

# PR-Journal-Newsletter

## Nr. 112 / 20. Woche 2007

### Seite.1

#### **Produkt-PR: Neue Welten - neue Chancen**

Produkte, das sind meist Konsumgüter. Um die geht es beim **Deutschen PR-Tag 2007 der DPRG** Deutsche Public Relations Gesellschaft am **12. und 13. Juni in Essen**. Um glaubwürdige Informationen und professionelle Kommunikation. Produkte sind aber nicht immer nur Konsumgüter. Produkt-PR spielt auch in die Politik- und Umweltkommunikation hinein. Produkt-PR ist im Dienstleistungszeitalter auch PR für Dienstleistungen, seien es Finanzprodukte oder Angebote der Beratungsindustrie. Sogar Kultur und Kirche verstehen sich als Produkte, die heute mehr denn je auf Instrumente und Maßnahmen der PR angewiesen sind.

Wie facettenreich Produkt-PR in den verschiedensten Branchen ist, ergründen namhafte Referenten in Themenvorträgen und im Dialog mit allen Teilnehmern. Der PR-Tag 2007 deckt das Spektrum der Produkt-PR in seiner ganzen Breite bis zum Markenmanagement ab und liefert praxisnahe Beiträge zur aktuellen Diskussion: Weg von aktionsgetriebenem Handeln und hin zu strategischer Kommunikationsarbeit.

Weitere Programm-Informationen und Anmeldung: [www.pr-tag.de](http://www.pr-tag.de).

### Personalien

#### **Personalien compact (20) (19.KW-07)**

01: **Christoph Moss**, Leiter der Georg von Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten in Düsseldorf übernimmt am 1. September eine Professur für Unternehmenskommunikation und Medienmanagement an der International School of Management in Dortmund (und Frankfurt am Main). Er leitet dann den Bachelor-Studiengang "Business Communication".

02: **Anne Moldenhauer** (36) leitet jetzt Marketing und PR bei Computec Media in Fürth.

03: **Eva Christiansen** (37) arbeitet nun nach ihrer Mutterschutzpause wieder für Bundeskanzlerin Angela Merkel als Medienberaterin. Bis zur Geburt ihres Kindes war sie erfolgreiche Pressesprecherin der CDU-Parteivorsitzenden und jetzigen Regierungschefin.

04: **Claudia Frenz**, bisher schon in FTD-Diensten, wird Pressesprecherin der Financial Times Deutschland, Hamburg. Vorgängerin **Susanne Petersen** ist nach sechseinhalb Jahren ausgeschieden.

05: **Katja Meenen** ist bei der PR-Agentur Grintsch (Werbung, Multimedia, PR, Design) in Köln ausgeschieden und wird ab 1. Juli als Pressereferentin eines Kölner Unternehmens wirken - Name noch unbekannt.

06: **Bernd Elitz** (38) wechselte von Mobilcom, Büdelsdorf als neuer Pressesprecher zum Konkurrenten Talkline in Elmshorn.

07: **Michael Wedell** (38) gibt seinen Job als Leiter der Vodafone-Konzernrepräsentanz in Berlin auf und wird ab 1. Juli Director Corporate Affairs der Dresdner Bank in Frankfurt am Main.



- Anzeige -



**NEWBASE SERVICE ANALYST**

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

08: **Craig L. Fuller**, ehemaliger US-Regierungsberater verstärkt nun als Executive Vice President das internationale Beratungsnetzwerk APCO Worldwide am Standort Washington DC. Agenturerfahrungen hat er zudem aus leitenden Funktionen bei Hill & Knowlton und Burson-Marsteller.

09: **Martina Müller** (39) als Account Director und **Katharina Meyer** (29) als Account Executive verstärken das Team von Harvard Public Relations in München. Müller kommt von F&H Porter Novelli, Meyer war zuvor bei dot.communications, alle auch in München.

10: **Folker Dries** wechselt von seinem Job als Ressortleiter Finanzmarkt der "Frankfurter Allgemeinen" zur Kommunikationsagentur Hering Schuppener, Frankfurt am Main und Düsseldorf.

11: **Julia Züllich** (31) wechselte nach ihrem PR-Volontariat bei komm.passion Bönig und Company in Hamburg als ÖPR-Assistentin zur ortsansässigen Agentur Straub & Linardatos Kommunikation - Medien - Licensing.

12: **Ulrich Marsch** (43) wurde neuer Pressesprecher und Leiter der Presse & Kommunikation der Technischen Universität München. Er folgt dem nach 35 Jahren in den Ruhestand gegangenen **Dieter Heinrichsen**. Marsch kommt von der Süd-Chemie in München.

13: **Björn Eichstädt** steigt vom stellvertretenden GF zum Geschäftsführer von Storymaker in Tübingen auf - neben Agenturgründerin Heidrun Haug.

14: **Uwe Mazura**, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), Berlin ist jetzt Mitglied im Beirat des PR-Weiterbildungsinstituts com+plus in Münster.

15: "sprecherszene" meldet: **Christian Frommert** (40) ist ab sofort Leiter des neu geschaffenen Bereichs Sponsoring Kommunikation in der Konzernzentrale der Deutschen Telekom in Bonn. Dort verantwortet er die PR-Arbeit des gesamten Sponsoring-Engagements und berichtet an Stephan Althoff, Leiter Konzernsponsoring und Kommunikationsstrategie. Bislang war Frommert Leiter Sportkommunikation von T-Mobile International und verantwortete unter anderem die PR des T-Mobile-Radteams.

16: **Bettina Hennig** ist jetzt nach dem Ausscheiden von **Sven Wollner** neue Ansprechpartnerin von different Strategieagentur für Marken und Kommunikation in Berlin.

17: **Paul Churchill** wurde Marketing- und PR-Chef von Puma in Herzogenaurach für die DACH- und Benelux-Länder.

18: **Johannes Angerer** (41) ist nicht mehr Pressesprecher der Gebrüder Weiss Gruppe in Lauterach/Österreich. Sein Nachfolger ist **Thomas Konrad** (30).

