

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 179 / 47. KW 2008

## Seite 1

### Studie: Internet übernimmt Führung im Wettbewerb der Medien

Bis zum Jahr 2018 werden die Tageszeitungen etwa 30 Prozent ihrer Leser verloren haben. Und das Internet wird mindestens über so viele Werbeinnahmen verfügen wie der Zeitungsmarkt. Denn es wird sich als kombinierter Informations-, Unterhaltungs- und Einkaufsführer in den Generationen bis 60 Jahre durchgesetzt haben. Das ist das Ergebnis der aktuellen Trendstudie „Mediennutzungsverhalten in der Web-Gesellschaft 2018“ von Lothar Rolke und Johanna Höhn von der FH Mainz. Rolke sieht deshalb einen Paradigmenwechsel in Werbung und Unternehmenskommunikation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Deutscher PR-Rat wird sich mit dem Fall DFB/Zwanziger/Weinreich befassen

PR-Journal-Chefredakteur Gerhard A. Pfeffer hat nachgefragt und Richard Gaul, Vorsitzender des Deutschen Rates für Public Relations (DRPR) hat geantwortet: Der Deutsche PR-Rat will sich in

seiner nächsten routinemäßigen Sitzung Anfang Dezember mit der Pressearbeit des DFB Deutscher Fußballverband, Frankfurt am Main und den diversen Äußerungen/Veröffentlichungen seiner Funktionäre Theo Zwanziger (63) (Präsident), Wolfgang Niersbach (58) (Generalsekretär) und Harald Stenger (57) (DFB-Direktor Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit) befassen. Es geht dabei vor allem um die Auseinandersetzung mit dem freien Sportjournalisten Jens Weinreich (43), Wandlitz zu der auch deutsche und internationale Journalistenverbände bereits Stellung bezogen haben. Die Bewertung des DRPR für die PR-Branche wird interessant sein, vor allem ob hier seitens des DFB Täuschung und unethische Beeinflussung vorliegt. Eine Dokumentation der in den (Fach-)Medien breit diskutierten Sache steht hier im Internet: [www.sportticker.net/?p=1560](http://www.sportticker.net/?p=1560).

### G+J legt Wirtschaftredaktionen in Hamburg zusammen - Schließung der Standorte Köln und München

Die G+J-Wirtschaftsmedien werden umstrukturiert. Ab März 2009 arbeitet die G+J Redaktion Wirtschaft von Hamburg aus für die G+J-Wirtschaftsmarken "Capital", "Impulse", "Börse Online" und "Financial Times Deutschland" (FTD). Die Ressorts Finanzen News und Geldanlage sind in Frankfurt am Main angesiedelt, das Ressort Politik operiert von Berlin aus. Die Standorte von "Capital" und "Impulse" in Köln, von "Börse Online" in München sowie die bisherigen Korrespondentenbüros der drei Magazinredaktionen werden geschlossen. Die Verlagsabteilungen in Köln und München waren



weitgehend bereits im Sommer 2008 nach Hamburg umgezogen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



## Personalien

### Neuer Kommunikationschef für Air Berlin

Hans-Christoph Noack (54), bisher verantwortlich für die Management-Berichterstattung im Wirtschaftsteil der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (F.A.Z.), tritt am 1. Januar 2009 als Kommunikationsdirektor bei der Air Berlin PLC ein. Er wird Nachfolger von Peter Hauptvogel (67), der als Berater des Vorstandes und Chefredakteur des Air Berlin Magazins im Haus bleibt. Hauptvogel leitet die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens seit 1992. Von 1995 an leitete Noack die Wirtschaftszeitung "Blick durch die Wirtschaft". Seit der Verschmelzung mit dem Wirtschaftsteil der F.A.Z. verantwortet er die Management-Berichterstattung des Blattes.

### W&V-Chefredakteur Krüger verlässt Europa-Fachpresse-Verlag

Stefan Krüger, Chefredakteur der Branchendienste "w&v Werben & Verkaufen" und "Kontakter" sowie deren Onlineangebote, und der zur Unternehmensgruppe Süddeutscher Verlag gehörende Europa-Fachpresse-Verlag haben sich in freundschaftlichem Einvernehmen (??) getrennt. Krüger war 1999 von Gruner+Jahr zum Europa-Fachpresse-Verlag gewechselt. Dort verantwortete er ab 2001 als Chefredakteur den Branchendienst "Kontakter". Anfang 2006 wurde ihm gemeinsam mit seinem Kollegen Jochen Kalka die Chefredaktion für "w&v", "Kontakter" und "media&marketing" übertragen. Krüger möchte sich in den kommenden Monaten beruflich neu orientieren. Die Chefredaktion für "w&v" und "Kontakter" wird Kalka zukünftig alleine verantworten.

### Nöcker soll GWA-Geschäftsführer werden

Die Entscheidung, wer die Nachfolge von Henning von Vieregge als GWA-Geschäftsführer antreten soll, ist anscheinend gefallen. Nach "Horizont"-Informationen soll der frühere "FAZ"-Wirtschaftsredakteur Ralf Nöcker (43) den Posten übernehmen. Eine Bestätigung dafür gibt es bislang allerdings noch nicht. Dennoch kann als sicher gelten, dass Nöcker bei der konstituierenden Sitzung des neuen Verbandsvorstands Anfang kommender Woche als Wunschkandidat von GWA-

Nur bei uns: Parlaments-Beobachtung!

DAS ENTSCHEIDENE WISSEN AUSSCHNITT  
MEDIENBEOBACHTUNG

Präsident Peter John Mahrenholz präsentiert wird. Nöcker ist derzeit in der Unternehmenskommunikation der Personal- und Managementberatung Kienbaum tätig. (Quelle: Horizont)

## Obama stellt Kommunikationsspitze auf

Der gewählte U.S.-Präsident Barack Obama hat sein Presseteam bekanntgegeben: Neuer Sprecher des Weißen Hauses soll der 37-jährige **Robert Gibbs** werden. Der künftige Präsident hat den Posten damit an seinen langjährigen Spitzenmanager und bisherigen Wahlkampfsprecher vergeben, diese Ernennung war allgemein erwartet worden. Eine weitere Personalentscheidung ist bereits gefallen: Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit soll **Ellen Moran** werden, wie Obamas Büro mitteilte. Sie ist derzeit noch die Leiterin der Frauenorganisation Emily's List und kommt neu in den Stab des nächsten Präsidenten. Moran hatte im Vorwahlkampf der Demokraten Hillary Clinton unterstützt. Ihr Stellvertreter wird **Dan Pfeiffer**, der bereits Kommunikations-Chef in Obamas Team für die Vorbereitung der Amtsübernahme ist.

