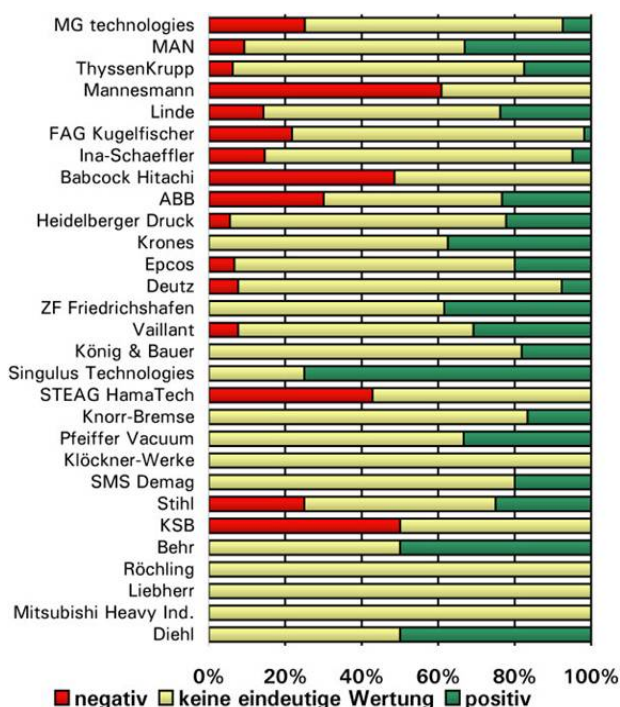


Schaubild 2



Basis: 1.432 Passagen (mind. 5 Zeilen/Sekunden) über Handels-Unternehmen in 33 deutschen Meinungsführermedien

Medienset:

Tageszeitungen:

Bild, Die Welt, F.A.Z. Frankfurter Allgemeine, Frankfurter Rundschau, Süddeutsche Zeitung.

Wochenmedien:

Bild am Sonntag, Der Spiegel, Die Zeit, Focus, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Rheinischer Merkur, Stern, Super Illu, Welt am Sonntag.

TV-Nachrichten:

ARD Tagesschau, ARD Tagesthemen, ProSieben News, RTL Aktuell, Sat.1 News, ZDF heute, ZDF heute journal.

TV-Magazine:

Berlin direkt (ZDF), DW Journal dt., DW Journal engl., FAKT (MDR), Frontal 21 (ZDF), Kontraste (RBB), Monitor (WDR), Panorama (NDR), Plusminus (ARD), Report (BR), Report (SWR), WISO (ZDF).

Copyright für Auswertung, Text und Schaubilder:

Medien Tenor Institut für Medienanalysen GmbH

D-53113 Bonn, Kurt-Schumacher-Str. 2

Telefon: +49 - (0)228 - 93 444 - 0

Telefax: +49 - (0)228 - 93 444 - 93

E-Mail: info@innovatio.de

URL: www.medien-tenor.net/index1.html


Kommentare

Kontrolle ist gut - Vertrauen ist besser. Nachlese zum 1. Süddeutschen Kommunikationsforum

Am 3. März fand in Stuttgart das erste Süddeutsche Kommunikationsforum statt. Veranstalter waren die WortFreunde Kommunikation und die Hochschule der Medien Stuttgart. Noch mehr als die hochkarätigen Referenten und Diskutanten – sie hätten mühelos für ein Drei-Tage-Forum gereicht – zog das Thema die mehr als 200 Teilnehmer an: "Vertrauen ist die Währung der Medienbranche". Und so mancher mag

gedacht haben: Vertrauen? Lasst mir das meine. Gebt mir das eure. Professor Dr. Christoph Fasel, Gründer der WortFreunde und Initiator der Veranstaltung, ging bereits in einem Vorabinterview auf die dann auch erreichte Zielsetzung ein: "Wir haben in Deutschland eine Vertrauenskrise. Sie gilt für alle, die in der Öffentlichkeit stehen: Politiker, Manager und die Medienmacher selbst. Unternehmer gelten als Jobvernichter, die sich am besten auf die eigene Absicherung verstehen. Politikern werden keine großen und langfristigen Ziele mehr zugetraut. Und beim Vertrauensindex 2004 der GFK erhielten Journalisten gerade mal 36 von 100 Punkten.....Wir wollen konkrete Impulse für die tägliche Kommunikationsarbeit in der Praxis geben."