19: **Christian Hohmann** (38) verstärkt ab sofort als neuer Account Manager das Customer Relations-Team von news aktuell in Hamburg. In dieser Position ist er Ansprechpartner für Kunden aus dem Bereich PR-Agenturen. Zuvor arbeitete Christian Hohmann als Vertriebsleiter beim Jahreszeiten Verlag.

20: **Nikolaus Zumbusch** (44), ehemaliger Text 100-GF, leitet jetzt als Managing Director die



**komm.passion**

Medien-Analysen mit Qualitätssiegel!  
Wir sind AMEC-Mitglied



**AUSSCHNITT**  
MEDIENBEOBACHTUNG

Technology Practice der PR-Agentur Burson-Marsteller Deutschland in Frankfurt am Main.

## Etats

### **Etats compact (9) (19.KW-07)**

01: Lazard (Investmentbank und Asset Management-Gesellschaft), Frankfurt am Main  
an: **A&B Financial Dynamics**, Frankfurt am Main

02: CityBoomer (Digital-Signage-Lösungen), Bad Camberg  
an: **Walter Visuelle PR**, Wiesbaden

03: (Udo Jürgens-)Musical "Ich war noch niemals in New York", Hamburg  
an: **könig & engländer kommunikationsagentur**, Hamburg

04: readybank (aus der ABC-Privatkunden-Bank hervorgegangen - Tochterbank der WestLB), Berlin  
an: **Leipziger & Partner** (GPRA), Frankfurt am Main (Büro Berlin)

05: Band "Final-Virus" von Peter Sonntag  
an: **Pascal Geraths Gesellschaft für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, Salzburg/Österreich

06: RTL Enterprises, Köln  
an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst

07: Schenk Plastic Solutions, Esslingen  
an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln

08. micofin Unternehmensberatung, Frankfurt am Main  
an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

09: Schwarz Profilbeschichtungen, Binsdorf  
an: **Storymaker Agentur für Public Relations**, Tübingen

## Branche

### **Neuer DPRG PR-Preis für Einzelberater und kleine PR-Agenturen**

Einzelberater und kleine PR-Agenturen haben erstmals die Möglichkeit, Ihre besten Konzepte auch nach Ablauf der Abgabefrist für den Deutschen PR-Preis der DPRG einzureichen. Die neu geschaffene Kategorie innerhalb des Awards sieht vor, dass Einreichungen alle drei Monate nach dem „Best Practise“-Prinzip prämiert werden.

In den meisten Fällen haben gerade Kleinagenturen das Nachsehen gegenüber großen Etats, einen Preis für Ihre herausragende Leistung zu ergattern. Das ändert sich jetzt. Eingereicht werden realisierte Konzeptarbeiten und Kommunikationsaktivitäten, die im Kundenauftrag von freiberuflichen Einzelberatern oder Kleinagenturen mit bis zu drei PR-Fachkräften erbracht worden sind.

Arbeiten, die jeweils bis zum 31. Juli, 31. Oktober, 31. Januar oder 30. April jedes Jahres eingehen, werden von einer unabhängigen Jury ausgewertet. Das jeweils beste Werk dieser vier Phasen schafft automatisch den Sprung auf die Shortlist des DPRG PR-Preises. Bei der jährlichen PR-Preis Gala in Wiesbaden wird einer davon als großer Gewinner hervorgehen. Infos: [www.dprg.de](http://www.dprg.de).

## BRAND CONTROL

Die Degussa AG und BrandControl gewinnen den PR Report Award 2007 für die „Best evaluierte Unternehmenskommunikation“. Damit honorierte die Jury den zielgerichteten Einsatz der Degussa UK, des Communication Information System® und der Communication Scorecard von BrandControl®. Wenn Sie Effizienz und Effektivität Ihrer Kommunikation erhöhen wollen, nehmen Sie Kontakt auf: [info@brandcontrol.com](mailto:info@brandcontrol.com)

Besuchen Sie unsere Website [www.brandcontrol.com](http://www.brandcontrol.com)



## Aus Citigate Demuth wird SEA Public Relations

Die Werbe- und PR-Agentur Citigate Demuth, Frankfurt am Main wird Teil der SEA-Agenturengruppe und tritt künftig mit zwei eigenständigen Angeboten unter den Namen SEA Public Relations und Muth SEA im Markt auf. Neuer Eigentümer der Agentur ist das in London börsennotierte Agenturnetzwerk Media Square, zu der in Deutschland die Agenturen SEA, SEA Böning, SEA Connect und Hoffmann Schalt SEA zählen.

SEA Public Relations konzentriert sich auf strategische Kommunikationsberatung, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, Krisen- und Veränderungskommunikation sowie Finanzkommunikation für Unternehmen, Organisationen und Marken. Muth SEA bietet das gesamte Spektrum der Markenführung an.

Neu in der Geschäftsführung der Agentur ist Uli Kuhn. Die PR-Spezialistin mit über 20-jähriger Erfahrung kommt von Pleon Kohtes Klewes, deren Frankfurter Büro sie gegründet und bis Ende 2006 geleitet hat. Mit ihrer Expertise in der Produkt- und Marken-PR ergänzt sie die Kompetenzschwerpunkte des Geschäftsführers Winfried Peters in der Unternehmenskommunikation.

## Branche compact (14) (18.KW-07)

01: Die in Großbritannien gegründete **Broadgate Public Relations Limited** ist nun auch in **Deutschland** in Pfaffenhofen mit einem eigenen Büro vertreten. Dieser Schritt wurde notwendig um den existierenden Kundenstamm aus Deutschland noch optimaler betreuen zu können. Leitung: Claudia Reyes, Infos: [www.broadgate.de](http://www.broadgate.de).

02: Die dpa-Tochter news aktuell sucht ab sofort **die besten PR-Bilder des Jahres**. Der Branchenpreis obs-Awards wird auch in diesem

Jahr vergeben. Bis zum 12. August können Pressestellen und PR-Agenturen unter [www.obs-awards.de](http://www.obs-awards.de) ihr Bildmaterial einreichen. Erstmals findet der Preis in Zusammenarbeit mit news aktuell schweiz statt. Medienpartner ist das Fachmagazin "pressesprecher". Nach dem erfolgreichen Start der obs-Awards im letzten Jahr findet der Wettbewerb nun zum zweiten Mal statt.