## Personalien compact (14) (47.KW-08)

### AGENTUREN:

01: **Kerstin Mund** (27) ist neue Junior-Beraterin bei denkBar - PR & Marketing in Bremen. Sie verstärkt das nun auf sieben Köpfe angewachsene Team im Bereich Redaktion und PR-Konzeption. Zuvor war sie bei der Bremer Fun Factory als Referentin für PR und Unternehmenskommunikation tätig.

02: **Jasmin Eickhoff** (42) verlässt nach knapp 15 Jahren bei Publicis Health (ehemals Publicis Vital PR), davon acht Jahre als Geschäftsführerin und zuletzt als COO, die Agentur, um sich beruflich neu zu orientieren. Lt. CEO Jürgen Reinisch fällt der Wunsch von Jasmin Eickhoff nach einer Neuorientierung zusammen mit strukturellen Veränderungen des Agentur-Managements.

03: **Daniela Dangers** wird neue Junior-PR-Beraterin der Agentur prdienst.de, sie war zuletzt, nach beendetem Volontariat, als PR-Assistentin bei der Euro RSCG ABC (GPRA) Hamburg beschäftigt. Der Schwerpunkt ihrer Tätigkeit bei prdienst.de wird in der Online-PR liegen.

04: **Patrik von Glasow** (42) verstärkt als Senior Consultant das Beratungsteam von Oliver Schrott Kommunikation in Köln. Von Glasow ist gelernter Journalist und arbeitete unter anderem für die Kölnische Rundschau, den WDR und RTL sowie als PR-Berater für Ford und General Electric.



**PMG · Presse-Monitor®**

### Elektronische Medienanalyse

▶ Jetzt können Sie die Medienresonanz Ihrer Kommunikationsmittel aktueller messen und bequemer per Internet abrufen. Damit erreichen Sie Ihre Kommunikationsziele schneller. Aktueller, umfangreicher und leichter war Medienanalyse noch nie!

**Mehr Info? Bitte hier klicken!**

Zuletzt war er als Head of Public Relations für die Kölner Agentur psh tätig.

#### UNTERNEHMEN:

05: **Petra Wolf** (41) leitet ab sofort die Unternehmenskommunikation der Anker Leschaco Group in Bremen. In dieser neu geschaffenen Position verantwortet sie die interne und externe Kommunikation des Logistikdienstleisters weltweit. Die Diplom-Betriebswirtin hat in den vergangenen Jahren unter anderem als Freelancer für die PR-Agentur Pleon (GPRA) in Düsseldorf gearbeitet.

06: **Per-Olof Attinger** (48) wird neuer Head of Global Corporate Communications und Mitglied der erweiterten Konzernleitung beim Basler Pharmakonzern Roche. Er löst zu Jahresbeginn **Rolf Schläpfer** (52) ab, der sich neuen Herausforderungen stellen will. Attinger ist seit 1992 bei Roche, zuletzt war er für die Integration der Ventana zuständig.

07: **Alexander Panczuk** (26) ist Politischer Referent im Bereich Konzernkommunikation, Politik und Stiftungen von Vodafone in Berlin. In der neu geschaffenen Position ist er Ansprechpartner für Parlament und Regierung zu Verbraucher- und Jugendthemen. Panczuk studierte Psychologie und war bereits während seines Studiums in der Konzernkommunikation

von Vodafone tätig.

08: **Joachim Polzin** (49) ist im neu geschaffenen Bereich Kommunikation und Energiepolitik der Stadtwerke Flensburg als Pressesprecher für die externe, überregionale Pressearbeit, für Public Affairs, PR-Projekte und Themen der internen Kommunikation zuständig. **Peer Holdensen** (46) macht als Pressesprecher weiterhin die Medienarbeit für die Region Flensburg und verantwortet Marketing und Produktmanagement. Verstärkt wird das Pressesprecher-Team durch den freien Unternehmensberater **Torsten Wulf** (56).

#### MEDIEN:

09: **Nils Klute** (30) übernimmt die neu geschaffene Position des Projekt und Marketingreferenten bei Mediascore in Köln. Er kommt von Pleon (GPRA), wo er von 2006 bis 2008 im Bereich Technik beschäftigt war. Zuvor arbeitete er als Consultant bei der Agentur Rheinfaktor.

10: **Hinnerk Heuer** (32) übernimmt ab sofort die Bereiche Business Development & PR beim Hamburger Online-Karaoke-Anbieter Mikestar, er begleitet dort zukünftig alle nationalen und internationalen Aktivitäten aus PR-Sicht. Von 2006 bis 2008 arbeitete der gelernte Bankkaufmann und studierte Diplom-Kaufmann sowie Diplom-Sportmanager als Assistent der Geschäftsleitung und Projektmanager für "KressKöpfe".

### PMG · Presse-Monitor®



Mehr Info? Bitte hier klicken!

### PMGmobil – Pressespiegel aufs Handy

▶ Mit PMGmobil haben Sie täglich Zugriff auf Hunderte von Zeitungen, Zeitschriften, Agenturmeldungen und Online-Medien über Volltextrecherche und individuelle Suchprofile. Machen Sie jetzt den 1-wöchigen Gratis-Test!



**VERBÄNDE UND INSTITUTE:**

11: **Roger Baumann** (48) ist seit Anfang November neuer Verantwortlicher Kommunikation beim Verband öffentlicher Verkehr (VöV) der Schweiz. Er folgt damit auf **Ruedi Helfer**, der neuer Geschäftsführer der Gesellschaft Schweizer Tierärzte ist. Baumann war zuletzt als Head Corporate Communications bei DHL Schweiz tätig.

12: **Jane Uhlig** (39) ist seit dem 1. November Geschäftsführerin und Pressesprecherin des Frankfurter Zukunftsrats. Zuletzt war sie seit 2005 in gleicher Position beim Konvent für Deutschland tätig. Wolfgang Clement und Manfred Pohl hatten im Februar den Frankfurter Zukunftsrat gegründet, der sich in Arbeitskreisen unter anderem mit den Themen Globalisierung, Einwanderung und Bildung befassen soll.