Das ist den Veranstaltern eindrucksvoll gelungen und setzt sie damit für das kommende zweite Forum unter erhöhten Erfolgszwang. Dieses Treffen soll über das Thema Werte stattfinden und kann bei der Abhandlung dieses sehr diffusen Begriffes zu einer erneuten Visitenkarte für den Medienstandort Stuttgart werden.

 [Neues PR-Portal stellt die Stuttgarter Thesen – Plädoyer für eine neue Kommunikationsstruktur – als Dokumentation vor. \(65.20 KB\)](#)

Als geistiges Kraftfutter wurde den Teilnehmern in einer Tüte eine ganze Reihe von Zitaten gereicht, von denen der Verfasser dem geneigten Leser nur einige wenige wiedergeben möchte, die ihm besonders gefallen haben:

"In der Liebe gibt es drei Dimensionen: Die Tiefe, die Dauer und Vertrauen."
 (André Maurois)

"Das Vertrauen in sich ersetzt nicht die Kompetenz."
 (Olivier Lockert)

"Wenn man einem Menschen trauen kann, erübrigt sich ein Vertrag. Wenn man ihm nicht trauen kann, ist ein Vertrag nutzlos."
 (Paul Getty)

"Es ist beschämender, seinen Freunden zu misstrauen, als von ihnen getäuscht zu werden."
 (Francois Duc de la Rochefoucauld)

"Zuviel Vertrauen ist häufig eine Dummheit, zuviel Misstrauen ist immer eine Dummheit."
 (Johann Nepomuk Nestroy)

"Vertrauen ist der Anfang von allem."
 (Werbeprosch)

"Zwei Dinge verleihen der Seele am meisten Kraft: Vertrauen auf die Wahrheit und Vertrauen auf sich selbst."
 (Seneca)

*Wolfgang Reineke, Heidelberg
 17. März 2005*

Kerlikowskys Kommentar über... Arbeitslosigkeit und sinnlose Reformen



Guten Tag! In Berlin gab es offiziell im Februar 330.000 Arbeitslose. Dazu müsste man 9.700 ABM-Kräfte rechnen, 800 in Strukturanpassungsmaßnahmen, 7.400 in Ein-Euro-Jobs, 6.100 Empfänger von Überbrückungsgeld und 20.000 Ich-AG-Gründer, die sich zumeist bei ihrer Selbständigkeit nach einem Job umschauchen. Insgesamt sind also 374.000 Arbeitslose auf der Suche nach einer Festanstellung. Aber es sind nur 9.000 offene Stellen gemeldet. Wie viel die 3.500 Mitarbeiter der Berliner Arbeitsagenturen in letzter Zeit vermittelt haben, ist nicht genau festzustellen, wird auf Anfrage gesagt.

Die drei Berliner Arbeitsagenturen sind ohnehin nicht für alle Arbeitslosen zuständig, sondern nur für 40 Prozent von ihnen. Die anderen 60 Prozent werden nach Hartz IV von 12 Jobcentern betreut.

Dafür werden einige hundert Mitarbeiter von den Arbeitsagenturen abgestellt, der Großteil wechselt aus den Sozialämtern in die Center. Zusätzlich Personal kommt aus der Stellenreserve des Senats, das heißt, die eigentlich überflüssigen und beschäftigungslosen Senatsangestellten, die

trotz Untätigkeit ihr volles Gehalt erhalten und weiter aufsteigen, werden zum Teil eingesetzt. Und es wird zusätzliche Einstellungen geben, um auf 3.800 Mitarbeiter zu kommen.

Die Berliner Verhältnisse untermauern unsere des öfteren formulierte Meinung: die so genannten Reformen der Bundesregierung als einen Schritt in die richtige Richtung zu bezeichnen, ist mehr als gewagt. Sie sind ein Schritt, um die Ausgaben gegenüber den Arbeitslosen zu senken, schaffen aber keine Jobs in der Wirtschaft, sondern nur in der Bürokratie. Wenn es keine Arbeitsplätze gibt, kann man auch mit erhöhten Vermittlungsbemühungen und Druck auf die Arbeitslosen, sich selbst um Arbeit zu bemühen, nur ganz geringe Erfolge erringen.

Dass man von sinnlosen Reformen ablässt und dafür die unsinnigen und Einstellungen verhindernden Gesetze und Verordnungen ändert, das wünscht uns allen

Ihr Dr. Horst Kerlikowsky
 Berlin, den 13. März 2005

Mit freundlicher Genehmigung übernommen aus (Copyright: Dr. Horst Kerlikowsky):

Media Selection - ein Dienst von ETAGE Chef-Information. Weitere Infos und Abo-Bestellung bei Dr. Horst Kerlikowsky; Telefon: (030) 3 27 53 67 oder (089) 34 40 12; E-Mail: MediaSelection@t-online.de.