03: **Ketchum** holt den Spezialisten in interner Kommunikation und Change Management, **Stromberg Consulting** nach Europa und eröffnet ein **Büro in London**. Stromberg wird zukünftig Ketchum Kunden sowie eigene Kunden mit seinem erfolgreichen strategischen Kommunikationsansatz unterstützen. Das Londoner Büro, mit Sitz auf dem Ketchum Spitalfields Gelände, ist der erste Standort von Stromberg außerhalb der USA. Das Londoner Beraterteam wird geleitet von der Engländerin und Kommunikationsexpertin Victoria Brown.

04: Die **ideo Kommunikationsberatung Markus Burgdorf** arbeitet ab sofort in Hannover in Bürogemeinschaft mit der Five Tigers communication group. ideo ist eine Agentur, die Öffentlichkeitsarbeit, Medienarbeit, Mystery-Shopping und Krisenkommunikation anbietet.

05: Razor, eines der führenden britischen Beratungsunternehmen für Reputations- und Krisenmanagement, ist neues Mitglied der **European Crisis Management Partnership (ECMP)**. In dem Netzwerk haben sich inhabergeführte Kommunikationsberatungen aus neun europäischen Ländern zur Zusammenarbeit im Bereich Krisenkommunikation zusammengeschlossen. In Deutschland gehört die Unternehmensberatung **Kohl PR & Partner** (GPRA) dem Netzwerk an.

06: Die **Universität Leipzig** und die European Public Relations Education and Research Association (Euprera), ein Verbund führender Wissenschaftler aus über 30 Ländern, führen ein gemeinsames Forschungsprojekt zu Herausforderungen und Trends des Kommunikationsmanagements durch. Der **"European Communication Monitor 2007"** wendet sich europaweit an Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen

**Integrierte Analysen  
für integrierte Kommunikation**

[www.kommunikationsanalysen.de](http://www.kommunikationsanalysen.de)

**F.A.Z.-INSTITUT**

**PRIME RESEARCH**

und Institutionen sowie Entscheider in PR-Agenturen. Der Fragebogen unter [www.communicationmonitor.eu](http://www.communicationmonitor.eu) ist bis 23. Mai online.

**07: Nikolas Marten, Tom Yamaoka und Markenwerk (Kiel) gründen die Leaf Media Group.** Mit der Gründung entsteht eine neue Agentur mit Sitz in Hamburg und Kiel, deren Angebot sich speziell an Verlage ausrichtet. Erstes Produkt der Leaf Media Group ist das neu entwickelte Internetprogramm „mag2web“, welches es den klassischen Print-Redaktionen erlaubt, mit geringstem Zeit- und Technikaufwand ihr komplettes Printprodukt digital darzustellen und mit neuen Zusatz-Features (z.B. animierte Werbespots, Trailer, automatische Verlinkung mit Werbekunden etc.) aufzuwerten.

**08: Ketchum ist nun mit einem speziellen Public Affairs-Angebot in Berlin Mitte vertreten.** Neben München und Düsseldorf ist die Hauptstadt der dritte Standort von Ketchum in Deutschland. Das Büro wird von Kerstin Krämer, Account Supervisor VP und Public Affairs Spezialist geleitet. "In Europa sind wir mit unserem Partner GPlus Europe in Brüssel bestens aufgestellt. Daher war es an der Zeit, unser Angebot im Bereich Public Affairs auch in Deutschland auszuweiten. Public Affairs spielt im Bereich Corporate Communications eine immer größere Rolle, der wir mit unserer Präsenz in Berlin jetzt voll gerecht werden," freut sich Sabine Stadel-Strauch, CEO und Partner Ketchum Deutschland.

**09: Die Brutto-Werbeumsätze der klassischen Medien** sind in den ersten vier Monaten des Jahres auf 6,7 Milliarden Euro gestiegen. Das bedeutet einen Zuwachs von 5,8 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Den Zahlen von Nielsen Media Research zufolge konnte der umsatzstärkste Werbeträger Fernsehen um 6,9 Prozent auf 2,79 Milliarden zulegen.

**10: Die Agentur für Unternehmenskommunikation Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main stiftete der Stiftung zur Förderung der PR-Wissenschaft an der Universität Leipzig (SPRL) ein zeitgemäßes Corporate Design.** Sie beauftragte zu diesem Zweck den Designprofessor Uli Braun, Konstanz, der 2003 schon das Corporate Design von Klenk & Hoursch entwickelt hatte. Das neue Erscheinungsbild wird ab sofort auf allen Dokumenten der SPRL und auf der Website der Universität Leipzig eingesetzt

([www.communicationmanagement.de](http://www.communicationmanagement.de)). Die SPRL fördert seit ihrer Gründung im Jahr 2000 Forschung und Lehre in den Bereichen Kommunikationsmanagement, Public Relations, Öffentlichkeitsarbeit und Organisationskommunikation.

**11: Das internationale PR-Netzwerk Eurocom Worldwide unterstützt auch in diesem Jahr wieder das Welternährungsprogramm der Vereinten Nationen (World Food Programme):** Bereits seit Monaten werben die Partneragenturen von Eurocom Worldwide im Rahmen einer honorarfreien PR-Kampagne für den globalen Fundraising-Event „Walk the World“, der am 13. Mai auf der ganzen Welt stattfand. Die PR-Profis setzen sich dafür ein, möglichst viele Teilnehmer für den Marsch gegen den Hunger auf der Welt zu mobilisieren und das World Food Programme in seiner globalen Mission zu unterstützen. In Deutschland wird die PR-Kampagne von der PR-Agentur Schwartz Public Relations gefördert.

**12: Die Stuttgarter PR-Agentur Sympra (GPRA) hat mit der Agentur RR.WW Comunicaciones in Buenos Aires einen Kooperationsvertrag abgeschlossen.** Damit erweitert Sympra sein Partnernetz in Lateinamerika; zu Agenturen in Brasilien, Chile, Peru und Mexiko haben die Stuttgarter schon Geschäftsbeziehungen aufgebaut. „Zusammen mit unseren Partneragenturen bieten wir PR-Dienstleistungen in mehr als 20 Ländern weltweit an. Bereits heute unterstützen wir mehrere unserer Kunden bei ihrer internationalen PR“, erklärt Veit Mathauer, Geschäftsführer der auf Technologiethemen spezialisierten PR-Agentur Sympra.