13: **Daniel Kluge** (39) wechselt im Dezember in die Position des Referenten für Medien und Politik beim Bundesverband für Erneuerbare Energie (BEE). Er gibt damit sein Amt als Pressesprecher des Verkehrsclubs Deutschland ab, welches er sieben Jahre innehatte. Seine Nachfolgerin dort ist **Almut Gaude** (31), die in der Vergangenheit in der Pressestelle des Bundes für Umwelt und Naturschutz Deutschland sowie für das Kampagnen-Netzwerk Compact tätig war.

**POLITIK UND BEHÖRDEN:**

14: **Daniel Reist** (50) übernimmt die Kommunikation des Schweizer Heeres. Der bisherige Kommunikationschef **Jean-Luc Piller** (58) wurde von Korpskommandant Dominique Andrey zu Anfang Dezember in den Bereich Steuerung Heer berufen. Reist war bisher Informationschef und stellvertretender Kommunikationschef des Heeres. Er übt die

neue Funktion bis zur endgültigen Stellenbesetzung ad interim aus.

**Etats****Forschungsministerium vergibt Millionenetat**

Publicis und PP:Die Bildungsagentur haben die Ausschreibung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF), Berlin für die Vermittlung bildungs- und forschungsrelevanter Themen in der breiten Öffentlichkeit gewonnen. In einem mehrstufigen Pitch sicherte sich die Bietergemeinschaft aus Berlin die ausgeschriebene Rahmenvereinbarung mit einem Gesamtvolumen von bis zu vier Millionen Euro. [wuv.de](http://wuv.de)

**Ketchum gewinnt Kommunikationsetat zur Einführung des Lebensmittel-Logos**

Das bereits in über 50 Ländern eingesetzte Lebensmittel-Logo „Bewusst Wählen“ wird nun auch in Deutschland eingeführt. Die internationale PR-Agentur Ketchum unterstützt ab sofort die Kommunikation rund um das neue Logo. Ketchum wird die Einführung und Etablierung dieses Lebensmittel-Logos kommunikativ begleiten. "Bewusst Wählen" soll den Konsumenten helfen, Lebensmittel und Getränke für eine ausgewogene Ernährung einzukaufen. Für Bekanntheit und Anerkennung seitens Medien, Meinungsbildnern und Verbrauchern sorgen Maßnahmen, die von klassischer Medienarbeit bis hin zu digitaler PR reichen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## F&H Porter Novelli übernimmt Lead-Funktion bei Kaspersky Lab

Die PR-Agentur F&H Porter Novelli mit Sitz in München ist ab sofort strategischer Berater und Lead-Agentur auf europäischer Ebene für Kaspersky Lab, einem internationalen Anbieter von IT-Sicherheitslösungen. Das Technologie Team der Agentur konnte nach erfolgreichem Pitch den europäischen PR-Etat von Kaspersky Lab mit Hauptsitz in Moskau für sich gewinnen, F&H übernimmt die Funktion der europäischen Lead-Agentur. Aufgaben sind unter anderem die Optimierung der Abläufe und Prozesse zwischen der Kaspersky Regional Division (RD) Europe in Ingolstadt und den einzelnen Länderagenturen sowie die Implementierung einer einheitlichen Kommunikationsstrategie und eine optimierte Unterstützung der Länderagenturen in ihrer PR-Arbeit.

## Etats compact (22) (47.KW-08)

- 01: Auswärtiges Amt, Berlin  
was: *PR-Koordination des Projekts „Deutschland und China – Gemeinsam in Bewegung“*  
an: **Storymaker**, Tübingen/Peking
- 02: Golden Immobilo, Berlin  
was: *Launchkommunikation und kontinuierliche Medienarbeit für immobilo.de*  
an: **achtung!** (GPRA), Hamburg
- 03: CIPHERLab Deutschland, Mönchengladbach  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*  
an: **Lewis PR**, Düsseldorf
- 04: Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), Berlin  
was: *integrierte PR-Kampagne für „Altersvorsorge macht Schule“*  
an: **MediaCompany**, Berlin

- 05: Samsung Semiconductor Europe, Schwalbach im Taunus  
was: *Lifestyle-PR für die externe Festplatten S1 Mini und S2 Portable*  
an: **Quadt & Company**, München
- 06: deutsche golf online gesellschaft, München  
was: *PR-Auftrag für golf.de*  
an: **Häberlein & Mauerer**, München
- 07: Südniedersachsen-Stiftung, Göttingen  
was: *Pressearbeit für die Kampagne geniusgöttingen*  
an: **unic - marken.Märkte.Kommunikation**, Göttingen
- 08: Deutsche Phono-Akademie, Berlin  
was: *PR-Arbeit für die Verleihung des Deutschen Musikpreises Echo 2009*  
an: **Postition Institut für Kommunikation**, Köln
- 09: EchoStar-Corporation-Tochter Sling-Media, Foster City, CA (USA)  
was: *PR-Betreuung beim Eintritt in den deutschen Markt*  
an: **Harvard PR**, München
- 10: Ergo Versicherungsgruppe, Düsseldorf  
was: *langfristige Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Pensionsberatung Longial*  
an: **SEA Public Relations**, Frankfurt am Main
- 11: Internationaler Verband der Kupferindustrie ICA (International Copper Association), Brüssel (BE)  
was: *Awareness-Kampagne mit begleitenden PR-Maßnahmen "mein Haus kriegt Kupfer"*  
an: **Scholz & Friends Interactive / Scholz & Friends Agenda**, Hamburg / Berlin
- 12: Finanzierungsspezialist ABC Gruppe / abcfinance, Köln  
was: *Markenstrategie und PR zur operativen Integration von insgesamt sechs Unternehmen*  
an: **brandtec**, Trier / Köln

13: Deutsches Institut für Menschenrechte, Berlin  
was: *PR-Etat für Fotowettbewerb zoom human rights*

an: **Büro für Öffentlichkeitsarbeit Marko Junghänel**, München

14: Coca-Cola, Berlin  
was: *konzeptionelle Entwicklung und Umsetzung der Coca-Cola Weihnachtstour 2008*  
an: **Roth & Lorenz**, Stuttgart

15: Skylotec, Neuwied  
was: *klassische PR im industriellen Fachgebiet und konsumentenorientierten Sportbereich*  
an: **Häberlein & Mauerer**, Berlin