P.S. Sie finden in der neuen ETAGE MediaSelection-Ausgabe unter anderem folgende Themen:

Währungen: Der Euro hat beachtlich an Wert gegenüber den Währungen der neuen EU-Mitgliedsländer verloren

Bürokratie: Je mehr Mitarbeiter, je mehr Vorschriften bei der Beschäftigung von Arbeitnehmern

Steuern und Abgaben: Mit immer neuen Tricks versucht der Finanzminister Eichel das Loch im Staatssäckel nicht noch größer werden zu lassen

Insolvenzrecht: Der Staat versucht das Gesetz zu Gunsten des Fiskus und der Sozialkassen zu ändern


China: Ausländische Unternehmen müssen mit Steuererhöhungen von jetzt 13 auf 25 Prozent rechnen

Immobilien: In vielen Ländern sind die Preise für Häuser extrem gestiegen, doch in den wachstumsschwachen Ländern Deutschland und Japan fallen sie

Themen der Zeit

IR-Kompass 2004: Wo bitte bleibt die Strategie?

Jeder will eine, jeder hat in der Regel auch eine: gemeint ist die Unternehmensstrategie. Die Crux: Kaum ein börsennotiertes Unternehmen kommuniziert sie den Akteuren am Kapitalmarkt. Das ist eines der zentralen Ergebnisse des "IR-Kompass 2004". 33 Unternehmen aus DAX, MDAX, SDAX und CDAX standen auf dem Prüfstand. Durchgängiges Manko über alle Segmente: Die Aussagen zur Unternehmensstrategie spielen weder in Geschäftsberichten (Index 59,3 Prozent) noch auf IR-Websites (55,1 Prozent) und schon gar nicht in IR-Newslettern (16,9 Prozent) eine Rolle, obwohl sie als unverzichtbarer Bestandteil jeder Investitionsentscheidung gelten.


Den vollständigen Beitrag von Carsten Stern und Michael Bürkner von der Agentur ComMenDo, München  finden Sie hier als PDF-Download. (18.93 KB).

Der "IR-Kompass 2004" kann gegen eine Schutzgebühr in Höhe von 50 Euro bei der ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation GmbH, Hofer Str. 1 in 81737 München bezogen werden.

Digitale Medienbeobachtung von TV und Hörfunk

Nachdenken über eine Modernisierung der TV- und Hörfunkbeobachtung, die bislang auf analogen Datenträgern erfolgte. Insgesamt ist es schon erstaunlich, dass TV und Hörfunk trotz ihrer beträchtlichen Reichweitenwirkung in der von Print- und Onlinemedien beherrschten

Medienbeobachtungspraxis nur eine untergeordnete Rolle spielen. Klassische Dienstleistungsangebote fokussieren auf die Lieferung von Abschriften der Sendebeiträge oder auf die bloße Übermittlung von Nachweislisten. Doch durch die Möglichkeiten der neuen Medienwelt, durch Intranets, Streaming-Technologien und die Verfügbarkeit von DVD-Abspielgeräten in Unternehmen, ist die Bereitstellung multimedialer Informationen zu einem exzellenten Mittel der internen Kommunikation geworden. Auch die Dienstleister stellen sich mit Angeboten zur digitalen Übermittlung von Video- und Audioinhalten auf die veränderte Lage ein. So wird activemeta.net in Kooperation mit uknow die Einführung eines solchen Services ab dem zweiten Quartal 2005 anbieten.

 [Der komplette uknow-Beitrag hier als Download. \(51.36 KB\)](#)

Vermischtes

Murphys Law (10.KW-05)

Sind es nur zwei Fernsehshows, die es sich lohnt anzuschauen, werden beide zur selben Zeit gesendet.

Sprüche (10.KW-05)

"Die Welt ist in zwei Klassen geteilt: in die, die das Unglaubliche glauben, und in die, die das Unwahrscheinliche tun."

Oscar Wilde, englischer Schriftsteller, 1874 - 1900 (u.a.: "The Picture of Dorian Gray" + "The Importance of Being Earnest")

Humor (10.KW-05)

Kommt ein schwer leidender Patient zu Arzt und jammert:

"Herr Doktor, können Sie mir helfen?"