**13: Unter dem Titel „Unsere Verantwortung“ veröffentlicht Beiersdorf seinen Nachhaltigkeitsbericht 2006.** Der erstmals nach den internationalen Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) erstellte Bericht bietet noch mehr Transparenz und Vergleichbarkeit als zuvor und berücksichtigt besonders den gestiegenen Informationsbedarf unterschiedlicher Interessengruppen. So gibt Beiersdorf Aufschluss über die wesentlichen Aspekte des Engagements für Mitarbeiter und Gesellschaft sowie über Umwelt- und Arbeitsschutz. Mit der Veröffentlichung des aktuellen Nachhaltigkeitsberichts setzt Beiersdorf eine lange Tradition fort – verantwortungsvolles Handeln ist tief in der 125-jährigen Unternehmensgeschichte verwurzelt.

**14: 28 Gold-Awards für 2007** verliehen die drei Fachjurs beim **15. „COMPRIX – Preis für**

**innovative Healthcare-Communication**“ (2006: 29 Gold-Awards). Drei davon gingen nach Österreich. Die Preise wurden am 11. Mai in München (Muffathalle) verliehen. Infos: [www.comprix.com](http://www.comprix.com).

## Medien

### **Reale und virtuelle Welt wachsen zusammen**

Die Kommunikation mit dem Verbraucher wird künftig noch individueller und direkter. Das hat der am 10. Mai in München zu Ende gegangene Deutsche Werbekongress dwk 2007 ergeben, an dem rund 300 Werbeprofis teilgenommen haben. Internationale Experten diskutierten die Entwicklung der Medienbranche und die Chancen der Digitalisierung. Veranstalter des dwk ist der Europa-Fachpresse-Verlag mit seinen Zeitschriften Werben & Verkaufen, Kontakter, media & marketing und marketingjournal. Die Zukunft der Medien liegt nach Meinung aller Experten in der Digitalisierung und Diversifizierung ihrer angestammten Geschäftsfelder.

Die nächste Internet-Generation wird als soziale Kommunikations- und Informationsplattform alle Bereiche des Lebens beherrschen und den Alltag der Menschen völlig verändern, sagte Marc Hoenke, Leiter Marketing und Product Management Microsoft Online Services. Es werde zu einer der stärksten Werbeplattformen wachsen, weil die direkte Kommunikation mit kleinen Zielgruppen und Einzelpersonen möglich sei.

Torsten Ahlers, Geschäftsführer AOL Deutschland: "Die Medien werden Response-orientierter." Die Messbarkeit der Kommunikation sei für Unternehmen und Agenturen ein wichtiger Bestandteil ihrer Kampagnenplanung. Neben klassischer Werbung sollten innovative Marken auch neue Wege gehen, war die Meinung des Expertenforums. Auch TV-Manager sehen in der direkten Kommunikation die Zukunft, halten die Rolle des Fernsehens aber nicht für gefährdet.

### **Medien compact (6) (19.KW-07)**

01: Auf **Kritik ist in der Werbebranche** das jetzt vorliegende Ergebnis der **Revision der EU-Fernsehrichtlinie** gestoßen. Ein Sprecher des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (**ZAW**) sagte dazu am 9. Mai in Berlin, dass die Chance für eine grundlegende Liberalisierung der TV-Werbung vertan wurde und die Ausweitung der europäischen Reglementierung von Werbung auf sämtliche audiovisuelle Medien die moderne Weiterentwicklung von Mediendiensten weitgehend behindere. Sowohl die stündliche maximale Werbezeit von 12 Minuten als auch die Vorschrift, Werbung in Blöcken senden zu müssen, wurde beibehalten. **Immerhin positiv** sei für Medienbetreiber wie für werbende Unternehmen, dass zum Beispiel Fernsehfilme künftig alle 30 Minuten durch einen Werbeblock und damit häufiger als bisher unterbrochen werden dürfen. Auch konnten weitere Eingriffe in die Alkoholwerbung und Verbote im Zusammenhang mit Kinderprogrammen verhindert werden.

02: Der **Deutsche Fachjournalisten-Verband** (DFJV), Berlin bietet als erster Journalistenverband seinen Mitgliedern ab sofort ein **Online-Netzwerk** zur Kontaktabahnung und -pflege sowie zum fachlichen Austausch unter Kollegen an. Im Mitgliederbereich der Homepage des Verbandes [www.dfjv.de](http://www.dfjv.de) können sich Journalisten in ihrem jeweiligen Fachbereich registrieren und via internem Mail-Programm mit Ihren Kollegen kommunizieren. Der Verband sieht sein neues Networking-Tool als zeitgemäße Erweiterung seines Dienstleistungsangebots.

03: kressonline meldet: **Verzehnfacht hat sich die Zahl der deutschen Internetnutzer in den letzten zehn Jahren** - von 6,5% auf 62,7%. Nach der jüngsten ARD/ZDF-Online-Studie tummeln sich **mehr als 40 Millionen im Netz**. Im Vergleich zum Vorjahr seien 2,2 Millionen Nutzer über 14 Jahre dazugekommen. Zum ersten Mal ist die Gruppe der über 60-Jährigen (5,1 Mio) in Internet stärker vertreten als die 14- bis 19-Jährigen (4,9 Mio). 57% - und damit die Mehrheit der Nutzer - ist inzwischen weiblich. 59% der Online-Nutzer verfügen laut der Studie über einen Breitband-Anschluss, im Vorjahr waren es noch 48%.

04: **Der TÜV Süd, München sorgt auch in der Film- und Videowelt für Furore**. Mit seinem Imagefilm "Was sind das eigentlich für Menschen" hat der internationale Dienstleistungskonzern beim 40. US International Film and Video Festival in

Hollywood den "Gold Camera Award 2007" gewonnen und in der Kategorie "Public Relations: Corporate Image" den ersten Platz erreicht. Damit setzte sich TÜV Süd gegen mehr als 1.200 Bewerber aus 24 Ländern durch.