16: Dr. Thede Consulting, Damendorf  
was: *Presse- und Medienarbeit*  
an: **GolinHarris**, Frankfurt am Main

17: Spiele-Designer pixelproducts, Hamburg  
was: *Presse-, Öffentlichkeits- und Kommunikationsarbeit*  
an: **Laub & Partner**, Hamburg

18: Norfolkline, Lübeck  
was: *Öffentlichkeitsarbeit und Marketing*  
an: **expert PR & HWM Communications**, Frankfurt am Main

19: Mood and Motion, Frankfurt am Main  
was: *strategische Kommunikationsberatung und Pressearbeit*  
an: **BrunoMedia**, Köln

20: Online-Videovermarkter Smartclip, Düsseldorf  
was: *PR-Arbeit*  
an: **Faktor3** (GPRA), Hamburg

21: Movevision, Düsseldorf  
was: *Pressearbeit in Publikumsmedien und Fachpresse für den Internet-Designshop für individualisierte Grußkarten loomup.de*

22: Deutschen Online Medien, Stuttgart

was: *Pressearbeit in Publikumsmedien für die Plattform für personalisierte Bieretiketten beerstickr.com*

an: **Borgmeier Public Relations**, Hamburg

## Branche

### Gute und schlechte PR

Zum Kaufangebot des Bonner Unternehmens Solarworld für Opel Deutschland: Alles nur ein PR-Gag? "Ich kann nicht beurteilen, wie ernst das Angebot gemeint ist", sagt Ulrich Nies, Präsident des PR-Berufsverbandes Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG), Berlin, auf Anfrage des Bonner General-Anzeigers. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Antizyklisch: achtung! stellt 15 weitere Mitarbeiter ein

Während die Zahl der Meldungen über Arbeitsplatzabbau und Entlassungen zunimmt, stellt achtung! (GPRA) mit Büros in Hamburg und München, 15 weitere Mitarbeiter ein. Die jetzige Geschäftslage sei sehr gut und achtung! schaue optimistisch in das kommende Jahr, heißt es dazu. „Und selbst, wenn es schwierig werden sollte: Eine inhabergeführte Agentur hat auch in kappeligen Zeiten einen langen Atem. Während in Unternehmen, die von in Quartalszahlen denkenden Controllern gesteuert werden, jeder Umsatzrückgang unmittelbar zum Arbeitsplatzabbau führen mag, investieren wir antizyklisch und mit Blick darauf, wo wir in fünf oder gar zehn Jahren stehen wollen,“ so Mirko Kaminski, geschäftsführender Gesellschafter von achtung! kommunikation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Branche compact (8) (47.KW-08)

01: Die auf Hightech- und IT-Unternehmen spezialisierte **Kommunikationsagentur Dr. Haffa & Partner** in München erweitert ihr Dienstleistungsportfolio um Konzeption und Umsetzung suchmaschinenoptimierter Websites. Der **neue Geschäftsbereich "Website Consulting"** wird von Barbara Schieche geleitet, die sich auf konzeptionelle Website-Beratung und zielgruppengerechte, googleoptimierte Inhalte spezialisiert hat. Darüber hinaus bietet der neue Geschäftsbereich seinen Kunden auch die suchmaschinenoptimierte Programmierung von Websites und hat dazu eine strategische Kooperation mit der 7-it eG geschlossen. Mit der neuen Business Unit 'Website Consulting' kommt die Agentur den Anforderungen seiner Zielgruppen nach, die zunehmend Wert auf einen suchmaschinenoptimierten Internetauftritt legen.

02: Der **Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW), Berlin erwartet für das kommende Jahr ein deutliches Schrumpfen des deutschen Werbemarktes.** Je nach konjunktureller Entwicklung werden die Werbeinvestitionen 2009 um ein bis zwei Prozent zurückgehen, erwartet der Verband - eine vergleichsweise glimpfliche Prognose. "Kann die Finanz- und Wirtschaftskrise eingedämmt werden, wachsen die Werbeausgaben in der zweiten Hälfte 2009 wieder und könnten in der Bilanz das Vorjahresergebnis erreichen", begründet der ZAW in einem aktuellen Dossier seinen Optimismus.

03: **Jede vierte Investor Relations-Abteilung ist auf Krisenfälle kaum vorbereitet.** Nur knapp acht Prozent der Befragten geben dagegen an, für kommende Krisen sehr gut gerüstet zu sein. Dies ist ein Fazit aus dem jüngsten **Finanzmarkt-Trendmonitor** von news aktuell, Faktenkontor, CAT Consultants und dem Handelsblatt. Insgesamt haben 282 Fach- und Führungskräfte für Finanzkommunikation an der

Befragung teilgenommen.

([www.presseportal.de/meldung/1305522](http://www.presseportal.de/meldung/1305522))

04: **Deutsche Wissenschaftskommunikation und ihre Erforschung hat in China Vorbildcharakter.** Dies bestätigt das anhaltende Interesse des „China Research Institute for Science Popularization“ (CRISP), einer Abteilung der "China Association for Science and Technology", am Know-How des Forschungsinstituts com.X in Bochum. Bereits zum zweiten Mal besuchten die Wissenschaftler aus Peking unter der Leitung von Vize Präsidentin Lei Quihong die Bochumer Kommunikationsforscher. Im Mittelpunkt standen diesmal weiterführende Fragen zu den Methoden und Instrumenten, die com.X bei der Evaluation wissenschaftskommunikativer Projekte anwendet. Höhepunkt des Treffens war die Übergabe der chinesischen Übersetzung des Forschungsberichtes zum Einsteinjahr, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) ausgerichtet und von com.X evaluiert wurde. Das Forschungsinstitut com.X wurde 1998 von Prof. Dr. Joachim Klewes, Thomas Quast und Nicole Warthun gegründet und feiert dieses Jahr sein zehnjähriges Bestehen. ([www.comx-forschung.de](http://www.comx-forschung.de))

05: Am 21. November wurde das **Alumni-Netzwerk "alumni" der UMC Potsdam (FH) in Berlin** gegründet. Dazu hatten sich zahlreiche Absolventen der Hochschule und des ehemaligen PR Kollegs Berlin zusammen gefunden. Auf dem Programm stand unter anderem ein Vortrag von Jochen Pläcking von der Agentur kleinundpläcking zum Thema "Namens-Sponsoring". Das Netzwerk wurde gemeinsam mit Absolventen des ehemaligen PR Kollegs Berlin gegründet. Es ist die Plattform und Drehscheibe für die Kommunikation und Kooperation in der Kommunikations- und PR-Arbeit für alle Absolventen der Fern- und Abendstudiengänge PR/Öffentlichkeitsarbeit und zukünftig auch für alle Absolventen der UMC-Studiengänge.



