

PR-Journal-Newsletter Nr. 103 / 10. Woche 2007

PR-Ranking 2006: Meldeschluss ist am 12. März

Die Umfrage für das neue Honorar-Umsatz-Ranking für 2006 der PR-Branche wurde am 27. Februar gestartet. Alle bisherigen Teilnehmer und die in unserem Agenturregister verzeichneten PR-Agenturen haben in diesen Tagen den Fragebogen von massen+partner, Neuss erhalten - die wir mit der Datenerhebung beauftragt haben. Einsendeschluss ist am 9. März – das Ranking wird in der 13. KW veröffentlicht. Wer noch keinen Fragebogen erhalten hat, aber teilnehmen möchte, fordert diesen hier formlos an: ranking@pfeffer.de.

Seite. 1 _____

Becker-Sonnenschein leitet O₂-Kommunikation

Ab sofort leitet Stephan Becker-Sonnenschein (50) die Unternehmenskommunikation von O₂ Germany in München. Er verantwortet damit die gesamte interne und externe Kommunikation des Telekommunikationsunternehmens (Mobilfunk, DSL inklusive Festnetztelefonie und mobiles Internet aus einer Hand). Als Unternehmenssprecher berichtet Becker-Sonnenschein direkt an Rudolf Gröger, den CEO von O₂ Germany. Während seiner früheren Arbeiten als Presse- und Unternehmenssprecher bei Burda, Philip Morris, RWE und Kraft Foods setzte sich Becker-Sonnenschein konsequent für eine integrierte Kommunikation aller Disziplinen sowie für Corporate Social Responsibility ein.

Von 1997 bis 2001 war er Präsident des PR-Berufsverbandes DPRG.

Wichtiges Urteil für die Pressefreiheit

Das Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe hat am 27. Februar ein wichtiges Urteil für die Pressefreiheit in Deutschland gesprochen. Auf Antrag des "Cicero"-Chefredakteurs Wolfram Weimer urteilte das höchste deutsche Gericht, dass die Redaktions-Razzia vom September 2005 verfassungswidrig war. Politik, Verleger- und Journalistenverbände begrüßten einhellig das Urteil als Stärkung der Pressefreiheit und des Informantenschutzes. Einige forderten nun eine gesetzliche Präzisierung und Überwachungsschutz z.B. auch bei Telefongesprächen.

Zwar seien Journalisten nicht grundsätzlich von der Strafbarkeit wegen Beihilfe zur Verletzung von Dienstgeheimnissen ausgenommen, so die Karlsruher Richter, doch die Durchsuchung von Redaktionsräumen oder Wohnungen von Journalisten könnten nicht allein durch die Veröffentlichung eines Geheimdokuments gerechtfertigt werden.

"Nach dem heutigen Urteil können Ermittlungsbehörden nicht mehr Journalisten unter dem Vorwand der Beihilfe zum Geheimnisverrat überwachen und bespitzeln, um deren Quellen aufzudecken", sagte der DJV-Vorsitzende Michael Konken. Er erwarte nun, dass die laufenden Ermittlungsverfahren gegen Journalisten des Stern und der Financial Times Deutschland sofort eingestellt würden. "Dafür fehlt den Ermittlern seit heute jede Rechtsgrundlage."

Eine gute Nachrichtenübersicht vermittelt dieser Beitrag in tagesschau.de:
www.tagesschau.de/aktuell/meldungen/0,1185,OID6460308_REF1,00.html



Personalien

Nebel von Beiersdorf zu Tchibo

Das war ein schöner Schlusspunkt der 24-jährigen PR-Karriere von Klaus Peter Nebel (61) für das Haus Beiersdorf: bei "seiner" letzten Pressekonferenz am 1. März in Hamburg konnte der Konzern (bekannt vor allem durch die Marken Nivea, tesa, 8x4 und Hansaplast) erstmals einen Umsatz von über fünf Milliarden Euro melden. Nebel wird nach der Umstrukturierung unter der Leitung von Kommunikationschef Claas Sandrock (kam von E-Plus) nicht mehr mit dabei sein.

Bis zur Nachfolgelösung wird Manuela Rousseau Nebels bisherige Aufgaben als Wirtschaftssprecher übernehmen. Sie soll sich künftig um den Aufbau eines CSR-Teams kümmern. Wie der Branchendienst "PR Report" in seinem Newsletter meldet, soll Nebel ab 1. Mai Kommunikationsberater der Tchibo-Holding werden (die besitzt übrigens 50,46 Prozent der Beiersdorf-Aktien). Dies bestätigte in Hamburg Tchibo-Kommunikationschef Joachim A. Klähn.

Personalien compact (17) (09.KW-07)

01: **Tom Bender** (41) macht hausintern Karriere: bei der DFL Deutsche Fußball Liga verantwortet er nun zusätzlich zum Bereich Kommunikation auch das Marketing und wurde Mitglied der Geschäftsleitung.

02: **Volker Lenk** (42) wechselt am 1. April vom Allgemeinen Blinden- und Sehbehindertenverband Berlin als Pressesprecher zum Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverband (DBSV) in Berlin.

03: **Andreas Klein** (38) wurde neuer Marketing Communications Manager bei Kiska, eines der

führenden Designunternehmen in Europa, in Anif bei Salzburg. Er kommt von der Hamburger Kommunikationsberatung Brand Com Services.

04: **Sandra Lessau** (33) wechselt von der Ostsee an die Nordsee: von der PR-Leitung des Cliff Hotels Rügen als Marketingleiterin zur Föhr Tourismus.

05: **Thomas Schwarzer** wird ab April als Nachfolger von **Alexander Kalouti** neuer Pressesprecher und Referent für Öffentlichkeitsarbeit am Theater Ingolstadt.

06: **Jens Große** (40) wurde zum Professor für Journalismus und Unternehmen an der Bielefelder Fachhochschule des Mittelstandes (FHM) ernannt.

07: **Ralf Südhoff** wurde zum neuen Pressesprecher des UN World Food Programme im Berliner Büro ernannt. Er war zuletzt für die PR der Weltgesundheitsorganisation WHO in Deutschland verantwortlich.

08: **Livia Dandrea-Böhm** (38) hat jetzt als Bereichsleiterin die Verantwortung für die externe Konzernkommunikation der AUA Austrian Airlines Group in Wien übernommen. Sie ist Nachfolgerin von **Johannes Davoras**.

09: **Volker Sagstetter** (33) ist der neue Pressesprecher des Bayerischen Journalisten-Verbandes in München. Er löst **Alexander Graf von Schmettow** (31) ab, der als Pressesprecher zu T-Mobile ging.

10: Bei Volvo Car Deutschland wurde "umstrukturiert": **Thomas Hanel**, seit 1998 Pressesprecher in Köln ist nicht mehr mit dabei.