05: Ende März wurde **JP|CONSULTANTS** gegründet – **jetzt gibt es den ersten Newsletter: das „JP|CONSULTANTS sPODlight“**. Er beleuchtet Themen aus der Welt des Managements und Marketings aus ganz neuen Perspektiven. Die Mai-Ausgabe des „sPODlight“ trägt den Titel „Markenmanagement - neue Regeln durch das Internet?“. Nach einem Grußwort des CEOs Jörg Pfannenberg stellt Gunnar Klaming in einem Interview die wichtigsten Ergebnisse aus seinem Buch „Brands versus Information“ vor. Unter folgendem Link kann man „sPODlight“ ansehen oder downloaden: [www.jp-consultants.de/spodlight/spodlight\\_d.asp](http://www.jp-consultants.de/spodlight/spodlight_d.asp).

06: **Compliance-Verstöße** verursachen in Deutschland nach offiziellen Schätzungen einen Schaden von über 200 Milliarden Euro im Jahr. Und oft erhöht schlechte Kommunikation den Reputationsverlust noch zusätzlich. Dieses und andere Themen der Krisenkommunikation greifen drei renommierte Autoren im **aktuellen A&B ONE Corporate Letter** auf. Infos: [www.a-b-one.de](http://www.a-b-one.de).

## Services + Tipps

### CSR-Reports auf dem Vormarsch

Kunden und Investoren legen immer mehr Wert auf verantwortungsvolle Unternehmensführung. Demzufolge gewinnt das Thema Corporate Social Responsibility (CSR) auch in der Unternehmenskommunikation an Gewicht. Insbesondere größere Unternehmen stellen ihr Engagement gegenüber Mitarbeitern, Gesellschaft und Umwelt zunehmend in einem eigenständigen Report dar.

Die auf Finanz- und Unternehmenskommunikation spezialisierte black•point communications, Hagen nahm jetzt die CSR-Berichte der im Aktienindex DAX gelisteten Unternehmen unter die Lupe. Von den insgesamt 30 deutschen Blue Chips legen

zwischenzeitlich 22 eine CSR-Publikation vor, etwa doppelt so viele Unternehmen wie noch vor drei Jahren. Dabei sind es vielfach die unternehmenseigenen Umweltberichte, die mit einem entsprechend breiteren Themenfokus versehen zum CSR-Report fortentwickelt wurden. Infos: [www.black-point.de](http://www.black-point.de).

### Kürschner: Neue Polit-Recherche-Datenbank

Mit „kuerschner.info“ startet die NDV Neue Darmstädter Verlagsanstalt, Rheinbreitbach eine neue Recherche- und Kommunikations-Datenbank im Internet. Das kostenpflichtige Angebot richtet sich vor allem an professionelle Anwender im Bereich der parlamentarisch-politischen Kommunikation. Nutzern der Datenbank wird unter anderem der Export aller verfügbaren Daten ermöglicht.

„kuerschner.info“ enthält detaillierte Dossier-Seiten mit Informationen zu etwa 2.700 Politikern aus Bundestag, Bundesrat, Landesparlamenten sowie den deutschen Europa-Abgeordneten. Im Laufe des Jahres kommen noch die Regierungen der Bundesländer, alle Abgeordneten des Europäischen Parlaments sowie die Mitglieder der EU-Kommission hinzu. Dann wird die Datenbank fast 4.000 Politiker enthalten.

Bis Ende Mai bietet die NDV einen kostenlosen Testzugang zur Datenbank [www.kuerschner.info](http://www.kuerschner.info) an. Die NDV (Neue Darmstädter Verlagsanstalt) bietet Parlaments-Informationen an. Bekanntester Buchtitel ist das rot-weiße Kürschners Volkshandbuch Deutscher Bundestag, das seit über 50 Jahren bei der NDV erscheint.

### Service compact (8) (19.KW-07)

01: Der **Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs** in Bad Homburg geht die Arbeit nicht aus: Mehr als 22.000 Anfragen beschäftigten das Gremium im vergangenen Jahr. Während der Bundesgerichtshof eine liberale Wirtschaftsauffassung vertrete und mehr Werbefreiheit ermögliche, stelle die Europäische Union zunehmend höhere Anforderungen an den Verbraucherschutz.

02: Gegen unlauteren Wettbewerb und insbesondere gegen irreführende Werbung geht auch der **Bundesverband der**

**Verbraucherzentralen** (VZBV), Berlin vor – aktuell vor dem Landgericht Ingolstadt gegen die Media-Saturn-Holding und die Media Markt Systemzentrale. Zu klären ist dabei, ob auch die Zentrale und nicht nur die rechtlich selbständigen Verkaufsstellen dafür verantwortlich ist, wenn in der Werbung vorgestellte Artikel zu schnell vergriffen sind.

03: Aktualisiert hat der PR-Fachbuchautor **Gernot Brauer** ("Handbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit", UVK-Verlag) seine **PR-Bibliografie im Internet** ([www.uvk.de/Brauer](http://www.uvk.de/Brauer)). Das Literaturverzeichnis wird jährlich fortgeschrieben. Seit der letzten Aktualisierung ist es um rund zehn Prozent gewachsen und weist jetzt mehr als 3500 sowohl alphabetisch als auch nach Sachgruppen geordnete Einträge der deutschen und englischen PR-Fachliteratur nach. Sollten Sie einen Eintrag vermissen, können Sie ihn für die nächste Aktualisierung gern melden ([BrauerMUC@aol.com](mailto:BrauerMUC@aol.com)).

04: Der Eva Douma Verlag bringt ein **PR-Praxishandbuch speziell für ambulante Pflegedienste** auf den Markt: Band 2 der Edition Ambulante Dienste ist unter dem Titel „Gepflegte Öffentlichkeitsarbeit. Ein Leitfaden für professionelle Public Relations in der ambulanten Pflege“ ist jetzt im Buchhandel verfügbar. Das über 160 Seiten starke Werk wurde von den Kommunikationsexpertinnen Barbara Schieche und Daniela Burkhardt gezielt für die Öffentlichkeitsarbeit von ambulanten Pflegediensten verfasst. (ISBN 3-9810836-2-8 - 39,90 Euro).