06: **cirkel communications**, Hamburg möchte Leistungen von Unternehmen der **Schiffahrts- und Hafenvirtschaft sowie von Reedereien** intensiver am Markt und in den Medien positionieren. Das junge Unternehmen hat sich auf maßgeschneiderte PR-Dienstleistungen für den Mittelstand spezialisiert und verfügt über eine besondere Expertise in der Schiffahrtsbranche.

07: Laut dem aktuellen Holmes Report ist **Eurocom Worldwide in diesem Jahr zum drittgrößten unabhängigen PR-Netzwerk weltweit** avanciert. Die jährlichen Rankings des renommierten amerikanischen PR-Magazins zählen zu den wichtigsten in der Branche. Die 29 inhabergeführten Partneragenturen von Eurocom Worldwide operieren an mehr als 64 Standorten auf allen fünf Kontinenten. Das Netzwerk erreicht mit seiner derzeitigen Ausdehnung über 93 Prozent der Weltbevölkerung. In Deutschland, Österreich und der Schweiz wird Eurocom Worldwide exklusiv von der Münchner PR-Agentur Schwartz Public Relations vertreten.

08: Die Kommunikationsagentur **merck projekt-service** (mps), Frankfurt am Main präsentiert sich mit frischem Onlineauftritt und erweitertem Angebot. Neu hinzukommen wird 2009 ein **Messeservice für Aussteller aus deutschsprachigen Ländern zur Frankfurter Buchmesse** rund um Standbetreuung. Außerdem ist eine Lesereihe in Frankfurt in Planung, in der Autoren aus dem Rhein-Main-Gebiet sich vorstellen.

## Medien

### DJV und VDS appellieren an DFB

Der Deutsche Journalisten-Verband und der Verband Deutscher Sportjournalisten appellieren gemeinsam an den Deutschen Fußball Bund

(DFB), die Auseinandersetzung mit dem Sportjournalisten Jens Weinreich beizulegen. Der DFB hatte am Freitag eine Mitteilung verschickt und als "News" auf seine Homepage gestellt, in der die angeblich von Weinreich initiierte Kampagne gegen DFB-Chef Theo Zwanziger "auf das Schärfste" missbilligt wird. Es gehe nicht an, dass der Sportjournalist Weinreich öffentlich so angeprangert werde, betonten DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken und der Präsident des Verbands Deutscher Sportjournalisten, Erich Laaser. Es sei an der Zeit, die Schärfe aus der Auseinandersetzung zu nehmen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Parteien verschlafen den Onlinewahlkampf

Die deutschen Parteien und Politiker schließen sich der konservativen Internet-Nutzung der Deutschen an und lassen eine Strategie für einen Onlinewahlkampf bisher vermissen. Dies ist das Ergebnis einer Studie der Agentur newthinking communications. Dabei enttäuschen auch die Jugendorganisationen. Die Forscher stellten aber eine leichte Bewegung fest, die nach Informationen aus den Parteien weiter intensiviert werden soll. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Für Sie gesehen: Medienmagazin ZAPP am 19. November

die PR-Themen:

- Schlammschlacht - DFB kritisiert unliebsamen Sportreporter
- Medienflop - Ex-Stasi-Spitzel sperrt Internet-Plattform [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Internet ist das neue Leitmedium

Für die 25- bis 34-jährigen Deutschen ist das Internet das neue Leitmedium. Die „Generation Online“ surft inzwischen genauso häufig im Netz wie sie fernsieht. Das ergab die diesjährige Umfrage der European Interactive Advertising Association (EIAA): Mediascope Europe 2008. Dabei spielt das Web im privaten und persönlichen Bereich eine immer wichtigere Rolle. Deutschland ist beim Ausbau des Breitband-Netzes überraschenderweise noch Entwicklungsland.

Weitere Ergebnisse der Umfrage und den Artikel dazu in "Meedia" [hier online weiterlesen](#).

## Presserabatte - Die große Gier vieler Journalisten

Journalisten suchen den Vorteil, drohen dabei sogar mit den Möglichkeiten der "Vierten Gewalt": Mit Negativschlagzeilen und schlechter Berichterstattung, falls beispielsweise ein Unternehmen keine "Journalistenkonditionen" einräumen will. Viele Firmen geben Pressevertretern Rabatte - für Autos, Telefon-Verträge, Waschmaschinen, sogar Partnervermittlungsdienste. Und selbst der Deutsche Journalistenverband, der seine Mitglieder dazu aufruft, ihre Unabhängigkeit zu wahren, vermittelt ihnen gleichzeitig Schnäppchenpreise für Bücher und Versicherungen. Auf zahlreichen Internetseiten sind Unternehmen mit Journalistenkonditionen gelistet. Der dortige "traffic" ist erheblich. In öffentlich-rechtlichen Sendern wird offenbar besonders häufig zugegriffen. Zapp über die Gier der Journalisten und versuchte Beeinflussung in Unternehmen. [Hier gehts zum NDR-ZAPP-Beitrag](#).

## Mit dem Internet Zeitschriften retten

„Essen, Trinken und Medien sind sichere Branchen. Medien sind ein Grundnahrungsmittel“. Mit solch hoffnungsvollen Worten versuchte Hubert Burda, Präsident des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger VDZ, bei der Eröffnung der Zeitschriftentage am 17. November in Berlin die über 1.000 Teilnehmer positiv einzustimmen. Doch vor dem Hintergrund der Finanzkrise, den dadurch ausgelösten Krisen in Branchen wie der Automobilindustrie und dadurch sinkenden Anzeigenumsätzen sprang der Funke nicht zu jedem über. An dem Tag war schließlich gerade die Nachricht eingetroffen, dass Gruner + Jahr die Redaktionen von Capital, Impulse, Börse Online und Financial Times von einer Zentralredaktion in Hamburg erstellen lassen wird, nachdem bereits angekündigt worden war, andere, verlustbringende Publikationen vom Markt zu nehmen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Medien compact (12) (47.KW-08)