11: **Isabella Stock** (41) übernimmt am 1. April als Nachfolgerin von **Ariane Weber** die Öffentlichkeitsarbeit des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg in Köln.

12: **Sandra Kess** (40) ist jetzt für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Fisch- Informationszentrums in Hamburg zuständig.




13: **Ulf Gerder** (37) wechselte vom Bundesjustizministerium als Redakteur für Presse & Print zur bundesweiten Informationskampagne Erneuerbare Energien in Berlin.

14: **Ungarische Regierung reorganisiert Kommunikationsapparat.** Unter Leitung von **Staatssekretär Zoltán J. Gál** wurde ein längere Zeit geplantes Kern-Kabinetts gebildet. Gál (1973) war früher Sprecher von Ministerpräsident Medgyessy, doch wechselte im Rahmen der Machtkämpfe früh zu Gyurcsány über. **Regierungssprecherin** Emese Danks (früher Sprecherin der Hypermarktkette Tesco) wurde mit dem Hinweis verabschiedet, dass das geänderte Klima eine „politischere“ Rolle des Sprechers verlange. Diese soll die 28-jährige frühere Fernsehjournalistin **Zsuzsa Demcsák** übernehmen. Neben ihr berief Regierungschef Gyurcsány mehrere junge, teils im westlichen Ausland studierte Medien- und PR-Experten aus der Privatwirtschaft in sein Kabinetts.

15: Die Top-Managementberatung A.T. Kearney, Düsseldorf forciert in Zentraleuropa mit einem neuen Kommunikationsteam die Markenprofilierung und -positionierung. **Julia Kormann** (40) verantwortet als Director Marketing & Communications die Kommunikationsstrategie sowie den Ausbau bestehender Kommunikationsformate. **Frank Schröder** (34) betreut als Manager Practice Marketing & Communications die Kommunikationsmaßnahmen und die Pressearbeit der Industrie- und Services Practices. Er wird unterstützt von **Stefanie Hauck** (32) als Junior Manager Practice Marketing & Communications.

16: Gleich zwei Gründe zum Feiern gab es für die depak-Absolventin **Judith Proffe** zum Ende ihres Studiums zur PR-Beraterin: **Sie war die 4.000ste, die ihre mündliche Prüfung am 20. Februar vor der DAPR-Prüfungskommission in Berlin absolvierte**, und sie bestand die Prüfung mit der hervorragenden Note 1,3. Geprüft wurde sie von Claudia Mast, Dietmar

Otto und Beate Sohl.

17: **Katja Gutschmidt** verstärkt nun als Account Director das Team der Agentur Kleber PR Network in Frankfurt am Main.

Etats

Etats compact (14) (09.KW-07)

01: Domaines Barons de Rothschild-Lafite, Pauillac/Frankreich
an: **Faktor 3**, Hamburg

02: EU-Kommission, Brüssel (Kulturprogramm 2007 - 2013)
an: **Media Consulta**, Berlin

03: A'Syck (japanischer LED-Anbieter), Kyoto/Japan
an: **hueggenberg**, Agentur für technische Unternehmenskommunikation und Events, Starnberg

04: Progas (Flüssiggas-Versorger), Dortmund
an: **Zilla Medienagentur**, Dortmund

05: Catering-Service "Zur Alten Portland", Mainz
an: **jd&p kommunikationsagentur**, Mainz

06: Squeezy (Nahrungsergänzungsmittel für Sportler), Braunschweig
an: **Krauts PR**, München

05: Sepura Limited (Hersteller von TETRA-Funkgeräten), Cambridge/Großbritannien
an: **HWP Hiller, Wüst & Partner**, München

06: askerus.de (Internet-Reiseportal), Mülheim a.d.R.
an: **max&partner**, Düsseldorf

Excellence in Communication Research

Integrierte Analysen für integrierte Kommunikation

Weitere Informationen unter: analysen@faz-institut.de



07: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Berlin
an: **Pleon** (GPRA), Berlin (für den PR-Part des Auftrages)

08: Apothekengruppe MVDA Marketing-Verein Deutscher Apotheker, Köln
an: **Medizin & PR**, Köln

09: Client Vela (Beratungs- und Outsourcingunternehmen), ???
an: **Text 100** (GPRA), München

10: Deutsche Patienten Initiative (DPI), Hamburg
an: **Yamaoka PR**, Hamburg

11: Polis Immobilien, Berlin
an: **Hoschke & Consorten Public Relations**, Hamburg

12: Messe Berlin (ITB Berlin)
an: **news aktuell**, Hamburg (Pressepartner seit zehn Jahren)

13: Samsung Opto-Electronics, Schwalbach/Ts.
an: **Klenk & Hoursch**, Partner für Public Relations, Frankfurt am Main

14: Miromar Entertainment (Filmproduktionsgesellschaft), Ludwigsburg
an: **Kommpunkt**, Mainz

Branche

Die Vertrauens-(Um)Frage: Wann vertrauen Sie einer PR-Agentur?

Testen Sie sich selbst und erfahren Sie, wie andere in Ihrer Position entscheiden! Das "PR-Journal" unterstützt ein wichtiges wissenschaftliches Forschungsprojekt der RWTH Aachen zur Entstehung und Bedeutung von Vertrauen in PR-Agenturen und Kommunikationsberatungen. Im Rahmen der Studie werden Entscheider befragt, die mit der Beauftragung von PR-Agenturen befasst sind. [Klicken Sie hier, um an der ca. 15-minütigen Online-Befragung teilzunehmen.](#) Sie fördern damit das Forschungsprojekt und profitieren von der Auswertung der Studienergebnisse. Sollten Sie eine Papierversion des Fragebogens

bevorzugen, [klicken Sie bitte hier zum Download des Fragebogens im pdf-Format.](#)

häberlein & mauerer zieht positive Bilanz für 2006

häberlein & mauerer zieht erneut eine positive Bilanz und blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Die PR-Agentur erzielte an ihren Standorten Berlin und München einen Honorarumsatz von 4,166 Mio. Euro und kann damit ein Wachstum von 15 Prozent verbuchen. Auf die kontinuierlichen Kundenverträge entfallen insgesamt 87 Prozentpunkte des Honorarumsatzes. Die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten stieg von 47 auf 57 Mitarbeiter, von denen 39 Festangestellte in München und 18 in Berlin tätig waren. Auch im neuen Jahr strebt häberlein & mauerer ein zweistelliges Wachstum an. Zusätzlich stehen die Vergrößerung der Münchener Agenturräume sowie der weitere personelle Ausbau des Berliner Standorts auf dem Plan.