05: Das Oberlandesgericht München hat gestern im langjährigen Rechtsstreit zwischen dem **Deutschen Börsenverein** und dem **Dokumentenversanddienst subito** sein mit Spannung erwartetes Urteil gefällt. **Nach Auffassung der Münchener Richter verstößt der Service gegen das geltende Urheberrecht** und darf in dieser Form nicht weitergeführt werden. Der Musterprozess hat damit auch Einfluss auf die Angebote anderer Dokumentenlieferdienste. (Quelle: ots - [www.presseportal.de/story.htx?nr=984945](http://www.presseportal.de/story.htx?nr=984945))

06: **Seit 12 Jahren ehrt Superbrands in nunmehr über 50 Ländern die besten und stärksten Produkt- und Unternehmensmarken.** Die Bewertungskriterien schließen ein: Markendominanz, Kundenbindung, Goodwill sowie Langlebigkeit und gesamte Markenakzeptanz. **Zu den ersten Superbrands**

**Germany 2007 zählen:** adidas, ADAC, Alpina, ARAL, Bacardi, Bose, C&A, Deutsche Bank, Deutsche Post, DHL, Erdal, Fissler, Frosch, Hamburg Mannheimer, Haribo, Hertz, Kinder Schokolade, Kneipp, Krups, LEGO, Lufthansa, Maggi, Martini, Miele, Mon Chéri, NESCAFÉ, Nintendo, NIVEA, Persil, Poggenpohl, Postbank, Schlecker, Schwarzkopf, SKL, Spalt, Stiebel Eltron, VARTA, VELUX, Wüstenrot sowie zewa. Einen täglich aktualisierten Überblick über die Superbrands Germany 2007 sowie weitere detaillierte Informationen gibt es auch unter [www.Superbrands-Germany.de](http://www.Superbrands-Germany.de).

07: **Die weltweit führende Investoren-Datenbank "Thomson Financial IR Channel" lässt sich jetzt über eine Schnittstelle mit dem "Convento IR-Manager" kombinieren.** Durch die Verknüpfung der Datenbank mit der Kommunikations-Software entsteht ein neuer Standard für Transparenz und Prozessoptimierung in der Finanzkommunikation. Infos: [www.convento.de](http://www.convento.de).

08: Im April 2007 testen die **Berliner PR-Agentur Feig** und die Psychologische IT-Beratung Apliki die **Presseseiten von Siemens, Lufthansa, Apple, Porsche und BMW auf ihre Benutzerfreundlichkeit.** Laut einer Umfrage von newsaktuell, sind diese fünf Konzerne die derzeitigen Top-5 Wunschkunden deutscher PR-Agenturen. Auffällig im Umfeld des Tests war, dass besonders Journalisten den Test abbrachen. Die aufwendig animierten Internetseiten verursachten lange Ladezeiten und dadurch viel Frustration. Die gleiche Frustration entstand beim Auffinden der Presseseite. Bewertung in Schulnoten: Siemens (2,38), Lufthansa (2,49), Apple (3,01), Porsche (3,22), BMW (3,23). Infos: [www.feig-pr.de](http://www.feig-pr.de).

## Tagungen + Seminare + Ausbildung

---

### **depak-Weiterbildung ab Herbst bundesweit**

Ab September 2007 wird die Deutsche Presseakademie (depak) PR-Berater neben Berlin auch in Bonn, Frankfurt am Main, Hamburg und München ausbilden. „Die Qualifikation ist heute das



Kernkriterium für gute Mitarbeiter in einem dynamisch wachsenden Markt“, so Bernhard Fischer-Appelt, Geschäftsführer Gesellschafter fischerAppelt Kommunikation (GPRA). Die depak wird in viermonatigen Kompaktkursen in den Ballungszentren einen Beitrag leisten, den aktuellen Bedarf von Unternehmen und Agenturen zu decken.

Schwerpunkte sind Medienarbeit und der Einstieg in die Welt der Kommunikationskonzepte. Nach erfolgreichem Abschluss besteht die Möglichkeit vor der neuen Prüfungskommission der Kommunikationsverbände BdP, DPRG und GPRA die Beraterprüfung abzulegen. Die Deutsche Presseakademie (depak) besteht seit 2003 und bildet jährlich über einhundert PR-Berater in Fern-, Abend- und Kompaktkursen aus. Weitere Informationen: [www.depak.de](http://www.depak.de).

### **Termine compact (7) (19.KW-07)**

01: Die Situation der Pressefreiheit in Deutschland und Europa steht im Mittelpunkt des **Hambacher Kongresses am 13. und 14. Juni 2007**. Aus Anlass des 175-jährigen Jubiläums des Hambacher Festes laden der **Deutsche Journalisten-Verband** und die Bundeszentrale für politische Bildung Journalistinnen und Journalisten, Medienwissenschaftler und Juristen auf das Hambacher Schloss ein. An den zwei Kongresstagen geht es unter anderem um Gesetze, Repressionen und Gerichtsurteile gegen die Pressefreiheit, um Abwehr und Gegenstrategien betroffener Journalisten und um das Verhältnis von Pressefreiheit und Persönlichkeitsschutz. Infos: [www.djv.de](http://www.djv.de).

02: Der 15. DMMK **Deutscher Multimedia Kongress** findet am 21. und 22. Juni in Berlin statt. Themen u.a.: "Werbewirkung - wie aus Nutzern Kunden werden" und "Geld verdienen im Wb 2.0". Infos: [www.dmmk.de](http://www.dmmk.de).

03: Wie gestaltet man eine Rede so, dass sie dem Zuhörer im Gedächtnis bleibt? Mit welchen rhetorischen Mitteln kann man das Publikum begeistern und überzeugen? Wie man eine Rede optimal formuliert, zeigt der **media workshop "Reden schreiben"** der dpa-Tochter news aktuell. Das Seminar findet am 11. und 12. Juni in Hamburg sowie am 21. und 22. Juni in Zürich statt. Infos:

<http://mediaworkshop.newsaktuell.de/workshop/694>

04: **Neue Bestimmungen im Online-Bereich** sind zum 1. März 2007 in Form des Telemediengesetzes und des neuen Staatsvertrages über Rundfunk und Telemedien in Kraft getreten. Was ist nun wo geregelt, und welche gesetzlichen Veränderungen haben sich für PR-Praktiker ergeben? Antworten darauf vermittelt die Rechtsanwältin und Dozentin Amrei Viola Wieners aus Berlin in der Medienrechts-Veranstaltung der Deutschen Akademie für Public Relations (**DAPR**) am 22. Juni in Frankfurt am Main. Infos: [www.dapr.de](http://www.dapr.de).

