

PR-Journal-Newsletter

Nr. 108 / 15. + 16. Woche 07

Seite. 1 _____

Künstlersozialabgabe auch bei Testimonial-Werbung

Von einem für die Kommunikationsbranche wichtigen (weil kostenträchtigen) Urteil in Sachen Künstlersozialabgabe berichtet Compliance-Magazin.de am 16. April. Zum Urteil: Was haben Dirk Nowitzki, Boris Becker und Michael Schumacher gemein? Richtig. Sportler. Was noch? Auch richtig, sie machen Werbung. Schumacher für Autos, Becker für Bier und Nowitzki treibt für eine Direktanlagebank seinen Baseball über das Feld, schwingt sich mit einem lässigen Sprung Richtung Korb auf und versenkt den Ball. Volltreffer, dachte sich die Bank. Gute Werbung. Volltreffer, dachte sich auch die Künstlersozialkasse und schwang sich auf, von der Bank Künstlersozialabgaben einzufordern. Vor dem Hessischen Landessozialgericht bekam sie nun Recht.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Frauen verdienen 22 Prozent weniger als Männer

Noch immer verdienen Frauen weniger als Männer. Ihr durchschnittliches Monatseinkommen liegt rund 22 Prozent unter dem der Männer. Dies ergibt eine Online-Befragung des WSI-Tarifarchivs, an der sich inzwischen rund 68.000 Beschäftigte in Deutschland beteiligt haben. Ihre Auskünfte liefern auch die Daten für den FrauenLohnSpiegel. **Die Daten sind vor allem für die Kommunikationsbranche besonders**

peinlich: wie die Bild-Zeitung am 11. April berichtete, weist der Vergleich Pressereferent zu Pressereferentin die höchste prozentuale Differenz in der Bezahlung aus: 39,2 Prozent! (3231 Euro zu 1.964 Euro). Bei den Redakteuren ist die Differenz bei 17,8 Prozent - also auch noch ziemlich hoch.

Die Gründe für diese Unterschiede sind vielfältig: Zum Teil sind sie zu erklären mit häufigerer Berufsunterbrechung, kürzerer Berufserfahrung, weniger Führungspositionen und partiell geringerer Qualifikation von Frauen. "Zahlreiche Studien zeigen jedoch: Es gibt immer noch eine Lohndiskriminierung. Nach wie vor bekommen Frauen für die gleiche Arbeit weniger Geld als Männer." So der Leiter des WSI-Tarifarchivs, Reinhard Bispinck.

Die Daten des WSI-Frauenlohnspiegels sollen dazu beitragen, mehr Transparenz bei Löhnen und Gehältern zu schaffen und speziell die Gehaltsunterschiede zwischen Frauen und Männern zu beleuchten. Jede Frau (und jeder Mann) kann im Internet überprüfen, welche Löhne und Gehälter in einzelnen Berufen tatsächlich gezahlt werden und ob die Frauen dasselbe Einkommen wie ihre männlichen Kollegen erhalten. (www.frauenlohnspiegel.de und www.lohnspiegel.de)

Personalien _____

Ex-H&K-CEO Schröder zu wbpr

Anfang Mai steigt der ehemalige CEO von Hill & Knowlton Deutschland Michael T. Schröder (57) als Geschäftsführender Gesellschafter bei der PR-Agentur wbpr Gesellschaft für Public Relations und Marketing (GPRA) ein. Er soll sich um Neugeschäft und Internationalisierung kümmern. Die Agentur hat ihren Hauptsitz in Unterföhring bei München und Büros in Berlin, Potsdam und Budapest. Sie wurde 1980 von Dietrich Freiherr von Gumpfenberg gegründet.



zum neuen DPRG-NL



- Anzeige -



NEWBASE SERVICE ANALYST

- Quantitative und qualitative Medienanalysen
- Individuell festgelegte Bewertungsmaßstäbe
- Kommentierter Bericht
- Mitgelieferte Analyse-Software
- Online-Kundenportal

Personalien compact (22) (15.KW-07)

01: **Maren Herbst** (39) wurde neue Pressesprecherin der Allianz Pro Schiene in Berlin.

02: **Martin Riecken** (41) leitet seit März die Konzernkommunikation der Deutschen Lufthansa AG für Nord- und Südamerika mit Sitz in New York. Zuvor war er von 2005-2007 bei der Cateringtochter LSG Sky Chefs für die Kommunikation in Deutschland und Europa verantwortlich und leitete von 2000-2005 die Onlinekommunikation von Lufthansa.

03: **Christian Arns**, bisher Studienleiter bei der Deutschen Presseakademie (depak), wechselt zur neu gegründeten Stiftung Bürgermut. Der ehemalige taz-Journalist und Pressesprecher von Bundesjustizministerin Herta Däubler-Gmelin (SPD) ist seit Monatsbeginn Stellvertretender Stiftungs-Geschäftsführer. Die neue Stiftung will vorbildliches gesellschaftliches Engagement bekannt machen und so weitere Menschen ermuntern, die positiven Erfahrungen Anderer zu nutzen. Stifter ist der einstige Weingroßhändler, CDU-Bundestagsabgeordnete und Berliner Senator Elmar Pieroth.

04: **Adrian Schaffranietz** (34) verstärkt ab Juli 2007 als Senior-Berater die Agentur JP!KOM, Düsseldorf und Frankfurt am Main. Schaffranietz

wird unter anderem für die Weiterentwicklung des Leistungsbereichs Internationale Kommunikation verantwortlich sein. Schaffranietz schließt derzeit seine Promotion an der Universität Leipzig ab. Zuvor war er bei den PR-Agenturen KOOB und JFK als Consultant und Senior Consultant tätig. Schaffranietz sammelte internationale PR-Erfahrungen in Schottland, in Polen und in den Niederlanden.

05: **Patrick Fischer** (37) wechselte von der Deutschen Bank als Pressesprecher zur DEPFA Bank in Frankfurt am Main. **Eric Schuh** (32) wurde neuer Head of Investor Relations. Er kam von der Hannover Rückversicherung.

06: **Michael Fischer** (33) verstärkt als PR-Manager das Team von Kerry Logistics Central Europe in Hamburg.