01: **Studie: Das Stimmungsbarometer zur Krise.** Eine aktuelle Umfrage von Nielsen mit den Sinus-Milieus gibt Einblicke in Befindlichkeiten und Ängste der Deutschen in Folge der Finanzmarktkrise. Dabei zeigt sich: Die Skepsis nimmt zu. Aber es herrscht keine Panik. Sinus Sociovision über die Perspektiven der verschiedenen Sozialmilieus in unserer Gesellschaft. [sinus-sociovision.de](#)

02: **Schutzschirme für die Medienkrise.** Nach Banken und Autokonzernen muss nun ein Schutzschirm für die Medien her. Sonnenschirme reichen da nicht aus. Doch es gibt offenbar entsprechende Pläne die Off-the-record aus Kreisen zugespielt wurden und die bereits konkrete Vorschläge enthalten, wie die Medienwelt gestützt werden soll und wie die Bedingungen für ein Rettungspaket aussehen. [off-the-record.de](#)

**03: Mathematiker entwerfen Prognose-Modell: Erfolg von Youtube-Clips vorhersagen.** Immer wieder machen kurze Internetvideos bestimmte Menschen kurzzeitig extrem bekannt, weil Tausende sie anschauen. Schweizer Wissenschaftler versuchen herauszufinden, wie es dazu kommt. Ein mathematisches Modell soll künftig den Erfolg von Videos auf der Internetplattform Youtube erklären. Die Züricher Forscher Riley Crane und Didier Sornette von der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) haben dazu eine entsprechende Aufmerksamkeitsspirale beschrieben, die abläuft, wenn Youtube-Videos zum Renner werden. [netzeitung.de](http://netzeitung.de)

**04: Mobile Web 2.0-Dienste werden sich in Zukunft wachsender Beliebtheit erfreuen,** wenn technische und inhaltliche Rahmenbedingungen den Nutzungsbedürfnissen der Konsumenten entsprechen. Dies ist das zentrale Ergebnis der Diplomarbeit von Alex Oschatz, Mitarbeiter der Ray Sono AG, für die Hochschule Furtwangen University (HFU). Damit stellt der Autor zentrale Nutzungsbedürfnisse der jüngeren Konsumenten den zu erwartenden Industrietrends gegenüber und formuliert Prognosen über die weitere Entwicklung der mobilen Internetnutzung. [contentmanager.de](http://contentmanager.de)

**05: sueddeutsche.de bietet Werbekunden seit geraumer Zeit in verschiedener Form die Möglichkeit, sich gegen Geld unauffällig in den redaktionellen Inhalt zu schleichen.** Im Ressort Fitness scheint es zur Zeit zum Beispiel ein Unterressort „Alles über Erkältung“ zu geben: Nichts deutet vor dem Klicken darauf hin, dass sich dahinter kein Angebot von sueddeutsche.de, sondern der Firma Bayer HealthCare verbirgt. Auch der verlinkte Artikel selbst ist nicht als Anzeige gekennzeichnet und sieht einer Nachrichtenseite von sueddeutsche.de zum Verwechseln ähnlich – das Bayer-Logo in der Mitte sollte aber zumindest aufmerksameren

Lesern einen Hinweis auf den wahren Charakter der Seite geben. [stefan-niggemeier.de](http://stefan-niggemeier.de)

**06: Der tiefe Fall des David Montgomery.** David Montgomery hatte einen Traum: Ein Medienimperium aufzubauen, wie es die Branche noch nie gesehen hatte. Nun steht seine Mecom Holding am Abgrund. Der Aktienkurs bricht ein, die Schulden wachsen. Der Konzern muss schrumpfen. Mecom ist schwer angeschlagen. Die Finanzkrise und die Rezession lassen das Anzeigengeschäft der Zeitungsbranche einbrechen - und mit ihm die Ergebnisse von Montgomerys schnell zusammengekauftem Medienkonglomerat. Ende Oktober musste Mecom die Prognose für das laufende Jahr deutlich senken. [ftd.de](http://ftd.de)

**07: Vor dem Superwahljahr: Von Obama das Siegen lernen?** Die Wahl zum 44. amerikanischen Präsidenten hat die politische Kommunikation grundlegend verändert. Barack Obamas erfolgreicher Online-Feldzug ins Weiße Haus revolutionierte alles, was bislang zum Thema Medien und Wahlen als gesicherte Erkenntnis galt. Klassische Printmedien verlieren an Bedeutung und politische Kampagnen ohne das Internet an Wirkung. [medienforum.nrw.de](http://medienforum.nrw.de)

**08: Am Tag nach dem „Schwarzen Mittwoch“ bei Gruner + Jahr** verteidigt G+J-Vorstand Buchholz erstmals öffentlich die radikalen Sparmaßnahmen bei der Wirtschaftspresse, die Entlassungen und die Einstellung von „Park Avenue“. Auf den Vorwurf der „SZ“, mit der Etablierung einer Zentralredaktion für „FTD“, „Impulse“ und „Capital“ Controllern nachzugeben, antwortet Buchholz: „Stimmt nicht, das ist keine Controller-Lösung, das ist eine Lösung von Journalisten.“ [sueddeutsche.de](http://sueddeutsche.de)

**09: Die Medienkrise: Aktuelle Trends, Fakten und Stimmen im Überblick.** Alle Fakten zur Medienkrise auf einen Blick: Die Finanzkrise ist endgültig auf die Kommunikationswirtschaft übergelungen und wird Medienunternehmen,

Agenturen und Werbungtreibende wohl noch eine ganze Weile beschäftigen. Grund genug dem Thema ein eigenes Special zu widmen. An dieser Stelle präsentiert die Horizont-Redaktion ab sofort fortlaufend alle wichtigen Nachrichten, Charts und Einschätzungen der Top-Entscheider zum Thema. [horizont.net](http://horizont.net)

**10: US-Umfrage: Nachrichten im Netz glaubwürdiger als in TV und Radio.** Zogby International hat in den beiden Tagen nach der US-Wahl insgesamt 3.000 Menschen befragt, welche Informationsquellen sie besonders glaubwürdig fanden. 37,6 Prozent nannten das Internet, 20,3 Prozent TV-Nachrichten, 16 Prozent das Radio. Wenn man solche Umfragen auch immer anzweifeln kann, ist es dennoch interessant - schließlich galt das Internet noch vor einigen Jahren als weit abgeschlagen. [upload-magazin.de](http://upload-magazin.de)