05: Studieninteressierten bietet die **Fachhochschule des Mittelstands (FHM)** in Bielefeld erstmals die Möglichkeit einer **Studienberatung in der virtuellen Welt von Second Life**. Vorgestellt werden die beiden Bachelor-Studiengänge Medienkommunikation & Journalismus und Medienwirtschaft. Die Online-Studienberatung findet am 14. Mai 2007 von 17.00 bis 18.00 Uhr in Second Life unter der Adresse „Silberkueste 132, 227, 27“ statt.

06: **Seminar zu Internationaler PR für b2b-Unternehmen**. Zunehmend mehr mittelständische Unternehmen aus Deutschland sind weltweit erfolgreich und müssen Öffentlichkeitsarbeit in zahlreichen Ländern betreiben. Besonders im Investitionsgüterbereich ist das nicht einfach. Wie baut man einen Verteiler beispielsweise in Osteuropa auf? Welche länderspezifischen Besonderheiten sind zu beachten? Diese und weitere Fragen sind Thema der Arbeitsgemeinschaft PR Praxis am 5. Juli in Offenbach. In der AG sind PR- und Marketing-Verantwortliche aus verschiedenen Branchen vertreten. Sie wird moderiert von Bärbel Döhring, Inhaberin der Agentur DPR Döhring Public Relations in Frankfurt. Infos: [www.dpr-online.de/04.ger.htm](http://www.dpr-online.de/04.ger.htm).

07: TIPP - Büro für Pressearbeit in München veranstaltet am 17. Juli den **Workshop "PR für darstellende Kunst & Kulturfestivals"**. Infos: [www.tipp-presse.de](http://www.tipp-presse.de).


## PR-Profile

### PR-Profil 3: Andrea Sauermost, freiberufliche PR-Beraterin, Karlsruhe

In dieser Rubrik veröffentlichen wir in Kooperation mit [PR+plus](#), Heidelberg, Porträts und Profile von Menschen, die sich im Arbeitsbereich Public Relations qualifiziert haben. Im PR-Profil Nr. 3 ein Interview von Katja Fürstenau mit Andrea Sauermost (40), freiberuflich tätige PR-Beraterin in der Region Karlsruhe.

**PR+plus:** Ihre Kunden kommen vor allem aus dem Non-Profit-Bereich. Nehmen Sie hier eine Veränderung der Einstellung zur PR wahr?

**Andrea Sauermost:** NPOs stehen unter einem zunehmenden Wettbewerb um öffentliche Zuschüsse, Spenden, Sponsoren, Mitglieder und ehrenamtliche Mitarbeiter. Wie bei Unternehmen geht es auch hier um Bekanntheit und vor allem um Glaubwürdigkeit. Schon aus Kostengründen wird hier eher in solide Pressearbeit denn in das Schalten von Anzeigen investiert. Der Bedarf nach PR-Beratung ist hoch. Als PR-Beraterin arbeitet man hier vor allem auf Vertrauensbasis. Man erhält dabei sehr schnell einen Einblick auch in die Konfliktfelder der Organisationen. Häufig geht es im Beratungsprozess dann erst mal um Organisationsstrukturen, die Grenzen zur Organisationsberatung sind hier fließend, solange es die Öffentlichkeitsarbeit berührt. Voraussetzung ist hier neben einer hohen Beratungskompetenz vor allem auch die Kenntnis und das Verstehen von Organisationsstrukturen in Vereinen, Verbänden und den Kirchen.

Das komplette Profil-Interview  [hier als PDF herunterladen 105.89 Kb](#).

## Pfeffer&Salz&Senf

### "Der große Selbstbetrug" von Kai Diekmann

Gefunden am 9. Mai im [BILDblog](#):  
"Bild"-Chefredakteur Kai Diekmann hat ein Buch angekündigt. Unter dem Titel "Der große Selbstbetrug" schreibt er darin u.a.:  
"Das Erbe der 68er hat uns in eine Sackgasse geführt. Es wird Zeit, endlich umzukehren."

Alan Posener, Kommentarchef der "Bild"-Schwesterzeitung "Welt am Sonntag", antwortet Diekmann auf "Welt Debatte" mit beißender Ironie:

Ah ja, klar. (...) Die 68er haben K.D. gezwungen, als Chefredakteur der Bildzeitung nach Auffassung des Berliner Landgerichts "bewusst seinen wirtschaftlichen Vorteil aus der Persönlichkeitsrechtsverletzung Anderer" zu ziehen. Die 68er zwingen ihn noch heute, täglich auf der Seite 1 eine Wichsvorlage abzdrukken, und überhaupt auf fast allen Seiten die niedrigsten Instinkte der Bild-Leser zu bedienen, gleichzeitig aber scheinheilig auf der Papst-Welle mitzuschwimmen. (...) Man kann nicht die Bildzeitung machen und gleichzeitig in die Pose des alttestamentarischen Propheten schlüpfen, der die Sünden von Sodom und Gomorrha geißelt. So viel Selbstironie muss doch sein, dass man die Lächerlichkeit eines solchen Unterfangens begreift. (...)

Wenn man ein bisschen zynisch ist, auf miniberöckte Vorzimmermiezen großen, auf Ernsthaftigkeit eher weniger Wert legt, kann man [bei "Bild"] Karriere machen, und das ist völlig OK so. Einer muss es ja machen, so wie einer den Dieter Bohlen machen muss, und einer den Papst. Aber wenn Dieter Bohlen den Papst geben würde, müsste man auch lachen, oder?

Nachtrag, 11.47 Uhr: Der Beitrag von Alan Posener wurde offenbar aus dem Angebot von "Welt Online" entfernt.