07: **Katrin Kraft** (25) arbeitet jetzt als PR-Redakteurin für Programminformation beim Fernsehsender Vox in Köln. **Chantal Guerrero** (40) verlässt den Sender zum 30. April. Sie war zuletzt Pressereferentin in der Abteilung Kommunikation und Presse.

08: **Melanie Thieme** (30) wirkt nun bei Laub & Partner in Hamburg als PR-Juniorberaterin. Auch **Jens Heickmann** (33) arbeitet dort nun als Trainee. Zum PR-Juniorberater ist **Daniel Seegers** (28) aufgestiegen. Diese Funktion hat nun auch **Anny-Margrit Kurpiela-Geuther** (28).

09: **Christoph Grote** (41) wird am 1. November neuer Chefredakteur der "Stuttgarter Nachrichten" - als Nachfolger des (nach 28 Jahren) in den Ruhestand gehenden **Jürgen Offenbach** (65).

10: **Cordula Lachmund** (43) wechselt von SC Johnson Wax zu simyo, um dort als Pressesprecherin die in Elternzeit gehende **Ira Reckenthäler** zu ersetzen.

11: **Stefanie Braun** (35) leitet jetzt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim TV-Sender DMAX. Sie kommt von Metro-Goldwyn-Mayer Networks



komm.passion



Medien-Analysen mit Qualitätssiegel!
Wir sind AMEC-Mitglied

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

Deutschland.

12: **Markus Gaier** (44) verstärkt bei der Kommunikationsagentur komm.passion (GPRA) in Berlin den Public-Affairs-Bereich. Er wird den Hauptstadtstandort der Düsseldorfer Agentur zusammen mit Annegret Winzer leiten und ausbauen. Er wechselt von der ortsansässigen Media Consulta.

13: **Carlos Mendez** (42) hat bei Borland in Langen die Verantwortung für den Marketing- und Kommunikationsbereich in der DACH-Region übernommen. Er kommt von Interroute Communications.

14: **Alain Egli** wechselt vom Journalismus zum Gottlieb-Duttweiler-Institut in Zürich, um dort die neugeschaffene Position als Leiter PR & Communications zu übernehmen.

15: **Robert Trenkel** (41), zuvor als selbstständiger Berater unter anderem für T-Com tätig, verstärkt ab sofort die Geschäftsleitung von achtung! kommunikation (GPRA) in Hamburg.

16: **Olga Gnedina** (28) wechselte von der Agentur für Öffentlichkeitsarbeit Karoline Becker in Bonn als Associate zur ortsansässigen APCO Deutschland.

17: **Yvonne Teutsch** (28) unterstützt als Projektleiterin die Kommunikationsagentur plenum stoll & fischbach in Herrenberg. Neu dabei ist ebenfalls **Adam Przybyla** (25).

18: **Tanja von Frowein** (28) arbeitet jetzt als Projekt Managerin Marketing im Bereich Presse und Events bei Robeco - The Investment Engineers in Frankfurt am Main.

19: **Mario Rosendahl** (34) wirkt jetzt ehrenamtlich als stellvertretender Vorsitzender der Landesgruppe Norddeutschland der DPRG. In seinem Hauptberuf ist er Geschäftsführer von Eyecansee Communications in Hamburg.

20: **Susanne Metz** (37) wurde PR & Marketing Manager der CGS Publishing Technologies in Hainburg. Sie kommt von der Agentur Burson-Marsteller.

21: **Stefan Thies** (50) wurde vom BOC 2009, dem Organisationskomitee für die 12. IAAF Leichtathletikweltmeisterschaften in Berlin zum Pressesprecher berufen - meldet der "PR Report".

22: Ebenfalls im PRR entdeckt: **Kai Löbert** (38) verlässt Ende Mai nach sechs Jahren seinen Job als Leiter Public Relations von Weka Business Information. Er übernimmt die Leitung Unternehmenskommunikation und Event der Mediengruppe Pressedruck in Augsburg.

Etats

Etats compact (17) (15.KW-07)

01: Mobility Concept (Flottenleasing), München
an: **PRint**, München

02: AraCom Software, Augsburg
an: **epr - elsässer public relations**, Augsburg

03: TÜV Hessen (Initiative TÜV Kids), Frankfurt am Main
an: **Fink & Fuchs Public Relations**, Wiesbaden

04: Resort "Camping Schluga Welt", Hermagor-Presseggersee + Hotel "Krallerhof", Leogang + Golfakademie des Landhotels "Kleebauer", Mühlviertel/Österreich + Gitschtal in Kärnten + Hotel "Carinzia", Falkenstein
an: **PR-/Medienbüro Dialog Weller**, Siegen

05: Lauritz.com (Internetplattform für Qualitätsauktionen), Hamburg
an: **Straub & Linardatos**, Hamburg

**Integrierte Analysen
für integrierte Kommunikation**

www.kommunikationsanalysen.de

E.A.Z.-INSTITUT

PRIME RESEARCH

06: Vodafone Deutschland (Medium "Vodafone Politikdialog"), Düsseldorf
an: **Plato Kommunikation**, Berlin

07: ABN Amro Bank Deutschland (Zertifikatebereich), Frankfurt am Main
an: **public imaging - Agentur für Investor und Public Relations**, Hamburg

08: Cesra Arzneimittel (Abdomolin N), Baden-Baden
an: **Hübner & Sturk Forte Gesundheitskommunikation**, Bensheim

09: Sun Promotions, Hanau
an: **PR Solutions by Melanie Schacker**, Kleinostheim

10: Mindfactory, Wilhelmshaven
an: **PR4YOU**, Berlin

11: Hutdesignerin Fiona Bennett, Berlin
an: **Publicis Consultants | Deutschland** (GPRA), Berlin

12: Deutscher Leichtathletik-Verband (DLV) (Bewegungscamps 2007), Darmstadt
an: **Roth & Lorenz**, Stuttgart

13: LocationCinema, Hamburg
an: **ZPR**, Hamburg

14: Value Retail (Luxus Outlet Shopping), München
an: **F&H Porter Novelli**, München

15: Schneekoppe, Seevetal
an: **4PR Consulting**, Meerbusch

15: Industrial Management Group (IMG), München
an: **Sage & Schreibe PR**, München

16: Europäische Reiseversicherung + Mercur Assistance, München
an: **Wächter & Wächter**, München

17: coma creativ orientierte münchener agentur + Blue Cell Networks, Bamberg
an: **Koschade PR**, München

Branche

Branche compact (9) (15.KW-07)

01: Die angekündigte **Gründung von JP | Consultants** als Schwesterfirma von JP | Kom, Düsseldorf/Frankfurt am Main wurde am 23. März vollzogen. Die Neugründung bündelt die bisherigen Agentur-Beratungsaktivitäten im Bereich Management- und Marketingberatung - von der Marktforschung und Analyse über die Entwicklung von Strategien und Konzepten bis hin zur Implementierung und operativen Unterstützung.