Branche compact (7) (09.KW-07)

01: Die "WirtschaftsWoche" verleiht auf der 10. **DIRK-Jahreskonferenz** am 21. Mai in Frankfurt am Main den "Deutschen Investor Relations Preis" 2007. Der DIRK - Deutscher Investor Relations Verband, Hamburg hat mit der "WirtschaftsWoche" einen neuen, starken Partner ins Boot geholt.

02: **Die Arbeitsplatzangebote für Werbefachexperten haben sich im Jahr 2006 um 34 Prozent auf 4.673 ausgeweitet.** Parallel dazu sank die Arbeitslosenquote in diesem Wirtschaftssektor auf 4,2 Prozent (Vorjahr: 4,9 Prozent). Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (**ZAW**), Berlin, der den Arbeitsmarkt für Werbeberufe regelmäßig analysiert, befürchtet angesichts der rasant ansteigenden Nachfrage wachsende Arbeitsmarktprobleme für die Branche. Gefördert werde die Nachfrage gleichzeitig durch die zunehmende Anzahl von Kundenbetreuern („Account Manager“) im Online-Bereich sowie durch die wachsende Komplexität der Medienstrukturen.

03: **Signum Communication**, Mannheim ist für ihre Kunden auf Erfolgskurs: Bei den renommierten „**Mercury Awards**“ in New York gewannen die Agentur zweimal Silber und einmal Bronze. Sie

erhielt in der Kategorie „Bestes Mitarbeitermagazin“ eine Silbermedaille für „LBBW inside“, das Mitarbeitermagazin der Landesbank Baden-Württemberg. In derselben Kategorie gab es Bronze für „SAP World“, das Mitarbeitermagazin der SAP AG. Eine weitere Silbermedaille erhielt Signum für die Gestaltung und Redaktion des Geschäftsberichts der MLP AG.

04: Am 1. März startete die Tübinger **PR-Agentur Storymaker** auf ihrem Weblog Storyblogger.de die **Aktion „100 Tage der Werbung“**. Ziel sind neue Erkenntnisse zur Refinanzierbarkeit von Weblogs, der Akzeptanz von unterschiedlichen Werbeformaten seitens der User und eine breitere Diskussion zur Werbefinanzierung von Corporate-Weblog-Angeboten. Das umgesetzte Werbebudget stellt Storymaker einem guten Zweck zur Verfügung.

05: **Die Mitglieder des GlobalCom PR-Network gründen eine Dachgesellschaft.** Ursprünglich wurde GlobalCom Mitte 2004 von Outsource in Belgien und der GlobalCom PR-Network GmbH in Deutschland als informelles Partnernetzwerk individueller PR-Agenturen gegründet. Bereits nach einem Jahr expandierte das Netzwerk von europäischer auf internationale Größe. Mit der Gründung der Dachgesellschaft GlobalCom PR-Network Inc. schafft das Unternehmen eine solide rechtliche und finanzielle Basis und stärkt die operative Struktur, um Kunden global genauso gut zu betreuen wie lokal.

06: **Experten aus Kommunikation und Marketing stellt Ketchum jetzt monatlich einen Podcast mit dem Titel "KANALgrün" zur Verfügung.** Die Hörsendungen greifen unterhaltsam und aktuell Trends rund um Public Relations, Kommunikations- und Informationsverhalten sowie Marketingthemen auf. KANALgrün ist auf iTunes (www.iTunes.de) abonnierbar und steht monatlich unter www.ketchum.de zum Download bereit.

07: **Die DAPR Deutsche Akademie für Public Relations, Wiesbaden hat eine erfolgreiche Bilanz vorzuweisen:** seit der Gründung 1991 in Bonn vor 15 Jahren wurden bereits **4.000 erfolgreiche PR-Beraterprüfungen** abgenommen und im März startete der 25. PR-Grundkurs. Außerdem gab es 2006 den erfolgreichsten Jahresabschluss seit Bestehen der Akademie. Grund genug zu einer Feier im "Frankfurter Hof" in Frankfurt am Main, zu der die Mitglieder des Präsidiums und der

Prüfungskommission sowie zahlreiche "Mitstreiter" gekommen waren. Geehrt wurde vor allem Beate Sohl (41), Pädagogische Leiterin seit der Gründung und seit 2005 auch Geschäftsführerin für ihre verdienstvolle Arbeit. Nachdem am 23. Februar auch erfolgreich die seit Jahren vorbereitete Neustruktur mit Gründung der gemeinsamen Prüfungsinstitution von BdP, DPRG und GPRA beschlossen wurde, gab Jürg W. Leipziger (63) seinen Rücktritt als DAPR-Präsident bekannt - ebenso wie Gerhard A. Pfeffer (63), langjähriger DAPR-Geschäftsführer, Gesellschafter und Mitglied der Prüfungskommission.

Medien

Ausschnitt Medienbeobachtung tritt der AMEC bei

Als erstes deutsches Unternehmen ist Ausschnitt Medienbeobachtung, Berlin dem internationalen PR-Evaluationsverband AMEC beigetreten. Die vor zehn Jahren gegründete "Association for Measurement and Evaluation of Communications" ist der weltweite Branchenverband derjenigen, die sich mit professioneller Medienevaluation und der Erforschung von Kommunikation befassen. Mit Ausschnitt tragen nun 26 der führenden Unternehmen der Branche weltweit dieses Siegel, die gemeinsam jährlich mehr als 60 Millionen Euro mit professioneller PR-Evaluation umsetzen.

Ausschnitt Medienbeobachtung unterstreicht mit dem Beitritt als Vollmitglied seinen Qualitätsanspruch. „Die AMEC-Zertifizierung gibt unseren Kunden die Sicherheit, dass ihre PR-Evaluation nach internationalen Qualitätsstandards durchgeführt wird. Insgesamt möchten wir in der AMEC und darüber hinaus mit der PR-Branche und unseren internationalen Kollegen das Thema Qualitätsstandards und Methoden in der Medienevaluation stärker öffentlich diskutieren“, erklärt Ingrid Moorkens, Leitung Medien-Analyse bei Ausschnitt.

SZ-Magazin großer Gewinner der LeadAwards 2007

Großer Gewinner der LeadAwards 2007 ist das „SZ-Magazin“. Zum einen wurde es in der

Königskategorie zum „Leadmagazin des Jahres“ gekürt, zum anderen hat am 28. Februar bei der Verleihung in den Hamburger Deichtorhallen die meisten Einzelmedaillen erhalten: Gold in den Kategorien „Cover des Jahres“ und „Still-Life-Fotografie“ sowie Silber in der Kategorie „Portraitfotografie“. Außerdem wurde der Artdirektor des „SZ-Magazins“, Mirko Borsche, zum „VisualLeader des Jahres“ gewählt. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Peichl: Das Internet wird immer schneller sein

Das "SZ-Magazin" ist die beste Zeitschrift Deutschlands. Zu diesem Ergebnis kommt die Jury der Lead Academy. Sie vergibt jährlich in Hamburg die "Oscars der Medienbranche". Juryvorsitzender Markus Peichl erklärt im Gespräch mit WELT ONLINE, dass es nicht nur Grund zum Feiern gibt.