**11: ARD-Politmagazine boykottieren Beitrag der "Zapp"-Kollegen.** Investigativ gerne, aber nicht bei uns: Wenn es um die eigenen Belange geht, legt die ARD ein seltsames Verständnis von Meinungsfreiheit an den Tag. Die ARD-Politmagazine, wenig erfolgreich und deshalb von Zentralisierungsplänen bedroht, haben einen Beitrag der NDR-Kollegen für das Medienmagazin "Zapp" boykottiert. [turi-2.blog.de](http://turi-2.blog.de)

**12: Xing-Führungswechsel: Kommunikationspanne oder interner Machtkampf?** Lars Hinrichs, Gründer und CEO des börsennotierten Business-Netzwerks Xing (ehemals OpenBC), hat seinen Rücktritt bestätigt. Sein Nachfolger wird der derzeitige Ebay-Deutschland-Chef Stefan Groß-Selbeck. Das Gerücht von gestern ist also wieder einmal die Nachricht von heute. Und das Dementi keinen Pfifferling wert. [turi-2.blog.de](http://turi-2.blog.de)

## Convento kooperiert nun auch mit news aktuell

Als einziger Anbieter ermöglicht der PR-Softwarehersteller Convento, Neuss seinen Kunden jetzt den Zugriff auf sämtliche relevanten PR- und IR-Mediendatenbanken im deutschsprachigen Raum. Ab dem 1. Januar 2009 kooperiert Convento nun auch mit der dpa-Tochter news aktuell und bietet seinen Nutzern für die Datenrecherche den Zugriff auf die Journalistendatenbank „MediAtlas“ (ca. 11.000 Medientitel in Deutschland) über eine komfortable Schnittstelle. Damit unterstützt und integriert Convento jetzt alle relevanten Mediendatenbanken in Deutschland, Österreich und in der Schweiz: MediAtlas, Stamm (ca. 25.000 Medien), Zimpel (ca. 15.000 Medien), Thomson One, Pressehandbuch Österreich sowie Renteria Schweiz.

## Social Media - Wie die PR den Medienwandel verpasst

PR-Verantwortliche verpassen den Medienwandel und werden schon bald mit der klassischen Pressemitteilung den Anforderungen des Medienmarktes nicht mehr gerecht. Das legen die Ergebnisse einer neu erschienenen Studie nahe. Die Fragestellung: Welche Rolle spielen Social Media im Arbeitsalltag der PR-Branche heute und in Zukunft? Die Studie trägt den provozierenden Titel "Social Media - Wie die PR den Medienwandel verpasst". Es ist die erste qualitative Erhebung, die bei Berufskommunikatoren nach der PR-Arbeit mit existierenden Social Media Plattformen fragt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Services + Tipps



## Datenreport 2008: Sozialbericht für Deutschland neu erschienen

Wie hoch sind die Ausgaben des Staates für die sozialen Sicherungssysteme? Wie groß ist das Vertrauen der Bürgerinnen und Bürger in den Sozialstaat? Wie viel Geld haben die Haushalte in Deutschland zur Verfügung und wie hat sich die Einkommensverteilung in den letzten Jahren entwickelt? Wo steht Deutschland im Vergleich zu anderen europäischen Ländern, wenn es um die Lebensqualität der Bürger geht? [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Service compact (4) (47.KW-08)

01: Neues Buch - E.W. Mänken: **"Mitarbeiterzeitschriften noch besser machen** - Kritik und Ratschläge aus der Praxis für die Praxis." Verlag: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. 2009. 223 Seiten. Preis: 29,90. ISBN: 978-3-531-16293-5.

02: **Sudie: Familiäre Männer - eine Zielgruppe mit Potenzial.** Es gab sie schon immer - doch seit der Neuregelung der Elternzeit im Januar 2007 hat die Zahl der Väter am Sandkasten zugenommen: Eineinhalb Jahre nach Einführung der bezahlten Auszeit im Sinne der Familie haben bundesweit 103.000 Väter Elterngeld beantragt. Damit liegt der Anteil, gemessen an der Zahl der geborenen Kinder, bei 15 Prozent (Quelle: Statistisches Bundesamt). Der "Familiäre Mann" liegt also voll im Trend und seine Rolle als Versorger, Haushaltsführender und fürsorglicher Aufpasser gerät damit immer stärker auch in den Fokus werbungstreibender Unternehmen. [tns-ernid.de](#)

03: **audioetage stellt Radioplattform getaudio vor.** audioetage hat im November das neue O-Ton Portal getaudio vorgestellt. Die Plattform

wird mit Hunderten kostenlosen Beiträgen, Interviews und O-Ton Paketen nicht nur Anlaufpunkt für Hörfunkredakteure sein. Sie bietet erstmals in dieser Form- auch Produzenten von Hörfunk-PR an- ihre Produktionen über einen eigenen Loginbereich direkt und ohne Umwege zu distribuieren und den Erfolg in Echtzeit zu kontrollieren. getaudio geht damit neue Wege im Bereich der Hörfunk-PR. [audioetage.de](#)

04: Der **Ifo-Geschäftsklima-Index** zeigt weiter nach unten. Die Stimmung ist so schlecht wie seit 15 Jahren nicht mehr: Für November wurden 85,8 Punkte (90,2 im Vormonat) ermittelt.

## Termine + Tagungen

### 5. PR Lounge-Special: Spin Doctors

Sie gelten als Strippenzieher, Schattenmänner und Manipulatoren. Wenn zu viele Kommunikationsberater/Spindoktoren die Sicht ihrer Klienten durchzudrücken versuchen, bricht das Chaos aus – wie beispielsweise der Fall Siemens im April 2007 zeigt, als unzählige Berater den Machtkampf in der Konzernspitze in die Medien trugen. Wer sind die angeblichen Meister des „Spin“, die Ereignisse und deren Darstellung mit dem von ihnen gewünschten Drall versehen? [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Termine compact (2) (47.KW-08)

01: Das **21. Medienforum.NRW** findet vom 22. bis 24. Juni 2009 in Köln statt. Motto: "Medien in Bewegung: Alles. Immer. Überall." Infos: [www.medienforum.nrw.de](#).

02: Am 9. Dezember bietet das **IST-Studieninstitut** für Kommunikation in Düsseldorf ein **Seminar zum Thema "Krisen-PR"** an. Infos: [www.ist-komm.de](#).