02: 28 Gold-Awards verliehen die drei Fachjuries beim 15. „**COMPRIX – Preis für innovative Healthcare-Communication**“ (2006: 29 Gold-Awards). 3 davon gehen nach Österreich. Die Preise werden am 11. Mai in München (Muffathalle) verliehen. Dann werden auch die Preisträger erstmals öffentlich genannt. Infos: www.comprix.com.

03: Medienjournalistin Elke Löw (40) machte sich in München mit ihrer Agentur LöwKomm selbstständig. Sie war zuletzt Leiterin der Entwicklungsredaktion des Europa Fachpresse-Verlages und führte das Ressort Specials der Fachzeitschrift "w&v".

04: Allen Grund zu feiern hat das Team der Agentur **conjoin communication** in Frankfurt am Main. Am 1. April feierte das mittlerweile achtköpfige Berater-Team um Rezzan Güvenir und Tom Koch ihr zweijähriges Bestehen. Neben Kunden der ersten Stunde wie 20th Century Fox, MGM, das Flirt- und Single-Portal HOTorNOT und das Musik-Label ckp Records konnte die Agentur im Laufe der ersten zwei Jahre weitere namhafte Kunden mit spannenden Projekten und Etats gewinnen. Twentieth Century Fox Home Entertainment, Splendid Film, Icelandair und ATARI Deutschland vertrauen ebenfalls der Kreativschmiede aus Frankfurt.

05: Die Interel Gruppe, eine der führenden europäischen Agenturen für strategische Kommunikation, und die Claudia Conrad Unternehmensberatung, Public Affairs Spezialist seit vielen Jahren in Bonn und Berlin, haben ihre Kräfte gebündelt und zum 1. April die **Interel Claudia Conrad GmbH** mit Sitz in **Berlin gegründet**. Interel Claudia Conrad wird sich im

Wesentlichen auf Public Affairs Projekte im Bereich des klassischen Lobbying, des Coalition Building und des Issue Management in den zentralen Feldern der Energie- und Umweltpolitik, der Finanzmarktfragen, des ITK-Sektors und der Gesundheitspolitik konzentrieren.

06: PR-Consultant Stefanie Jarantowski von Leipziger & Partner PR (GPRA), Büro Berlin organisiert als PR-Beauftragte des Rotaract Deutschland Komitees vom 13. bis 15. April die **Rotaract PR-Days**: Ein Wochenende in Bad Saarow bei Berlin, an dem qualifizierte Experten 30 Rotaracter in professionellen PR-Tools trainieren. Weitere Informationen: www.pr-days.de.

07: Die in München ansässige Kommunikationsagentur **MARoundPARTNER Werbung und Public Relations** schloss das Geschäftsjahr 2006 mit einem Umsatz von 2,45 Millionen Euro ab. Gegenüber dem Jahr 2005 stellt dies einen Umsatzzuwachs um über sieben Prozent dar. Für die Agentur war es das beste Geschäftsjahr in der vierundzwanzigjährigen Firmengeschichte.

08: **Krisen-PR-Studie: Wie gehen Unternehmen mit Gegenöffentlichkeiten um?** Korruption, Rotlichtskandale oder Massenentlassungen: Selbst renommierte Unternehmen wie Siemens, Volkswagen oder Airbus sind nie vor dem PR-Gau sicher. Um das Image nicht vollends abstürzen zu lassen, sollten Unternehmen vor allem eines bieten: Offenheit zum Dialog. Dies meint die Mehrheit der 362 Öffentlichkeitsarbeiter, die Sabine Maschler für ihre Diplomarbeit an der Universität Wien befragte. Die mit Note Eins bewertete Diplomarbeit hat Autorin Maschler als Download-PDF veröffentlicht. Der direkte Link zur Studie: www.academic-transfer.de/shop/studien/0234.php.

09: **Obwohl Mobile Marketing oft als neuer Trend angeführt wird, hat es in der Praxis fast keine Bedeutung.** Von zwölf wichtigsten Online-Marketing-Themen bildet es das Schlusslicht. Dies ergab eine vom Dienstleisterverzeichnis marketing-Börse durchgeführte Anwenderbefragung. "Fehlende Endgeräte und hohe Datentarife sabotieren derzeit alle Mobile-Marketing-Aktivitäten", beklagt Studienautor Torsten Schwarz. Auch das Modethema Web 2.0 wird überschätzt. Nur 36 Prozent der Unternehmen setzen derzeit Weblogs ein. Die Ergebnisse der Befragung stehen unter

www.marketing-boerse.de/Fachartikel/details/Trends-07 bereit.

Medien

Medien compact (4) (15.KW-07)

01: Der Online-Werbemarkt entwickelt sich ungebrochen positiv. Die Online-Bruttowerbeaufwendungen für das Gesamtjahr 2006 betragen 1,9 Milliarden Euro und übertreffen damit die ohnehin hohen Erwartungen der Experten. Die Hintergründe dieser positiven Entwicklung beleuchtet der **Online-Report 2007/01** des Online-Vermarkterkreises (OVK) im BVDW, der ab sofort zur Verfügung steht. Der Report stellt die wichtigsten Marktzahlen und Ergebnisse des Online-Werbemarktes zusammen und hat sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Informationsleitfaden für die werbetreibende Industrie und die interessierte Öffentlichkeit entwickelt. Zum Download: www.bvdw.org/marktzahlen/basispraesentationen.html.