"Mal entwickeln die Verlage ein Projekt zu Tode, mal wird es viel zu schnell auf den Markt geworfen. In diesen Extremen zeigt sich das Dilemma: Verlage gehen nicht so planerisch vor wie andere Industriezweige. Wenn die Automobilindustrie so arbeiten würde, hätten wir Autos mit acht Rädern, von denen manche quergestellt sind und andere blockieren."

"Wissen Sie, was ich deshalb nicht mehr hören möchte? Diesen Satz, den Printmedien-Leute so gern von sich geben, wenn sie ihre Angst vor Online-Medien vertreiben wollen: „Wir werden gegen das Fast-Food-Medium Internet bestehen, denn der Leser möchte Selektion, und genau die geben wir ihm: Wir trennen das Wichtige vom Unwichtigen.“ Stimmt einfach nicht. Alles nur Alibi-Wunschdenken. Die Printmedien verbreiten viel zu viel völlig ungefilterte Information im Affenzacken hinaus in die Welt."

Das komplette Interview hier nachlesen: www.welt.de/kultur/article740174/Das_Internet_wird_immer_schneller_sein.html.

DJV startet Blog zur Pressefreiheit

Am heutigen Donnerstag hat der Deutsche Journalisten-Verband seinen Blog <http://djvpressefreiheit.twoday.net/> zum Thema

Pressefreiheit gestartet. Zahlreiche Fälle - von staatlichen Eingriffen in die Pressefreiheit in Deutschland bis hin zu Gewalttaten gegen Journalisten und deren Informanten - hat der DJV in diesem Blog für alle interessierten Journalisten und Bürger zusammengestellt. Kommentare sind selbstverständlich erwünscht. Der Blog soll so zu einer lebendigen Mischung aus Fakten und Meinungen rund um die Pressefreiheit in Deutschland und auf der ganzen Welt werden.

Dürfen nationale Sicherheitsbedenken die Freiheit der Journalisten einschränken? Was denken Bürger über den BND-Skandal, im Rahmen dessen Journalisten durch den Nachrichtendienst überwacht, aber auch als Spitzel eingesetzt wurden? Welche Veränderungen bringen Gerichtsentscheidungen wie das Caroline-Urteil oder ganz aktuell das Cicero-Urteil? Gibt es Chancen und Wege, die Pressefreiheit in Russland zu stärken? Diese und viele weitere Fragen können künftig im Pressefreiheits-Blog des DJV diskutiert werden.

56 Prozent der Internetnutzer sind täglich online

Die Nutzung des Internets hat in Deutschland weiter zugenommen. Wie das Statistische Bundesamt in Wiesbaden mitteilt, nutzten fast zwei Drittel der Personen ab zehn Jahren (65%) im ersten Quartal 2006 das Internet. Dies geht aus der aktuellen Auswertung der Befragung privater Haushalte zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien hervor. Der Anteil der Internetnutzer ist damit im Vergleich zu 2005 (61%) um vier Prozentpunkte gestiegen. Innerhalb der Gruppe der Internetnutzer ging im ersten Quartal 2006 mehr als die Hälfte (56%) täglich oder fast täglich online, ein Jahr zuvor waren es noch 50% der Internetnutzer.

Die vollständige Pressemitteilung, incl. Tabelle, ist auch im Internet-Angebot des Statistischen Bundesamtes unter

www.destatis.de/presse/deutsch/pm2007/p0790024.htm zu finden.

Medien compact (7) (09.KW-07)

01: **Das Internet wird** nach Einschätzung des britischen Mediaexperten John Taylor in den nächsten Jahren **die größten Zuwachsraten der Werbewirtschaft verzeichnen können**. In einem

Interview der Fachzeitschrift media & marketing (März-Ausgabe) sagt der Director Client Services World Wide von Zenithmedia, London: "Die Werbeausgaben sollten in den nächsten Jahren ein bis zwei Prozent pro Jahr wachsen." Mehr als ein Drittel dieser kommenden zusätzlichen Ausgaben fließen dabei ins Web, das bislang nur drei Prozent der gesamten Werbesplittings erfasst. Taylor prophezeit dem Internet eine große Zukunft, zumal es sein volles Potenzial noch nicht ausgeschöpft habe.

02: Die Zahl der Breitband-Anschlüsse in Deutschland hat sich in den vergangenen drei Jahren verdreifacht. **Ende 2006 waren 37 Prozent der Haushalte an einen schnellen Internet-Zugang angeschlossen**, so der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien, kurz Bitkom.

03: Laut Mitteilung von **medienwatch.com**-Herausgeber Günter Amenda, Frankfurt am Main hat die Staatsanwaltschaft Hamburg **gegen den FAZ-Mitherausgeber** Holger Stelzer sowie die Geschäftsführer Roland Gerschermann und Tobias Trevisan ein **Ermittlungsverfahren** wegen des Verdachts auf unwahre Versicherungen an Eides Statt eingeleitet. Es geht dabei um medienwatch-Berichte, nach denen die FAZ Werbetexte ihrer Kunden als redaktionelle Beiträge veröffentlicht haben soll.

04: Die **Fernsehquoten** der TV-Zuschauer ab drei Jahren zeigen auch **für Februar** die gewohnte Reihenfolge: Das Erste/ARD (14,3 %) vor ZDF (13,5), RTL (12,0), Sat.1 (9,7), ProSieben (6,0) und Vox (5,5).

05: **Nachgelesen: Was steht in der Stuttgarter Zeitung?** Sie ist die führende Tageszeitung in Baden-Württemberg – und damit auch eine der ersten Zieladressen für die Informationen von Pressestellen und PR-Agenturen im Ländle. Insbesondere auf den Wirtschaftsteil haben es viele PR-Treibende abgesehen. **pr+co - Agentur für Kommunikation (GPRA)** hat diesen Wirtschaftsteil genauer angesehen und wollten wissen, welchen Anteil PR-initiierte Meldungen an den Veröffentlichungen haben, welche Unternehmen und Organisationen es am häufigsten ins Blatt schaffen und ob "Bad News are Good News" auch für die Redaktion im Stuttgarter Pressehaus gilt. Hier geht's zu den Ergebnissen: www.prco.de/auswertung.