Sagt der Mediziner:

"Ich verschreibe Ihnen erst mal ein paar Moorbäder."

Der Patient ungläubig:

"Und die helfen?"

Sagt der Arzt:

"Ich glaube nicht - aber Sie gewöhnen sich schon mal an die feuchte Erde!"

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die Gesuche für Volontariat/ Trainee/ Praktikum finden Sie hier:

www.neues-prportal.de/Jobgesuche/Volontariat-Trainee-Praktikum/

Die weiteren Gesuche der Bereiche Agenturen, Behörden, Medien, Unternehmen, Verbände:

[Event Manager will im Healthcare Bereich mitarbeiten](#)

Datum: Freitag, 18 März 2005

[Freie kreative Kommunikatorin findet spannende Herausforderung...](#)

Datum: Donnerstag, 17 März 2005

[PR-Erfahrene Akademikerin sucht neue Herausforderung im Bereich PR/Öffentlichkeitsarbeit/Marketing](#)

Datum: Montag, 14 März 2005

[Freie Journalistin übernimmt Textarbeiten](#)

Datum: Donnerstag, 10 März 2005

[Kommunikationsberatung - fest oder frei in Agentur gesucht](#)

Datum: Mittwoch, 09 März 2005

[Juniorin mit Biss und abgeschlossenem
Volontariat sucht Herausforderung](#)

Datum: Montag, 07 März 2005

[Freie Mitarbeit bei PR-Agentur im Raum
Düsseldorf-Dortmund gesucht](#)

Datum: Montag, 07 März 2005

[Studentin Medienwirtschaft sucht Nebenjob](#)

Datum: Montag, 07 März 2005

[Freie Journalistin/Texterin hat noch freie
Kapazitäten](#)

Datum: Montag, 14 März 2005

[Freie Journalistin, Buchautorin übernimmt
Textarbeiten](#)

Datum: Donnerstag, 10 März 2005

[Freier Journalist sucht Aufträge, auch im PR-
Bereich](#)

Datum: Montag, 07 März 2005

[PR-Referentin sucht Aufgabe in Unternehmen](#)

Datum: Donnerstag, 17 März 2005

[PR-Redakteurin sucht neue Aufgabe in
Norddeutschland](#)

Datum: Mittwoch, 09 März 2005

[Kommunikationsberatung - fest oder frei in
Unternehmen gesucht](#)

Datum: Mittwoch, 09 März 2005

[PR-Journalistin sucht neue Herausforderung](#)

Datum: Montag, 07 März 2005

[Pressesprecherin sucht neue Herausforderung](#)

Datum: Donnerstag, 03 März 2005

[Kommunikationsberatung - fest oder frei in
Verband gesucht](#)

Datum: Mittwoch, 09 März 2005

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

www.neues-prportal.de/Jobangebote/Volontariat-Trainee-Praktikum/

In Agenturen

[PR-Berater Medienkontakt für Agentur in Karlsruhe](#)

Datum: Freitag, 18 März 2005

[Programmierer/in für Kommunikationslösungen mit
diditalen Medien](#)

Datum: Freitag, 18 März 2005

[PR-Texter/ Consultant für Agentur in Köln](#)

Datum: Donnerstag, 17 März 2005

[Hochschulabsolvent m/w oder Junior-Texter m/w in
Bonn gesucht](#)

Datum: Montag, 14 März 2005

[Konzepter/Texter, Schwerpunkt Online in Berlin](#)

Datum: Montag, 14 März 2005

[PR-Berater/in für Agentur im Gesundheitswesen](#)

Datum: Freitag, 11 März 2005

[Junior-Berater/in für PR-Agentur im
Gesundheitswesen](#)

Datum: Freitag, 11 März 2005

[PR-Profi für Agentur in Hamburg gesucht](#)

Datum: Donnerstag, 10 März 2005

[Senior-Berater/innen für Hamburger Agentur](#)

Datum: Donnerstag, 10 März 2005

[Sportbegeisterter PR-Profi bei wbpr München
\(Einsatzort Spanien\) gesucht](#)

Datum: Donnerstag, 10 März 2005

[Junior-PR-Berater/in bei wbpr München](#)

Datum: Donnerstag, 10 März 2005

[Juniorberater\(in\) mit Fokus auf Finanzbereich für
Agentur in Frankfurt](#)

Datum: Mittwoch, 09 März 2005

[Weber Shandwick sucht PR-Berater/in in München](#)