02: Die **Nettowerbeumsätze der Publikumszeitschriften** erreichten 2006 insgesamt 1,85 Milliarden Euro - laut VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger, Berlin. Damit investierte die werbetreibende Wirtschaft 3,6 Prozent mehr Werbegelder als noch 2005.

03: Die **globale Unternehmens-Website der Siemens AG** (www.siemens.com) belegt im neuen Financial Times/Bowen Craggs-Index den ersten Platz. Die Studie bewertet die Qualität der angebotenen Inhalte und Services für die typischen Unternehmenszielgruppen. Untersucht wurden Webauftritte der nach Börsenwert jeweils 20 größten Unternehmen in USA, Europa und dem Rest der Welt.

04: **Knut und die erzwungene positive Berichterstattung**: Journalisten erhielten nur dann Zugang zum Pressebereich des Zoos im Internet, wenn sie sich verpflichteten, die dort zur Verfügung gestellten "Materialien nicht für Darstellungen zu verwenden oder zu überlassen, die die Zoologischer Garten Berlin AG oder ihre Mitarbeiter in einem ungünstigen Licht erscheinen lassen", kritisierte der DJV.

Services + Tipps

DJV mit neuen Broschüren für Selbstständige

Neue Maßstäbe in der Ratgeberliteratur für freie Journalistinnen und Journalisten setzt das DJV-Handbuch für Freie, das auf 512 Seiten über Grund- und Detailfragen der Tätigkeit freier Journalisten informiert. Das Autorenteam aus freien Journalisten und DJV-Experten widmet sich allen berufsrelevanten Fragen: Marktchancen, Möglichkeiten der Selbstvermarktung und Netzwerkbildung, Presse- und Urheberrecht, soziale Absicherung, Steuern, Auslandstätigkeit und Technik. Spezielle Kapitel widmen sich Arbeitsbereichen wie Tageszeitungen, Zeitschriften, Bildberichterstattung, Online, Rundfunk (TV und Hörfunk) sowie PR.

Praxistipps zu den Themen "Was tun bei Urheberrechtsverletzungen?", "Gründe für den Steuerberater" oder "Frei arbeiten mit Kindern" unterstreichen den Anspruch des DJV-Handbuchs, konkrete Hilfe bei der täglichen Arbeit zu bieten. Abgerundet wird das Werk durch Vertragsmuster und eine umfangreiche Adress-Sammlung.

Das Buch ergänzt die DJV-Schriftenreihe, die für Freie auch weitere Infos bietet: so die Zusammenstellung "Vertragsbedingungen und Honorare" (soeben erschienen), "Tipps für Freie" und "Steuertipps für Journalisten" (erscheint im Mai).

Die Broschüre kann direkt im Shop der DJV-Verlags- und Service-GmbH unter www.djv.de/service/shop oder über den Buchhandel bestellt werden (ISBN 978-3-935819-23-7), Preis: 20,00 Euro (zzgl. Versandkosten).

Update KROLLselect: Wirtschaftszeitungen und Publikumsmagazine

Mit 23.000 Exemplaren ist in diesen Tagen das aktuelle KROLLselect erschienen, das Update der Top-Wirtschaftsmagazine, -zeitungen und

Publikumsmagazine in Deutschland. Das handliche DIN A6 Booklet liegt regelmäßig auf den Schreibtischen der Kommunikatoren in Wirtschaft, Medien, Gesellschaft und Politik.



Im nunmehr dritten Update wurde wieder eine top-aktuelle Sammlung von Redaktionskontakten recherchiert. Inhalt diesmal: Alle auflagenstarken Print-Medien, die Maßstäbe in Sachen Journalismus und Resonanz setzen. Inklusive detaillierter Kontakt-Informationen zu Adress-, Telefon- und Faxnummern, Internet, eMail, sowie den Ansprechpartnern der Chef- und Wirtschaftsredaktionen.

Aus dem Kroll Verlag stammen auch die bekannten Presse-Taschenbücher, seit vier Jahrzehnten nützliche Kommunikationsshelfer für jeden, der mit Medien zu tun hat. **Das neue KROLLselect gibt es übrigens als gemeinsamen Service kostenlos beim "PR-Journal" - formlos per Mail anfordern: kroll-select@pr-journal.de.**

Ehegatten-Arbeitsverhältnis (mit Vertragsmuster)

Arbeitet ein Ehepartner im Unternehmen des Ehegatten mit, ist dies allgemein mit steuerlichen Vorteilen verbunden. Wir erläutern, wie Sie diese optimal nutzen. Gleichzeitig zeigen wir die Stolperfallen und sagen, wie Sie sie umgehen - denn der Fiskus beäugt Ehegatten-Arbeitsverhältnisse besonders argwöhnisch. Damit Sie auf Nummer Sicher gehen, geben wir Ihnen einen Muster-Arbeitsvertrag zur Hand.

Den Artikel von Josef Ellenrieder [bei akademie.de](http://bei.akademie.de) [hier weiterlesen](#).

Service compact (6) (15.KW-07)

01: Die zehnte Ausgabe Juni 2006 des **Kreativ-Katalogs** (270 S.) der **Medienregion Stuttgart** liegt unter dem Titel „**Hands on - Bitte in die Hand nehmen**“ vor. Er wird herausgegeben von der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH und fand beim 3. Süddeutschen Kommunikations-Forum am 28. März wegen seiner umfassenden Dokumentation der Kreativwirtschaft aus den 179 Kommunen der Region große Beachtung. Design

und Text der sich selbst darstellenden Unternehmen, Kommunen und Verbände spiegeln die Realität der tatsächlich vorhandenen Kreativität wider. Unter dem Leitthema der Hände treffen sich Design (Architekten), Digital, Event, Film und Foto, Kultur, Musik, Verlag, Werbung, PR u.a. (ISBN 3-9808347-8-6-X).

02: Informativ ergänzend ist eine **Broschüre „Kreativ!“** vom September 2006, herausgegeben von der **IHK Region Stuttgart**, Stadt Ludwigsburg, der Landeshauptstadt Stuttgart, der Baden-Württemberg mbH (Innovationsagentur des Landes für IT und Medien). Neben einer Zusammenschau des Kreativ-Focus in Deutsch und Englisch sind vor allem die umfassenden Internet-Adressen der Unternehmen zu erwähnen.