06: Über den **Deutschen Mediapreis 2007** freuten sich bei der Preisverleihung am 1. März in München in der Kategorie "Beste Media-Strategie" Levi Strauss Germany (Agentur: Starcom Next) sowie in der Kategorie "Beste Media-Idee" die Deutsche BP (Agentur: MindShare). Im Nachwuchswettbewerb "Media Youngsters" ging das Team Lilian Sandrock und Viktoria Hoffmann von Vizeum Wiesbaden als Sieger hervor und darf nun auf Einladung des Festivalrepräsentanten WerbeWeischer und dem Stern zum Internationalen Werbefestival nach Cannes fliegen. Weiteres Highlight war die Bekanntgabe der "Media-Persönlichkeit des Jahres". Dieser begehrte Preis ging in diesem Jahr an Hans-Jürgen Grabias, Marketingleiter der Krombacher Brauerei.

07: **ver.di gründet eigene Fachgruppe Medien.** Am 3. März wurde in Berlin die Fusion der bisherigen Fachgruppen Rundfunk, Film und audiovisuelle Medien (RFAV) und der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) beschlossen. Die neu gegründete Sektion vertritt den Angaben zufolge 45.000 Beschäftigte in Presse, Rundfunk und Film. Zum Vorsitzenden wurde Werner Ach vom ZDF gewählt.

Stamm Medien-Newsletter März 2007

Der Stamm-Verlag, Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). Im Februar 2007 wurden 9.273 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 17.754 Medien.

Der neue monatliche "**Stamm Medien-Newsletters**", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Hier fünf Änderungen:

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Services + Tipps

Service compact (5) (09.KW-07)

01: **AOK setzt sich für bessere Arzt-Patient-Kommunikation ein.** Patienten vertrauen ihrem Arzt, doch sie verstehen ihn nicht immer. Das können Ärzte aber durchaus ändern. Das hat eine

vom AOK-Bundesverband unterstützte Studie ergeben, die am 27. Februar auf einer Fachtagung zum Thema Arzt-Patient-Kommunikation in Frankfurt am Main vorgestellt wurde. Hans Jürgen Ahrens, Vorstandsvorsitzender des AOK-Bundesverbandes, forderte mehr Engagement für Projekte, die dazu beitragen, die Kommunikation zwischen Arzt und Patient zu verbessern. Dazu müsse das Thema sowohl während des Studiums als auch in der ärztlichen Fort- und Weiterbildung mehr in den Blick genommen werden.

02: Mit dem 1. März 2007 sind die neuen Regelungen des Telemediengesetzes in Kraft getreten. Der BVDW Bundesverband Digitale Wirtschaft, Düsseldorf weist auf potentielle, juristische Gefahrenquellen für Werbetreibende hin und mahnt gleichzeitig den Gesetzgeber an, die mit Inkrafttreten des Gesetzes auftauchenden Probleme, Abgrenzungunklarheiten zügig in Angriff zu nehmen. Zwar hat der Gesetzgeber im neuen Telemediengesetz (TMG) die in wesentlichen Punkten inhaltsgleichen Regelungen des Teledienstegesetzes (TDG) und des Mediendienste-Staatsvertrages (MDStV) in einem Telemediengesetz (TMG) vereinheitlicht, durch die Neuregelung werden jedoch nicht nur bestehende Abgrenzungsprobleme nicht abschließend gelöst. Im Gegenteil: Nach Auffassung der BVDW-Experten schafft das neue Gesetz auch neue Probleme und ist daher bereits mit Inkrafttreten schon wieder novellierungsbedürftig. Weitere Infos: www.bvdw.org.

03: Zwei Daten aus dem Statistischen Bundesamt, Wiesbaden: Mobiltelefonieren wurde im Februar 2007 im Vergleich zum Vorjahresmonat um 3,7 Prozent billiger. Bei der Internetnutzung waren es 3,9 Prozent weniger. Der Preisindex für alle Telekommunikationsdienstleistungen lag um 0,1 Prozent höher.- Die Verbraucherpreise waren im Februar um 1,6 Prozent höher als im Februar 2006.

04: Am 01. März vor einem Jahr ging das Social Bookmarking-Portal "Mister Wong" online. Seit dem Start verzeichnet das Portal ein rasantes Wachstum, ist Marktführer in Deutschland und weltweit bereits nach del.icio.us die Nummer zwei aller Social Bookmarking-Portale. In Deutschland gehört das Portal zu den

50 am meisten aufgerufenen Websites. Infos: www.mister-wong.de.

05: PMG Presse-Monitor, Berlin bietet als **neuen Service PMGmobil!** an. Damit kann ein abonniertes Pressespiegel auch auf Mobilgeräten empfangen und gelesen werden. Infos: www.presse-monitor.de.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Tag des Wirtschaftsjournalismus in Köln

Zum ersten Mal findet am 28. März in Köln der Tag des Wirtschaftsjournalismus statt, an dem rund 200 Wirtschaftsjournalisten teilnehmen werden. Veranstalter ist die Kölner Journalistenschule für Politik und Wirtschaft. Der Kongress steht unter dem Motto „Zwischen Print und Internet: Die Zukunft des Wirtschaftsjournalismus“. Dabei geht es um die Entwicklung der Branche im Spannungsfeld zwischen Print und Internet, in- und ausländische Wirtschaftsjournalisten diskutieren mit Internet-Unternehmern und Online-Experten. Mit dem Tag des Wirtschaftsjournalismus will die Kölner Journalistenschule ein Forum etablieren, das die deutschsprachigen Wirtschaftsjournalisten einmal im Jahr zusammenführt. Weitere Informationen zu Kongress und Schule: www.koelnerjournalistenschule.de/schule/kongress.

PR+plus-Infoveranstaltung "Student for a Day"

Der erste PR+plus-Infonachmittag "Student for a Day" in diesem Jahr findet am 23. März im Heidelberg statt. Die kostenlose Veranstaltung richtet sich an Interessenten des 18-monatigen, berufsbegleitenden PR-Fernstudiums, die im PR+plus-eigenen Seminarzentrum die Gelegenheit erhalten, Teilnehmer, Absolventen, Betreuer und Trainer der Ausbildung kennenzulernen sowie Näheres über die Ausbildungsinhalte und den Ablauf zu erfahren. Alexandra Kutschenreuter, in der BASF-Unternehmenskommunikation tätig und selbst PR+plus-Absolventin, wird das Arbeitsfeld PR anhand eines Fallbeispiels aus der Praxis

vorstellen.

Der nächste Kurs von PR+plus startet mit einem dreitägigen Einführungsworkshop am 19. April in Heidelberg. Details zu "Student for a Day" am 23. März unter www.prplus.de/fernstudium/profil/service.cfm.