## Ausbildung + Seminare

### Bewerbungsgespräch: High Noon mit dem Headhunter

Mysteriöse Anrufe, heimliche Treffen, vertrauliche Verhandlungen: Selten bekommt man Einblicke in die Welt der Headhunter. "SpiegelOnline" war beim Bewerbungsgespräch eines Kandidaten dabei - erst lief alles glatt. Doch dann machte der Mann einen Fehler. *Den Artikel (und die Headhunter-Serie) von Birger Menge in "SpiegelOnline Unispiegel" vom 17. November hier online weiterlesen. Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Ausbildung compact (3) (47.KW-08)

01: **Die school for communication and management (scm), Berlin hat ihr Weiterbildungsprogramm für das 1. Halbjahr 2009 veröffentlicht.** Im Mittelpunkt der angebotenen Seminare, Tagungen, Intensivkurse und innerbetrieblichen Schulungen steht ein umfassendes Qualifizierungsprogramm in den Bereichen Kommunikation und Management. Unter dem Motto „Weiterbildung sichert Erfolg“ bietet die scm deutschlandweit und in Österreich Seminare zu den Themenschwerpunkten Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikationsmanagement, Schreiben, Rhetorik, Management und BWL an. Das Programm wurde um mehr als zehn neue Themen erweitert, wie z.B. Agenda Setting erfolgreich umsetzen: Strategisches Themen- und Issues Management, Pressemitteilungen schreiben - leicht gemacht oder Projektmanagement. Weitere Informationen unter [www.scmonline.de](http://www.scmonline.de).

02: Die **design akademie berlin** vergibt ein **Stipendium** (Wert: 23.600 Euro) für einen

Studienplatz im **Fachbereich**

**Marketingkommunikation**/Kommunikationsmanagement (Bachelor-Studiengang).

Bewerbungsunterlagen und weitere Infos hier:

[www.design-akademie-berlin.de/stipendium.html](http://www.design-akademie-berlin.de/stipendium.html).

Termin für die Abgabe der Bewerbungsunterlagen:

19. Dezember 2008. Die besten fünf BewerberInnen werden im Januar zur

Endausscheidung zu einem persönlichen Gespräch eingeladen.

03: Birgitt E. Morrien von **COP - Coaching, Organisation & PR** in Köln informiert über **neue COP-Seminarangebote** und -termine. Infos auf [www.cop-morrien.de](http://www.cop-morrien.de).

## Rezensionen

### Gazdar/Kirchhoff: Strategische Unternehmenskommunikation

Kaevan Gazdar/Klaus Rainer Kirchhoff: "Strategische Unternehmenskommunikation - Kunden, Investoren, Mitarbeiter und Öffentlichkeit überzeugen". Verlag: mi-Fachverlag, München, 2008. 248 Seiten. Preis: 79, 90 Euro. ISBN: 978-3-636-03134-1. *Eine Rezension von Manfred Piwinger, Wuppertal*

Nach dem ersten Ansehen war ich unsicher, wie ich das Buch einordnen und wem ich es als Lektüre empfehlen sollte. Das verlagstypsich große Format und das opulente Layout lassen nicht gerade ein Fachbuch der Kommunikation erwarten, sondern grenzen eher an Coffee-table-Literatur. Dann habe ich das Buch gelesen. Zeile für Zeile. Und nun weiß ich ziemlich genau, wem ich es zum Lesen ans Herz lege. „Lesen“ deshalb, weil es ein Lesebuch der besten Art ist: unterhaltsam, informativ und gut geschrieben. Es bedrängt einen nicht, und trotzdem enthält und vermittelt es einen breiten Fundus an Kommunikationswissen. Mehr, als manches dicke Fachbuch. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Jobangebote

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

### Gesuche

Die 18 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

### Angebote

#### Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 9 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-volontariat>

#### Agenturen

PR-Berater (m/w) für den Bereich Markenkommunikation gesucht

(Junior) Berater/in im Gesundheitsbereich gesucht!

PR-Berater/in und PR-Seniorberater/in gesucht

Berater/Projektleiter (w/m)

PR Berater in Berlin

Senior PR Beraterin (m/w) mit Schwerpunkt im Bereich Healthcare in Köln

#### Behörden (Öffentl. Dienst)

PR-Assistent/In, Schwerpunkt Veranstaltungen gesucht

Fachjournalist/In für Print und Web gesucht

#### Unternehmen

Communication Manager (m/f) in Riad/Saudi Arabia

Teamleiter/in Nachrichten-Agenturen und Videotext

Marta Herford sucht Pressesprecher/in

Redakteur/Redakteurin gesucht

PR Fachmann für Berlin (m/w)

PR/MarCom Redakteur/in (PRR 300)

#### Verbände (Non-Profit)

Leiter/-in der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising

Leiter/in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

#### Freelancer

PURE PR - public relations & events

Unterm Strich mehr als Text

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 24. November 2008 – 22:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **23.675 Empfänger** versandt.

---

**Impressum:.....**

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg



**Herausgeber:**

Gerhard A. Pfeffer , Siegburg

**Verlag:**

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

**Redaktion:**

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Patrick Hacker, Leipzig; Ursel Reineke (Internationales) (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben[at]gmx.net), Neuwied.

**Ständige Kommentatoren:**

Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg

**Korrespondenten:**

Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver\_buehler[at]web.de); Michael Bürker, München, Agentur ComMenDo (muenchen[at]pr-journal.de); Oliver Jorzik und Dominik Ruisinger, Berlin, Agentur add-pr (berlin[at]pr-journal.de); Frauke Scheben, New York/USA (frau.scheben[at]gmx.de).

**Autoren + Rezensionen:** (siehe PRJ-Homepage)

**Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:**

TwinShore Ltd., Eschenweg 55, 24558 Henstedt-Ulzburg Telefon: +49 (0)4193 75.83.99 Telefax: +49 (0)4193 75.83.88 E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de

**Anschrift (Herausgeber, Verlag und Redaktion):**

Lendersbergstr. 86, 53721 Siegburg  
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60  
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61  
Mobilfon: +49 (0)160 9463.57.77

**E-Mail:**

mailto:redaktion[at]pr-journal.de,  
gerhard[at]pfeffer.de

**URL:**

http://www.pr-journal.de, www.pr-journal.at,  
www.pr-journal.ch, www.pr-journal.com, www.pr-journal.info, www.pr-journal.net.

-----

-----