Kontakt und Bezug der Kataloge: Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH, GB Medien und Dienstleistungen, Bettina Klatt, Friedrichstr. 10, 70174 Stuttgart, Telefon (0711) 22 835-22, medien@region-stuttgart.de, www.medien.region-stuttgart.de.

03: Die ersten Änderungen der **Gesundheitsreform 2007** sind in Kraft: Seit April können gesetzlich Krankenversicherte spezielle Tarife wählen, Vorsorgeuntersuchungen werden wichtiger und es besteht generelle Versicherungspflicht. Das ist aber erst der Anfang: Bis 2009 sind weitere Reformschritte geplant. Die Berliner **Stiftung Warentest erklärt online alle wichtigen Punkte** der Gesundheitsreform und informiert auch weiterhin, sobald Details geklärt sind. Zum Special: www.nl.test.de/newsletter2/out/p.php?a=92a1b1a4ae5b397014eae92d23b7cf9205996.

04: Da auch **Pressemitteilungen vom Urheberrechtsgesetz geschützt** seien, dürfen sie nicht ohne Genehmigung im Internet veröffentlicht werden. Dies hat jüngst das Landgericht (LG) Hamburg entschieden (Az. 308 O 793/06[1], PDF-Datei: http://www.medien-internet-und-recht.de/pdf/vt_MIR_Dok_117-2007.pdf). Das Verbot gilt aber nur dann, wenn nicht die Quelle genannt wird. Auch Mitteilungen von Behörden und Gerichten dürfen ohne gesonderte Genehmigung online gestellt werden.

05: Eine löbliche Fleißarbeit in **Wikipedia** und damit ein guter Informationsüberblick: **Stichworte zur Kategorie Öffentlichkeitsarbeit**. Stöbern Sie mal hier: <http://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:%C3%96ffentlichkeitsarbeit>.

06: Und wieder einige interessante Wirtschaftsdaten aus dem Hause Statistisches Bundesamt in Wiesbaden:

- die **Verbraucherpreise** sind im März 2007 gegenüber dem Vorjahresmonat um 1,9 Prozent gestiegen.

- 144,8 Milliarden Euro wurden 2005 **für Bildung ausgegeben**. Das macht 6,5 Prozent vom Bruttoinlandsprodukt.

- Die **Internetnutzung** hat sich im März um weitere 4,9 Prozent verbilligt, **Mobiltelefonieren** wurde 3,3 Prozent billiger.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

1. Karrieretag Politik & Beratung

Das Recruiting Event spezielle für die Branche Politik & Beratung erwartet Studenten, Absolventen und Young Professionals am 24. Mai in Berlin. Kommunikationsagenturen, Unternehmensberatungen und Verbände stellen sich interessierten Studenten, Absolventen und Young Professionals vor. Eine Podiumsdiskussion zum Thema „Politik & Beratung als Beruf“ eröffnet um 17:00 Uhr die Kontaktmesse. Bereits während der Diskussion können allgemeine Fragen gestellt und erste Anknüpfungspunkte gefunden werden, bevor die Teilnehmer anschließend die Möglichkeit erhalten mit potentiellen Arbeitgebern ins Gespräch zu kommen. Qualifizierte Bewerber können sich im persönlichen Gespräch vorstellen und das Recruitment Engagement der Unternehmen kennen lernen. Weitere Infos: www.bjp.eu.

KommForum - 3. Süddt. Kommunikations-Forum

Zusammenfassender Tagungsbericht: In der **Marktbude 1** ging es um das Thema Kommunikation und Marketing unter der Diskursschlagzeile „**Wie Web 2.0 die Welt verändert**“, während die Experten vorher im Foyer schon augenzwinkernd über das „Projekt Web 3.0“ der Kommunikationsfreunde Andeutungen machten.

Fakten und Daten: Für Menschen unter dreißig Jahren ist das Internet das Leitmedium. Brauchen sie Informationen zu einem bestimmten Thema, suchen sie im Internet: Für mehr als 80 Prozent der 14- 29-Jährigen ist das Netz die erste Informationsquelle. Bei Älteren spielen TV, Radio und Printmedien eine wesentlich größere Rolle. „Das Internet teilt die Generationen“, sagte Ewald Wessling in seinem beeindruckenden Vortrag. Er unterschied zwischen den „digital natives“, den unter 30-Jährigen, die mit Computern und Internet aufgewachsen sind, und den „digital immigrants“. „Wer nicht mit dieser Technik groß geworden ist, dem wird sie immer ein Stück weit fremd bleiben - die Jungen nutzen das Internet auf ganz andere Art. E-Mail ist für sie das Kommunikationsmittel ihrer Eltern, es ist alt.“
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Termine compact (8) (15.KW-07)

01: Der Fachkongress "Community Summit 2007" der Initiative Social Web World findet vom 8. bis 10. Mai in Wiesbaden statt. Der Community Summit präsentiert und analysiert unterschiedliche Community-Ansätze von Unternehmen und Plattformen. Macher und Mitglieder der Nutzergruppen tauschen sich über Erfolgsfaktoren und Potenziale von Communities aus. Infos unter www.community-summit.de.

02: In PR-Fachkreisen wird zurzeit heftig darüber diskutiert, was neue Formate wie Podcasts, Weblogs oder Wikis und die veränderte Mediennutzung für die Kommunikation bedeuten. In einem **Workshop am 4. Mai in Münster** soll diese Diskussion vertieft werden. Von dem PR-Online-Experten Ulf-Hendrik Schrader erfahren die Teilnehmer, wie sie die Chancen von **Web 2.0** für Ihre PR nutzen und den vorhandenen Risiken optimal begegnen. Infos: www.complus-network.de.

03: Der **European Communication Summit** findet am 11. und 12. Juni in Brüssel statt. Dabei treffen Europas führende Kommunikations-Direktoren und Vertreter der Kommunikationsbranche aufeinander. Infos: www.communication-summit.eu.

04: Die **Multimedia-Konferenz "Zeitung online"** findet am 12. und 13. Juni in Potsdam statt. Infos beim Veranstalter Bundesverband Deutscher

Zeitungsverleger BDZV und unter www.ifra.com/events.