DPRG Bayern setzt Mentoring-Programm fort

Die Landesgruppe Bayern der Deutschen Public-Relations-Gesellschaft (DPRG) startet im Mai 2007 in die zweite Runde des im vergangenen Jahr gestarteten Mentoring-Programms für angehende PR-Profis. Als Mentee können sich ambitionierte Nachwuchskräfte bewerben, die ihre PR-Ausbildung abgeschlossen und maximal fünf Berufsjahre hinter sich haben.

"Das Programm trägt dazu bei, PR-Nachwachskräfte in ihrer individuellen Karriereentwicklung zu fördern. Wir haben in der ersten Runde die Erfahrung gemacht, dass insbesondere für die Mentees das Mentoring ungeheuer wertvoll ist, denn sie können sich dadurch gleichermaßen fachlich wie persönlich weiterentwickeln", sagt Sebastian Frei, selbstständiger Kommunikationsberater und Mitglied des Landesgruppenvorstands der DPRG Bayern.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Termine compact (10) (09.KW-07)

01: Die Freiheit der Presse in Deutschland und Europa ist Thema eines großen **Journalisten-Kongresses am 13. und 14. Juni im Hambacher Schloß** zum 175. Jahrestag des Hambacher Festes, einer der frühesten Freiheitsmanifestationen in deutscher Sprache. Veranstalter sind die Bundeszentrale für politische Bildung/bpb und der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) in Kooperation mit der Landeszentrale für politische Bildung Rheinland-Pfalz. Infos: www.djv.de.

02: Die **Euroforum-Konferenz "Direktmarketing 2010"** (Wie sie im Zeitalter von Web 2.0 Kunden binden und Umsatz

steigern) findet am 27. und 28. März in Neuss statt. Infos: www.euroforum.de.

03: Investor Relations (IR) sind eine wichtige Aufgabe für börsennotierte Unternehmen. Verantwortliche in der Finanzkommunikation müssen die Meldepflichten ihres Unternehmens kennen und wissen, welche Informationen Analysten, Anleger und Journalisten erwarten. Der **media workshop "Grundlagen Finanzkommunikation"** von news aktuell bietet einen Einblick in das komplexe Thema. Das eintägige Seminar findet am 16. März in Frankfurt am Main statt. Infos: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de/workshop/731>.

04: Das nächste **AFK-Basistraining PR B1** trainiert Grundlagen professioneller PR-Arbeit. Termine und weitere Infos hier: www.afk-online.com.

05: Einen **Workshop "Corporate Design - Das ABC für erfolgreiches Branding"** findet am 24. Mai in Berlin statt. Veranstalter: wir design Berlin. Infos: www.wir-design.de.

06: **In der Schweiz gibt es neue Prüfungsformen** und geänderte Zulassungsbedingungen für Marketing, Verkauf, Werbung und PR (ab Januar 2009). Zusätzlich befähigt die **MarKom Zulassungsprüfung** noch nicht berufserfahrenen jungen Menschen ihre Grundlagenkenntnisse in den Bereichen Marketing, Verkauf, Direktmarketing, Werbung und Public Relations mit einer entsprechenden Ausbildung und Prüfung unter Beweis zu stellen. Es ermöglicht ihnen das "Schnuppern" in allen Bereichen und erleichtert ihren Entscheid über eine spätere Weiterbildung. Das fünf Jahre gültige Zertifikat stellt noch keinen Fachausweis im Sinne des Berufsbildungsgesetzes dar, bietet jedoch mit dem erreichten Zertifikat eine bessere Einstiegschance auf dem Arbeitsmarkt. Infos: www.markom.org.

07: Am 27.-28. März führen **F.A.Z.-Institut und ConVent Seminare** wieder ihr **"Fernsehtraining"** durch. Trainer ist TV-Journalist Stefan Schulze-Hausmann, der in den vergangenen Jahren auch die Verleihung des Deutschen PR-Preises moderierte. Er coacht die Teilnehmer im professionellen TV-Studio und bereitet sie auf Interviewsituationen und Fernsehauftritte vor. Veranstaltungsprogramm und weitere Infos: www.iqb.de/de/index.php?id=1521.

08: Am 27. März veranstaltet der **kressverlag**, Heidelberg in München ein **Praxis-Seminar zum Thema "Web 2.0: Chancen und Risiken für Marketing und Kommunikation"**. Infos: www.kress.de/praxis-seminar.

09: Die **ESB - Europäische Sponsoring-Börse**, St. Gallen/Schweiz bietet **zwei Veranstaltungen zum Thema Event/Sponsoring**: am 30. März in Düsseldorf und am 10. Mai in Berlin den Tagesworkshop "Erfolgreiche Durchführung von Sponsoring- und Event-Projekten durch professionelles Management". Und am 9. März in Zürich und am 29. März in Düsseldorf das Tagesseminar "So findet man Sponsoren". Weitere Seminare und Termine sowie Infos: www.esb-online.com.

10: Die **DAPR Deutsche Akademie für Public Relations** veranstaltet einen Drei-Tage-**Kompaktworkshop zum Thema "Presseerklärungen, Interviews und Rechtsgrundlagen"** mit Viola Falkenberg vom 12. bis 14. April in Frankfurt am Main. Infos: www.dapr.de.

Kommentare

Kommentar: Telekom Talk ,n' walk

Ja, ich weiß, auf den Inhalt soll es ankommen. Es geht doch nicht um die Verpackung oder um die Art und Weise, wie etwas präsentiert wird? Und doch: es war schon auffallend, wie sich der neue Telekom Chef Rene Obermann bei – einer – der wichtigsten Pressekonferenzen seines Unternehmens in der letzten Woche präsentierte. Gerade wenn es darum geht, unangenehme Dinge zu verkünden, verschanzen sich viele seiner Kollegen auf riesigen Bühnen hinter großen Podesten und lesen vorgefertigte Statements – manchmal mehr oder weniger lustlos – ab.

Und Rene Obermann? Er hatte offensichtlich eines der vielen Produkte seines Unternehmens, nämlich web ,n' walk, für sich uminterpretiert in talk ,n' walk. Vor der großen Wand „Telekom Pressekonferenz“ eine noch größere Freifläche. Kein Rednerpodest, kein Mikrofonständer – nichts! Und auf dieser Fläche redete Obermann,

ohne Manuskript, nur mit einem kleinen Spickzettel in der Hand, mit viel Gestik und Mimik. Offensichtlich brauchte er kein Manuskript, weil er wusste, wovon er redete – oder er hatte einen sehr unauffällig angebrachten Videoprompter. Welch ein Unterschied zu vielen anderen Pressekonferenzen! Voraussetzung: Der Vorstandsvorsitzende weiß, wovon er redet.....