Nachtrag, 15.30 Uhr: Der Autor Alan Posener sagte auf unsere Frage nach dem Verbleib des Textes, er wolle sich dazu nicht äußern und bat dafür um Verständnis.

Noch Fragen zu Selbstbetrüger Diekmann?

Hier bei turi2.de gibt's den kompletten Posener-Text und noch einige interessante Ergänzungen dazu:  
[http://turi-2.blog.de/2007/05/09/alan\\_posener\\_wir\\_sind\\_papst-2240695](http://turi-2.blog.de/2007/05/09/alan_posener_wir_sind_papst-2240695).

## PR-Digest (Lesehinweise)

### PR-Profis: Die Spin-Doktoren

Männer wie er lieben die Unsichtbarkeit. Sie reden ständig und werden nie zitiert. „Mich gibt es gar nicht“, pflegt Norbert Essing zu sagen. Der geschneigelte Mittvierziger nennt sich PR-Berater, seine Firma ist spezialisiert auf Missionen in der Grauzone. Spin-Doktor wäre wohl die korrekte Berufsbezeichnung. Das Gewerbe ist aus der Politik in die Wirtschaft geschwappt, auch hier

geht es darum, Schlagzeilen den richtigen Dreh, den „spin“, zu geben. Davon lebt Essing. Zu seinen Kunden gehören eine Reihe von Vorständen in Dax-Konzernen. Die vertrauen seinem Rat, von der Frisur bis zur richtigen Taktik auf dem Weg zu Amt und Einfluss.

*Den wirklich lesenswerten Beitrag von Georg Meck in der "Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung" vom 6. Mai gibt es [hier in faz.net](#).*

## PR-Jobs + Karriere

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

### Gesuche

Die 18 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

[www.pr-journal.de/jobgesuche](http://www.pr-journal.de/jobgesuche).

### Angebote

#### Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 22 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

[www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat/trainee/praktikum/](http://www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat/trainee/praktikum/)

Die weiteren Angebote:

#### In Agenturen (28)

- [Part of Success sucht ab sofort PR Berater/in für Führungsaufgaben](#)
- [JP KOM Düsseldorf sucht Berater \(m/w\)](#)
- [ergo Kommunikation sucht PR-Berater/in in Berlin](#)
- [ergo Kommunikation sucht Projektmanager/in in Berlin](#)
- [PR-Junior-Berater/in Healthcare bei Fuhrmann & Schütz in Wiesbaden](#)
- [the.messengers suchen PR-\(Junior\)-Berater/-in](#)
- [Weber Shandwick München sucht Junior-Berater/Berater \(w/m\)](#)
- [SCHOLZ & FRIENDS Brand Affairs in Hamburg sucht PR-Assistent \(m/w\)](#)

- [PRpetuum in München sucht \(Junior\) Berater/innen](#)
- [Berliner Agentur sucht PR-Redakteur/in](#)
- [UMPR sucht Juniorberater/Berater Consumer PR \(m/w\)](#)
- [MediaCompany sucht PR-Journalist/in für Bonner Büro](#)
- [Berliner Agentur sucht Büroleiter/in](#)
- [SCHOLZ & FRIENDS Brand Affairs in Hamburg sucht Junior PR-Manager \(m/w\)](#)
- [Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt](#)
- [Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt](#)
- [IWK in München sucht PR-Berater \(m/w\)](#)
- [Sopexa Deutschland sucht PR-Berater/in für Düsseldorf](#)
- [Schröder+Schömbbs sucht PR-Manager \(m/w\)](#)
- [modem conclusa in München sucht PR-Berater-Kollegin/Kollege](#)
- [Krug und Petersen sucht Junior Art Director/in](#)
- [PR-Berater/-in Healthcare bei der IntraMedic GmbH](#)
- [Agentur Lorenzoni, Erding b. München, sucht Junior-Berater Technology](#)
- [komm.passion sucht PR Senior-Berater/in für Hamburg](#)
- [WERBEWELT in München sucht Junior/Senior PR-Berater](#)
- [Harvard PR in München sucht PR-Account Manager \(m/w\)](#)
- [Stellenangebot für PR-Assistenz und Account Executive in München](#)
- [fischerAppelt sucht PR-Berater/Campaigner \(m/w\) mit Schwerpunkt Corporate Communications](#)

#### In Medien (3)

- [Das Wirtschaftsblatt sucht Journalisten und PR-Profis mit Vertriebsstärken](#)
- [Georg Thieme Verlag in Stuttgart sucht PR-Assistenz](#)
- [Das Festspielhaus Baden-Baden sucht Mediengestalter/in](#)

#### In Unternehmen (4)

- [PR-Junior-Berater Wirtschaft/Finanzen \(m/w\) in Frankfurt](#)
- [Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit/ Unternehmenskommunikation gesucht \(Rheinland\)](#)

- [QIAGEN Germany sucht Associate Manager Marketing PR \(m/w\)](#)
- [Hamburger Marienkrankenhaus sucht Assistenten Marketing/PR \(m/w\)](#)

### Verbände (Non-Profit) (1)

- [Bundesverband sucht Referent für Presse und 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 \(freiberuflich\)](#)

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

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

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

**Autoren + Rezensionen + Marketing:** (siehe Homepage)

#### Anschrift:

Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg  
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](mailto:redaktion@pfeffer.de), [redaktion@pr-journal.de](mailto:redaktion@pr-journal.de), [gerhard@pfeffer.de](mailto:gerhard@pfeffer.de)

URL: [www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de), [www.pr-journal.at](http://www.pr-journal.at); [www.pr-journal.ch](http://www.pr-journal.ch); [www.pr-journal.com](http://www.pr-journal.com); [www.pr-journal.info](http://www.pr-journal.info); [www.pr-journal.net](http://www.pr-journal.net); [www.prjournal.de](http://www.prjournal.de); [www.prjournal.eu](http://www.prjournal.eu), [www.agenturcafe.de](http://www.agenturcafe.de), [www.neues-prportal.de](http://www.neues-prportal.de), [www.przentrum.de](http://www.przentrum.de), [www.pr-nussknacker.de](http://www.pr-nussknacker.de).

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:  
Montag, 14. Mai 2007 – 20:30 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.665 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