05: Die Göttinger Strategieggespräche der Privaten Fachhochschule stehen am 15. Juni unter dem Thema "**Wie entstehen erfolgreiche Kultmarken?**". Infos: www.pfh-goettingen.de.

06: Die **DPRG-Regionalgruppe Bayern** veranstaltet am 3. Mai das **Seminar "Empirische Methoden für PR-Praktiker"** mit Jella Hoffmann von der LMU München. Infos: <http://dprg.enpress.de/anhang.aspx?ID=1304063>.

07: Nach dem Erfolg im März hat **maassen+partner** am 7. Mai in Düsseldorf einen weiteren Termin angesetzt für den **Profi-Workshop "Weblogs - Chancen und Risiken für die Unternehmenskommunikation"**. Viele Menschen schätzen nach neuesten Umfrageergebnissen die Glaubwürdigkeit bestimmter Weblogs höher ein als die der klassischen Medien. Weblogs können nicht länger ignoriert werden. Für die Unternehmenskommunikation sind Blogs Risiko und Chance zugleich. Details unter www.convento.de/events/workshop_weblog.html.

08: Wo liegt die Grenze zwischen Produkthinweis und Schleichwerbung? Was muss man für einen rechtlich einwandfreien Online-Auftritt beachten? Rechtsfragen in der Öffentlichkeitsarbeit stellen für Fachkräfte oft eine Schwierigkeit dar. Sicherheit und Souveränität im Umgang mit diesem Thema vermittelt der **media workshop "Rechtliche Grundlagen der Pressearbeit"** von news aktuell. Das Seminar findet am 7. Mai in Hamburg und am 26. September in München statt. Infos: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de/workshop/758>.

PR-Profil

PR-Profil 2: Ralf Ansorge, Profilwerkstatt, Darmstadt

In dieser Rubrik veröffentlichen wir künftig in Kooperation mit [PR+plus](http://www.pr-plus.de), Heidelberg, Porträts und Profile von Menschen, die sich im Arbeitsbereich Public Relations qualifiziert haben. Im PR-Profil Nr. 2 ein Interview mit Ralf Ansorge (37),

Geschäftsführer der Agentur Profilwerkstatt in Darmstadt.

PR+plus: Herr Ansorge, Sie haben beim Darmstädter Echo ein Volontariat absolviert, als Journalist gearbeitet – inzwischen sind Sie Geschäftsführer einer PR-Agentur. Gab es entscheidenden Erlebnisse oder Entwicklungen, die Sie bewogen haben, die Seiten des Schreibtischs zu wechseln?

Ralf Ansorge: Das war ein fließender Prozess. Als Journalist kann man es sich erst mal nicht vorstellen, PR zu machen. Als Corporate Publisher verliert man die Scheu – und erkennt gleichzeitig, dass gute, also glaubwürdige PR nichts mit der Lobhude-PR zu tun hat, wie sie immer noch zu oft praktiziert wird. Die Herausforderung, journalistische PR zu machen, war das Reizvolle.

Das komplette Profil  [hier als PDF herunterladen 234.91 Kb.](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... die wirtschaftlichen Realitäten des Arbeitsmarktes



Guten Tag! Zu Ostern hat die SPD der Bevölkerung ein Ei geschenkt, das beim Aufmachen gehörig stinkt. Die Partei will die Bevölkerung mit neuen Regularien am Arbeitsmarkt beglücken. Leiharbeit und flexible Beschäftigung sollen eingeschränkt werden. Anlaß dafür ist eine Vorlage der Europäischen Kommission. Sie will in einem Grünbuch einheitliche europäische Standards im Arbeitsrecht schaffen und damit die Flexibilität und die Rechte der Menschen auf dem Arbeitsmarkt stärken.

Das klingt eigentlich gut, ist es aber nicht; denn die wirtschaftlichen Realitäten des Arbeitsmarktes werden übersehen. Es gibt bereits heute in vielen EU-Ländern Kündigungsvorschriften und Arbeitszeitverordnungen sowie weitere Regelungen, die den Unternehmern die Lust an Einstellungen verleiden. Vor allem aber wird

völlig übersehen, daß auch die Arbeitnehmer höchst unterschiedliche Vorstellungen über ein Arbeitsverhältnis haben. Sie sind schließlich Individuen in höchst unterschiedlichen Lebenssituationen und mit unterschiedlichen Ansprüchen. Das gilt besonders für verheiratete Frauen, die eine vorübergehende Beschäftigung suchen, weil sie beruflich nicht einrosten oder einfach unter Menschen sein wollen. Kündigungsfristen oder Arbeitszeiten müssen für sie flexibel sein. Sie selbst möchten ihre Freiheit nicht begrenzen – aber Politiker wollen es.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Pfeffer&Salz&Senf

Oettingers Kommunikations-GAU

Der Volksmund hat mal wieder recht: nirgends wird mehr gelogen als bei Grabreden. Und auch eine andere Weisheit hat sich bewahrt: irgendein blödes Rindvieh wird kommen und das Gras abfressen, das über eine Sache gewachsen ist. Die peinliche Causa Hans Filbinger war schon längst vergessen, die Konsequenzen (zwar mühsam) gezogen und der uneinsichtige schwäbische Dickkopf konnte unbehelligt altern. Nun ist er gestorben. Und sein Nach-Nach-Nachfolger Günther Oettinger musste die Totengedenkrede halten. Und die ging so was von daneben.

War die Rede aber schon schlimm genug, so wurde ihre peinliche und negative Wirkung noch übertroffen durch einen ersten Versuch der Rechtfertigung mit den üblichen Floskeln: Missverständnis, Fehlinterpretation und Aus-dem-Zusammenhang-gerissen. Als nächstes folgte eine laue Entschuldigung bei den ggf. Betroffenen. Vierter Akt? Nazi-Widerständler Filbinger wird posthum ausgezeichnet - oder Rücktritt? Die hirnlosen südwestdeutschen schwarzen Helfershelfer prügeln ja nun schon gegen die Juden. Aber das hat Herr Oettinger ja nicht gewollt!?