Übrigens: Es gab doch noch ein Podest. Während der Rede von Rene Obermann stand dahinter der neue Pressesprecher. Und in der Fragerunde versammelten sich Obermann, der Finanzvorstand und der Pressesprecher dahinter. Aber daran kann man vielleicht auch noch arbeiten.

Erich Dederichs, Bonn - www.dederichs-kommunikation.de

Rezensionen

Literatur für die Praxis

Im FAZ-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH sind im Programm der Branchen- und Managementdienste zum Themenfeld Public Affairs und PR mehrere interessante Veröffentlichungen zu vermerken.

Themenführerschaft durch PR

Im Vordergrund stehen Anregungen, wie die Themenführerschaft erobert und wie das PR-Budget effizient eingesetzt werden kann. Ein PR-Bewertungsmodell und ein Kommunikationsaudit zeigen Wege zur Messung des PR-Erfolgs auf. Der Managementkompaß stellt anhand von Beispielen erfolgreiche PR-Konzepte von Themenführern und deren Umsetzung in der Praxis vor.

*Gemeinsam herausgegeben mit Faktenkontor, Februar 2007, 28 Seiten, DIN A4, € 38,00
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Pfeffer&Salz&Senf

Senf: PR für Europa? Schavans lokaler PR-GAU in Heidelberg

Statt in das Goldene Buch der Stadt Heidelberg trug sich die Bildungsministerin Schavan in das kommerzielle Gästebuch eines Luxusdomizils ein.

Die Geheimniskrämerei im Vorfeld ließ das gemütliche interne Kennenlernen der Damen und Herren Minister als ein klassisches „Meet, eat and retreat“-Event ablaufen, bei dem die Presse lediglich zur Informationsentgegennahme und der Oberbürgermeister erst gar nicht zur Begrüßung eingeladen wurde. Durch welche Indiskretion oder Unfähigkeit auch immer wurde das anstehende Ereignis der Öffentlichkeit erst in der Faschingszeit durch die Presse bekannt, so dass viele Leser sich zunächst verwundert die Augen über einen vermeintlich verfrühten Aprilscherz rieben.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Senf: Krisenprävention trotz Killerphrasen

Public Relations als firmeninterne Intelligence-Unit haben immer noch nicht den ihr zustehenden Rang eines Informationsnetzes. Ehemalige Journalisten, Marktforscher, Kommunikationsmanager und Personalentwickler sind die besten Rechercheure beim Aufspüren von wichtigen Frühwarnsignalen und Trends im Imagebereich. Sie legen dabei die Grundlagen z.B. für ein Prä-Krisen-Management anstelle historisierender Nachbetrachtungen anhand ethischer Insolvenzgräber und formaler Theorie an (Fach-)Hochschulen.

Aber Vorsicht: Grenzen liegen im Tunnelblick und der Kritikresistenz mancher Vorstände. Zudem: Der Überbringer der schlechten Nachricht wird gehängt. Aus dem „normalen“ täglichen Abschmettern von Ideen und Vorschlägen überlassen wir Ihnen eine Sammlung von Killerphrasen. Viel Spaß beim Wiedererkennen!
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Salz: Braucht Elementares der unternehmerischen Existenz eine Evaluation?

Sie füllt gewichtige Bücher und Säle bei Konferenzen, aber nicht die Auftragsbücher der ganz praktischen PR-Profis. Sie beschäftigt die geschäftigen Gelehrten und dient latent verunsicherten PR-Praktikern, weil sie mit ihr eventuell der selbst erfundenen Defensive des vermeintlichen Rechtfertigungsdrucks ausbüxen könnten. Der Beschäftigung von PR-Beratern

dient das derweil nicht. Braucht Unternehmenskommunikation tatsächlich Evaluation?

Wer evaluiert das andere für Unternehmen Existenzielle von A wie Anmeldung bis Z wie Zentralarchiv, wer checkt die Effizienz einer nicht zum Einsatz gekommenen Werksfeuerwehr, den präventiven Werkschutz, den Zaun ums Gelände und den Schornstein, der da raucht? Wer etwa bewertet Briefbögen oder Klimaanlage nach Output, Outcome oder Outgrowth? Faul oder fleißig, löchrig oder defekt, zerknittert und vergilbt, unterkühlend oder unwirksam – das geht zu messen und es macht Sinn, relevante Resultate zur Kenntnis zu nehmen und Defizite aufzuarbeiten. Aber ernst gemeinte „Eva“? Die wäre fehl am Platze.

Hecheln die Adams unseres PR-Paradieses nicht einem Phantom hinterher, dessen sie niemals habhaft werden? Schon gar nicht mit Aussicht auf Befriedigung? Vielleicht ist Nachdenken tatsächlich besser als Nachlaufen. Der Unterzeichner darf das einmal fragen, als einer der seinerzeit Ersten im Lande, denen die Messung von Kommunikationserfolg ein Anliegen war.

Mathias Scheben, Andernach

Internes – aus der Redaktion

PR-Nussknacker Februar/März 2007

Eigentlich kaum zu glauben: Wir warten auf Ihre Vorschläge! Bisher liegen nur zwei (!) vor. Sollte unser Award der guten PR-Ideen mangels Masse nicht funktionieren? Also, bitte bis zum 15. März Vorschläge einreichen! Nominieren Sie eigene oder fremde Aktionen für die 4. Runde des neuen PR-Awards. Jetzt noch Vorschläge für den nächsten PR-Nussknacker für Februar/März einreichen: www.pr-nussknacker.de.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 14 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.html

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 26 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat-trainee-praktikum/

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (23)

Titel [PR-Berater \(m/w\) mit einem Faible für Technik in Hannover gesucht](#)

Titel [Volontär/-in und Redakteur/in bei der Content Company in Köln](#)

Titel [coast communication sucht PR-Berater, Standort Hamburg](#)

Titel [CPF sucht Berater/in für Finanzkommunikation in Hamburg](#)

Titel [Stach's sucht Consultant \(m/w\)](#)

Titel [fischerAppelt sucht PR-Berater / Campaigner \(m/w\), Standort Hamburg](#)

Titel [sesaMedia-Kommunikation sucht PR-Assistent/in](#)

Titel [plan B communication sucht Trainees und Junior Consultant](#)

Titel [GlobalCom sucht PR-Berater/in zur Betreuung eines Internet Shopping Portals](#)

Titel [Gestandener Kundenberater/Projektleiter in Berlin gesucht](#)

Titel [geldermannKommunikation sucht PR-Assistent \(w/m\) und PR-Volontär \(m/w\) in Düsseldorf](#)

Titel [Media Consulta sucht Leitenden PR Redakteur \(m/w\) für Berlin](#)