Datum: Dienstag, 08 März 2005

[Trainee\(s\)/Berater\(in\)/Senior-Berater\(in\) für
Healthcare-Agentur](#)

Datum: Dienstag, 08 März 2005

[Senior PR-Berater/in für Agentur in Wiesbaden](#)

Datum: Montag, 07 März 2005

[Münchener Agentur sucht PR-Berater/in für
Touristik, Luftfahrt und Hotellerie](#)

Datum: Montag, 07 März 2005

In Unternehmen

Mitarbeiter/in Beratung & Verkauf in Berlin gesucht

Datum: Freitag, 18 März 2005

Unternehmensberatung sucht Marketing-/PR-Manager für Unternehmen

Datum: Dienstag, 08 März 2005

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 21. März 2005 - 10:00 Uhr

Der **Newsletter** wurde an **22.463 Empfänger** versandt.

Homepage-Visits bis 18. März 2005: 50.951

Homepage-PagelImpressions bis 18. März 2005: 937.546

Impressum:

Herausgeber + Verlag + Copyright 2004ff:
Gerhard A. Pfeffer

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 10 Absatz 3 MDStV) (pfeffer@neues-prportal.de); Dr. Ingo Reichardt, Ladenburg, stellv. Chefredakteur (reichardt@neues-prportal.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke@neues-prportal.de).

Ständige Kommentatoren: Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection@t-online.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg

Korrespondenten + Autoren: Bernd Oliver Bühler, Paris; Lars-Christian Cords, Hamburg; Rechtsanwalt Dominik Eickemeier, Köln; Frank Hupke, Dublin; Alexander Kirsten, Frankfurt am Main; Markus Laue, Hanau/Klein-Auheim; Ralf Laumer, Marburg; Konstanze Pfeiffer, München (Buch-Rezensionen); Lars Rademacher, Wolfsburg (Buch-Rezensionen); Andreas Ryll, Mönchengladbach; Roland Schatz, Bonn (MedienTenor BranchenMAX); Mathias Scheben, Neuwied (Öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Beratungs- und Gestaltungsleistungen, Leistungshonorierung in der Unternehmenskommunikation); Dietrich Schulze van Loon, Hamburg; Volker Weber,

Friedrichsdorf; Ernst-Walter Wehner, Marktredwitz; Dr. Ansgar Zerfaß, Esslingen-Berkheim (Buch-Rezensionen).

Anschrift:

Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg
 Telefon: (02241) 91 95-0,
 Telefax: (02241) 91 95-1
 Mobilfon: (0177) 7 99 11 74
 E-Mail: redaktion@pfeffer.de,
 URL: www.neues-prportal.de.

ausgewertete (Online-)Quellen:

Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, chronik.ch, Der Spiegel, Deutsche Bundesbank, Deutscher Bundestag - Pressezentrum, Financial Times Deutschland, heise online, HORIZONT, journalismus.com, Kontakter, kressreport, manager magazin, media & marketing, Mediafon Newsletter, medien aktuell, medienszene, Netzeitung.de, new business, newsroom, ots, politikszene, PR REPORT, Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Presseportal, presssprecher, prmagazin, sprecherszene, Statistisches Bundesamt, stern, text intern, V.i.S.d.P., w&v werben & verkaufen, ZDNet.de.

Inserenten im Newsletter und auf der Homepage im März 2005: Ausschnitt Medienbeobachtung, Berlin: Aktion Mensch, Bonn; communication college, Heidelberg/Ladenburg; depak Deutsche Presseakademie, Berlin; doIT Baden-Württemberg, Stuttgart; DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft, Bonn; news aktuell GmbH, Hamburg; PLEON Kohtes Klewes, Düsseldorf; Stamm-Verlag, Essen; VitalPlus Mediendienst, Bonn.

Partner und Sponsoren: Careers Day PR, Münster; communication-college, Heidelberg/Ladenburg; depak Deutsche Presseakademie, Berlin; DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft, Bonn; Deutscher PR-Preis, Bonn/Frankfurt am Main; F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH, Frankfurt am Main; Institut Medien Tenor, Bonn; kommunikationsmanager, Frankfurt am Main; Mediennetzwerk, München; news aktuell, Hamburg; outline online, Augsburg; PR-Blogger, München; PR-Expert-Sites/ars publicandi, Rodalben; PR-Netzwerk, Berlin; Presse-Terminal-München, München; Stamm Verlag/Stamm Impressum, Essen; Zentrum für Angewandte Kommunikation e.V., Münster.