Oettinger hat anscheinend total unfähige Berater - wer sich aber schlecht beraten lässt, disqualifiziert sich selbst. Sein Landsmann und CDU-Parteifreund Philipp Jenninger könnte als gutes Beispiel dienen: der ist wegen einer verunglückten Kriegsendereder als Bundestagspräsident zurück getreten. Aber

Anden-Paktierer kleben wohl stärker zusammen (übrigens haben seine Paktfreunde und Kollegen Koch, Müller und Wulff bisher standhaft geschwiegen).

Ganz im Gegensatz zur CDU-Parteivorsitzenden und Bundeskanzlerin Angela Merkel, die Oettinger sogar aus dem Urlaub heraus anrief und ihn kritisierte, um sich anschließend öffentlich zu distanzieren. Nicht nur, weil nun hoffentlich ein Konkurrent weniger da ist - dies war eine löbliche Reaktion: Führungsqualität eben. Für meinen Landsmann Günther Oettinger muss ich mich wohl weiter schämen.

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

P.S.: Jetzt wird gemeldet: Günther Oettinger hat sich am 16. April spätnachmittags in Berlin öffentlich entschuldigt und sich von seiner Rede distanziert (unter Mithilfe des CDU-Parteipräsidiums). Zu spät – meine ich, der Schaden ist angerichtet. So was darf einem Politiker der Führungsambitionen hat einfach nicht passieren!

Political Affairs: „Ich hab’ die Haare schön“

Öffentlichkeitsarbeit findet zur Zeit zwischen Siemens und St. Pauli, zwischen Staatsautismus und „Sofortismus“ (FAZ am 3.4. im Kommentar über Frau von der Leyen) statt. Es gibt noch viel zu tun, um die Seriosität der Öffentlichkeitsarbeit im Kampf um Marktanteile und Verantwortungsbewusstsein der Unternehmen und Verbände durch Diskurs, Dialog und Beratung in Deutschland durchzusetzen. Die ständige Verwechslung von Merchandising, Werbung, billigem Show Business und dem tatsächlichen Stand der Disziplin Öffentlichkeitsarbeit in der Praxis muss uns nachdenklich machen.

Die Angst der Politiker vor klaren Erläuterungen zu unabwendbaren Kompromissen im Gespräch mit dem Bürger hat zum Vertrauensverlust bei diesem geführt. Die Politik präsentiert zu oft professionelle Monologe als „Kommunikation“ und merkt gar nicht mehr, wie die Skepsis ihr gegenüber wächst, wenn es nach Jahren des Stillstands „endlich“ wieder eine Rentenerhöhung von 0,45% gibt. Die realen Erhöhungen im

Klartext sind für den Bürger erbärmlich. Dabei wäre es so einfach, für Abhilfe zu sorgen: auf den Menschen zuzugehen, statt sich vor Gesprächen zu drücken. Auf den Menschen zugehen - in persönlichen Diskussionen und im Internet. Web 2.0 und bald auch Web 3.0 lassen grüßen. Die politische Talkshow hat zuletzt am 1. April bei Sabine Christiansen einen Höhepunkt erreicht. Knut, das Bärenbaby, und die langen schwarzen Handschuhe mussten als Garnierung zum Thema Aufschwung die Quote der Sendung stabilisieren. Wir kennen den alten Trick aus dem Wilden Westen: Heute sind die Talkshows der Whisky und z.B. die Rentenerhöhung die Glasperlen.

Und zum Anfang zurück: Solange das so ist, dürfen wir uns nicht wundern, wenn in der Breite des Verständnisses von Öffentlichkeitsarbeit das Verteilen von Kugelschreibern, Luftballons, Linealen und Marzipantorten mit EU-Zeichen bei EU-Events oder die Ausgabe von Biermarken und Essensbons bei Tagen der offenen Tür von den Chefs bereits als Öffentlichkeitsarbeit bezeichnet wird.

Pit van Bull

Rezensionen

Piwinger/Zerfaß: Handbuch Unternehmenskommunikation

Manfred Piwinger/Ansgar Zerfaß (Hrsg.): **Handbuch Unternehmenskommunikation**; Gabler-Verlag, Wiesbaden; 2007; 940 Seiten; Preis: gebunden 129,- Euro; ISBN: 3409143440.

Rezension von [Lars Rademacher](#), München

In den letzten Jahren hat es eine Reihe von Versuchen gegeben, das Feld der Unternehmenskommunikation systematisch zu vermessen. Dazu erschienen verschiedene Monografien und Leitfäden, Sammelbände und sogar einige so genannte „Handbücher“, für die dieser Titel aber um einiges zu groß war. Mal lag das an der begrenzten Perspektive und Sachkenntnis der Autoren, mal war die Konzeption des Buchprojektes auf Teilbereiche der Unternehmenskommunikation beschränkt (etwa das Corporate Design). Also klafft noch immer eine immense Lücke, die die Herausgeber Manfred

Piwinger und Ansgar Zerfaß sich zu schließen vorgenommen haben – obwohl schon einige zuvor an dieser Aufgabe so schön gescheitert sind.

Was wären die Voraussetzungen, um erfolgreicher zu sein? Man braucht zu jedem Thema den echten Experten, der auf aktuellem Forschungsstand status quo und Perspektiven liefert. Die Auswahl der Themengebiete muss das Feld der Unternehmenskommunikation möglichst zu 360 Grad abschreiten, um dabei zwar nicht alles, aber alles Wichtige aufzuzeigen. Das Handbuch muss den Spagat zwischen theoriegeleiteter Forschung und ihre Anwendung aushalten, ohne sich im „How-to-do“ zu verlieren. Das ist bei der Unternehmenskommunikation, wo die Leser es gern einfach haben, besonders schwer. Und all das muss in klarer und verständlicher Sprache präsentiert werden, zu der ein heterogenes Publikum Zugang hat.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Themen der Zeit (Autorenbeiträge)

Hauptstadt Berlin: Kommunikation tut „knut“



von Wolfgang Hünnekens, Mit-Inhaber der Kommunikationsagentur [Publicis Berlin](#)

Wer hätte das gedacht, dass Berlin in der öffentlichen Meinung plötzlich so gut wegkommt? In den Medien und auch sonst. Nach all den Jahren, in denen es chic war, sich zumindest an den Schwierigkeiten der Hauptstadt zu laben, die Vereinigung von Ost und West zu meistern. Doch nun: Der Spiegel titelt mit der Hauptstadt, die Zahl der Ostertouristen bricht jeden Rekord und dann kommt auch noch der kleine Eisbär Knut, der kommunikative Superlativ – sprachprägend gar. Der Berliner Zoo verdient in diesen Tagen ein Vielfaches der sonstigen Einnahmen. Aber nicht nur der profitiert von der Kommunikation über und aus Berlin.