Titel [Media Consulta sucht Senior PR Berater/in für Berlin](#)

Titel [PRpetuum sucht \(Junior-\)Berater/innen sowie Volontäre/innen](#)

Titel [MS&L International Public Relations sucht PR-Berater\(in\) und Junior-Berater\(in\)](#)

Titel [agencyCALL sucht PR-Berater/in](#)

Titel [Weber Shandwick Hamburg sucht Brand/Consumer/Lifestyle PR-Berater \(w/m\)](#)

Titel [Weber Shandwick Hamburg sucht e-commerce / Brand -PR-Berater \(w/m\)](#)

Titel [Kohl PR & Partner sucht Junior-Berater für das Bonner Büro](#)

Titel [marketeam creativ sucht Online-Redakteur\(in\)](#)

Titel [Dr. ZitelmannPB.GmbH sucht PR-Berater\(in\)](#)

Titel [PR-Berater\(in\) zu SCHWARTZ Public Relations in München](#)

Titel [GlobalCom sucht PR-Berater für den Bereich IT/TK](#)

Titel [PR-Berater / Campaigner \(m/w\) Corporate Communications, Standort Frankfurt](#)

In Unternehmen (1)

Titel [Die ADENION GmbH sucht Online-PR Allrounder \(m/w\)](#)

In Verbänden (Non-Profit) (1)

Titel [Sozialwerk sucht Persönlichkeit mit ausgeprägten kommunikativen Kompetenzen](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 05. März 2007 - 22:30 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.505 Empfänger** versandt.

Impressum:



© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer
Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-ff-), Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 10 Absatz 3 MDStV) (pfeffer@pr-journal.de); Ursel Reineke, Heidelberg (ursel@reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke@pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben@t-online.de), Neuwied; Volker Weber, Friedberg/Ts (volker.weber@volker-weber-consulting.de).

Ständige Kommentatoren: Dr. Stephan Hoursch, Frankfurt am Main (stephan.hoursch@klenkhorsch.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection@t-online.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg

Korrespondenten: Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver_buehler@web.de); Michael Bürker, München (michael.buerker@commendo.de); Daniel Fazekas, Budapest/Ungarn (daniel.fazekas@mmdcee.com); Frank Hupke, Calgary, Alberta/Canada (frank_hupke@gmx.de); Eric Metz, Hamburg (e.metz@gemeinsam-werben.de); Stefan Munko, Berlin (munko@dprg-berlin.de); Frauke Scheben, New York/USA (frauke.scheben@gmx.de)

Autoren: Daniel Barchet, Mannheim; Jan Birkenfeld, Braunschweig; Juliane Bötzel, Leipzig; Arne Borgards, Düsseldorf; Gernot Brauer, München; Lars-Christian Cords, Hamburg; Erich Dederichs, Bonn; Janine Döring, Düsseldorf; Rechtsanwalt Dominik Eickemeier, Köln; Stephan Fink, Wiesbaden; Oliver Fischer, Köln; Wilhelm Fuchs, Düsseldorf; Wolf-Dieter Gross, Berlin; Jörg Große, Hamburg; Andrejka Hage, Düsseldorf; Jörg Hoepfner, Leipzig; Andreas Hundt, Berlin; Richard Kastl, Freiburg/Br.; Alexander Kirsten, Frankfurt am Main; Professor Dr. Joachim Klewes, Düsseldorf; Dr. Stefan Kombüchen, Heidelberg; Wolfgang Kreuter, Düsseldorf; Cornelia Kunze, Hamburg; Markus Laue, Hanau/Klein-Auheim; Dieter Last, Montabaur; Ralf Laumer, Marburg; Josef Leis, Düsseldorf; Boris Mackrodt, Wiesbaden; Lutz Meyer, Düsseldorf; Hajo Neu, Heidelberg; Jörg Pfannenberg, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Peter Radunski, Berlin; Jana Räsche, Düsseldorf; Christine Rauscher, Tübingen; Nils Repke, Wiesbaden; Professor Dr. Lothar Rolke, Mainz; Lars A. Rosumek, Leipzig; Andreas Ryll, Mönchengladbach; Roland Schatz, Bonn; Corinna E. A. Schütt, Bad Soden-Salmünster; Dietrich Schulze van Loon, Hamburg; Julia Schweineberg, Münster; Udo Seidel, Köln; Gunnar Sohn, Bonn; Chris Tang, Peking/China; Oliver Tschirdewahn, Meerbusch; Nicole Volmer, Düsseldorf; Ernst-Walter Wehner, Marktredwitz; Lutz E. Weidner, Bad Honnef.

Rezensionen: Andreas Becker, (ars publicandi), Rodalben;

Katja Bickelhaupt, Frankfurt am Main; Franz M. Bogner, Wien; Daniel Florian (politik-digital), Berlin; Susanne Hartmann, Köln; Ines Hennig, Frankfurt am Main; Claudia Hilker, Düsseldorf; Christina Kahler, München; Katharina Knieß, München; Dr. Stefan Kombüchen, Heidelberg; Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg; Konstanze Pfeiffer, München; Manfred Piwinger, Wuppertal; PR+plus, Heidelberg (Koordination: Iris Zimmermann zimmermann@prplus.de); Beate Quilitzsch-Schuchmann, Heidelberg; Regina Raab, Bad Wildungen; Lars Rademacher, Ludwigshafen/Wolfsburg; Wolfgang Reineke, Heidelberg; Guido Reining, Hamburg; Corinna E. A. Schütt, Bad Soden-Salmünster; Norbert Schulz-Brudoehl, Remagen; Andreas Schultheis, Bonn; Christoph Seydel, Berlin; Julia Sommerhäuser (politik-digital), Berlin; Sabine Sturm (ars publicandi), Rodalben; Dr. Stefan Wachtel, Frankfurt am Main; Frank Wiesner, Biberach; Dr. Ansgar Zerfaß, Esslingen-Berkheim.

Marketing - MediaService: Ursel Reineke (marketing@pr-journal.de), Schloß Wolfsbrunnenweg 25, 69118 Heidelberg, Telefon: +49 (0)6221 165506 (Einträge Datenbanken I + II/Agenturen, Dienstleister, Ausbildung); Michael Seipelt (info@business-travel.de), Düsseldorf (Suchmaschinen-Marketing/Google-Werbung);

Anschrift:
Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)177 799.11.74

E-Mail: redaktion@pfeffer.de, redaktion@pr-journal.de, gerhard@pfeffer.de

URL: www.pr-journal.de, www.pr-journal.at; www.pr-journal.ch; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info; www.pr-journal.net; www.prjournal.de; www.prjournal.eu, www.agenturcafe.de, www.neues-prportal.de, www.przentrum.de, www.pr-nussknacker.de.