Köln ist Fernsehhauptstadt, München ist Metropole der Verlage und der IT-Branche, Frankfurt ist Werbe-Hauptstadt, Hamburg ist

Design- und Zeitschriftenmetropole. Und Berlin? Berlin ist die Hauptstadt nicht nur der Politik, sondern auch der Kommunikation und Medien. Und warum?

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

8. Mail aus Manhattan: Networking for PRSA

von unserer USA-Korrespondentin [Frauke Scheben](#), New York, *Deussen Global Communications*

Die Public Relations Society of America (PRSA) ist die größte Vereinigung von PR-Profis weltweit. Mit ihrem Hauptsitz in New York City hat die PRSA mehr als 28.000 Mitglieder - sowohl Professionelle als auch Studenten. Innerhalb der USA hat die Gesellschaft 112 Verbände (Chapters) in verschiedenen Staaten, Regionen und Städten. So auch in New York. Um Mitglied des NY-Chapters zu werden, muss man zunächst dem nationalen Verband beitreten. Das kostet 225 Dollar pro Jahr, Ermäßigungen gibt es für Studenten und Berufseinsteiger.

Der New Yorker Verband hat es sich zum Ziel gesetzt, seinen Mitgliedern Kontakte zu Medien zu vermitteln und bietet darüber hinaus Seminare und Workshops zur Weiterbildung an. Es gibt ein Netzwerk für Berufseinsteiger mit Events, die von allen anderen Mitgliedern gerne gemieden werden, denn die Küken präsentieren mit Vorliebe das Resümee noch vor dem Handschlag.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

PR-Digest

Ich will doch nur telefonieren

Fluch der Technik: Immer neue, immer mehr, immer komplexere Funktionen, so müssen neue Handys sein - zumindest nach dem Geschmack der Entwickler. Doch eine aktuelle Studie belegt: Viele Anwender scheitern schon daran, eine SMS zu schreiben. Nicht nur Nostalgiker erinnern sich gern an die Zeit zurück, als ein Telefon noch ein Telefon war. Heute kann fast jeder mit seinem Handy Fotos

machen, Nachrichten verschicken, fernsehen, im Internet surfen und sich an Geburtstage der Freunde erinnern lassen. "Man kann damit alles machen, außer bügeln", sagt Lothar Mühlbach im Scherz. Theoretisch zumindest. Denn der Soziologe untersucht am Fraunhofer Institut für Nachrichtentechnik, ob normale Menschen die Technik auch verstehen. Und seine Ergebnisse fallen meist verheerend aus: "Das meiste ist viel zu komplex."

Den Artikel von Katharina Becker/AFP in "Spiegel online" [hier weiterlesen](#).

J+K-Monatsthema: Corporate Identity

Unschärfen der Unternehmenspersönlichkeit und Inkonsistenzen in deren Darstellung gegenüber verschiedenen Teilöffentlichkeiten führen in der öffentlichen Wahrnehmung rasch zu Widersprüchen und Irritationen, die langfristig in einem Vertrauensverlust resultieren können. Dabei ist gerade in unsicheren Zeiten Vertrauen eine der wichtigsten Ressourcen für Unternehmen und andere Organisationen. Vertrauen entsteht durch konsistentes Handeln, Kommunizieren und Vermitteln von Inhalten und Emotionen. Insbesondere die Globalisierungstendenzen der letzten Jahre sowie der zunehmende Veränderungsdruck auf die industrialisierten Gesellschaften haben ein wachsendes Bewusstsein für die Wahrnehmung von Unternehmen erzeugt.

Das ganze Thema im neuen Newsletter von Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation (GPRA), Berlin: www.jk-kom.de/monatsthema.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 16 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 23 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (15)

- [MPW FINANCE sucht Senior PR-Berater/in](#)
- [PR Berater für Berliner Büro gesucht](#)
- [Publicis Consultants sucht Junior PR-Consultant \(m/w\) in Berlin](#)
- [Media Consulta sucht Senior PR Berater/in für Berlin](#)
- [Hamburger PR-Agentur sucht freie Texterin](#)
- [Kölner PR-Agentur sucht Redakteur/in.](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\) bei Flutlicht.](#)
- [impresum sucht Medizin-Redakteur/in für freie Mitarbeit.](#)
- [red roses communications Hamburg sucht Mediengestalter.](#)
- [red roses communications Hamburg sucht PR-Berater.](#)
- [UMPR in Hamburg sucht Mediengestalter / Reinzeichner \(m/w\).](#)
- [Pleon Frankfurt sucht Junior Consultant \(m/w\) Bereich Consumer PR.](#)
- [the.messengers suchen PR-Berater/-in und PR-Trainee \(m/w\)](#)
- [Junior PR-Berater Finanzkommunikation bei Northoff.Com in Frankfurt](#)
- [IntraMedic sucht Junior-PR-Berater\(in\) Healthcare](#)

In Unternehmen (2)

- [PR/Marketing/Kommunikation im Bereich Erneuerbare Energien](#)
- [Unternehmen im Bereich Anlagenbau sucht Referent/in PR/Marketing](#)

In Verbänden (Non-Profit (1))

- [Naturland e.V. sucht Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit.](#)

Akquise-Anzeigen (5)

- [PR-Berater im technischen Bereich sucht freie Mitarbeit](#)
- [PR-Mensch und Fachjournalist aus der Logistikbranche](#)
- [PR-Berater und Ghostwriter als Freelancer](#)
- [PR-Berater mit langjähriger Industriepraxis sucht freie Mitarbeit](#)
- [Redakteur mit Erfahrung unterstützt sie \(freiberuflich\)](#)

Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61 (funktioniert derzeit leider telekombedingt nicht)
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.

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 16. April 2007 – 20:30 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.599 Empfänger** versandt.

Impressum: _____



© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

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

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), 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 + Rezensionen + Marketing: (siehe Homepage)

Anschrift:
Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg