

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 184 / 02. KW 2009

## Stellenangebote und Werbung im PR-Journal: Preise meist wie bisher, teilweise günstiger

Unsere PR-Jobbörse ist größte im Internet - täglich mindestens 2.000 Besucher. Nutzen Sie gerade jetzt diese Möglichkeit bei der Suche nach qualifiziertem Personal. Neu ist: zusätzlich zur Veröffentlichung in der jeweiligen Rubrik, können nun Anzeigen für zwei bzw. vier Wochen zusätzlich für die Startseite der Jobbörse online gebucht werden (für 50 bzw. 100 Euro). Außerdem sind z.B. für Seminaranbieter, Fachbuchverlage sowie Personalberater die Buchung von Werbebannern und Textanzeigen möglich (<http://jobs.pr-journal.de> --> Werbung). Nutzen Sie jetzt auch für eine günstige Jahresbuchung unsere Werbemöglichkeiten im "PR-Journal". Und zwar zu den alten bzw. günstigeren Preisen - trotz in 2008 gesteigerter Akzeptanz und Nutzung unseres PR-Portals: [www.pr-journal.de/werbung.html](http://www.pr-journal.de/werbung.html).

## Seite 1

## Online-Nachrichtenseiten erreichen 2008 neue Rekorde

4,9 Milliarden Mal wurden die beliebtesten Nachrichtenportale im Jahr 2008 besucht. Das ist ein Plus von 30,5 Prozent gegenüber 2007 und

sogar ein Zuwachs von 51,9 Prozent gegenüber 2006. Dies belegt die Auswertung der Besucherzahlen von Online-Nachrichtenseiten, die der Hightech-Verband BITKOM in Berlin vorgelegt hat. „Vor allem die Online-Ableger etablierter Medienhäuser profitieren vom steigenden Interesse“, erklärt Achim Berg, Vizepräsident des BITKOM. „Viele Verlage haben stark in ihre Internet-Töchter investiert. Das zahlt sich jetzt in steigenden Besucherzahlen aus.“ Dieser Trend reiße auch im laufenden Jahr nicht ab. Berg: „Im Superwahljahr 2009 wird das Internet weiter an Bedeutung gewinnen – vor allem für die Meinungsbildung.“ [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Wie PR-Strategen Themen platzieren: Die getarnten Zulieferer

Der schmale Grat zwischen PR und Journalismus wird von Strategen genutzt, um Themen in Medien zu lancieren. Wir, zwei prekär freischaffende, aber umso adreter gewandete Herren, begeben uns eines Morgens in unseren bescheidenen Autos auf den Weg. Unser Ziel ist das Büro des regionalen Arbeitgeberverbandes. Dort dürfen wir unser aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds gefördertes Projekt für kleine und mittlere Unternehmen vorstellen. Vollkommen unabhängig davon, wie die Umsetzung läuft - und sie läuft alles andere als prickelnd -, geht es bei unserer Mission darum, eine Eins-a-Projektpräsentation zu performen. *Den Artikel von Gregor Schreiber in taz.de vom 12. Januar [hier online weiterlesen](#).*





## Buchtip: PR - Leitfaden für modernes Kommunikationsmanagement

Mit diesem Buch von Dominik Ruisinger und Oliver Jorzik erhalten PR-Mitarbeiter und Kommunikationsverantwortliche mittelständischer Unternehmen konkrete Werkzeuge an die Hand, wie sie Public Relations erfolgreich und selbstständig einsetzen bzw. auch den Erfolg kontinuierlich überprüfen können. Die Kernfelder und Instrumente von Public Relations werden Schritt für Schritt auf ihre Einsatzmöglichkeiten geprüft und verständlich dargestellt:

- Was muss ich bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beachten?
- Wie gehe ich mit Journalisten um?
- Wie unterstütze ich mit PR den Aufbau einer Marke?
- Welche Chancen bieten mir Online-PR?
- Wie plane und steuere ich die interne Kommunikation mit Mitarbeitern?
- Wie setze ich Events und Messen in meiner PR erfolgreich ein? [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### w&v: die 100 wichtigsten Macher der Kommunikationsbranche

Die Werben & Verkaufen-Redaktion in München hat die wichtigsten 100 Manager (davon sechs Frauen) der Kommunikationsbranche gewählt. Darunter sind vier aus dem Bereich Public Relations, je zwei aus Agenturen und Unternehmen. **Bestplatzierter PR-Mensch auf Platz 45 ist Bernhard Fischer-Appelt**, Mit-Geschäftsführer und -Gründer von fischerAppelt Kommunikation (GPRA), Hamburg. Auf Rang 58 folgt als **erster PR-Verantwortlicher eines Unternehmens Christoph Keese**, Präsident Public Affairs des Axel Springer Verlages in Berlin. PLatz 61: Dirk Huefnagels, Leiter der Konzernkommunikation der HypoVereinsbank, München. Und schließlich besetzt Joachim Klewes, Senior Partner von Pleon (GPRA), Düsseldorf den Rang 90. [www.wuv.de](http://www.wuv.de).

### Personalien compact (21) (02.KW-09)

#### AGENTUREN:

01: **Conny Hinterecker** (48) verstärkt als Managing Director das Management-Team von Burson-Marsteller Deutschland um CEO **Karl-Heinz Heuser**. Damit kehrt die Gründerin und ehemalige Geschäftsführende Gesellschafterin (vormals: Conny Wüst) der Agentur Hiller, Wüst & Partner (HWP) in die PR-Branche zurück. Seit ihrem Abschied von HWP hat Conny Hinterecker

Unternehmer, Führungskräfte, Teams und




Nur bei uns: Parlaments-Beobachtung!  
**DAS ENTSCHEIDENE WISSEN** **AUSSCHNITT**  
MEDIENBEOBACHTUNG

Mitarbeiter gecoacht.

02: **Mark Jeznach** (30) wechselt als Berater zur Agentur achtung! in Hamburg. Er kommt von der PR-Agentur Faktenkontor, ebenfalls in Hamburg, wo er für Kunden aus den Bereichen IT, Finanzen und Medien tätig war. Er engagiert sich nun bei achtung! im Team Technik & Motor und betreut hier vorrangig Kunden aus dem Bereich Automotive.

03: **Henning Jeß** (31) ist künftig für die Politikanalyse und Beratung in der Finanz- und Wirtschaftspolitik im Public Affairs Team der Kommunikations-Agentur Plato in Berlin verantwortlich. Er soll außerdem den Bereich Media Relations durch seine Erfahrungen als Journalist unterstützen. Jeß war bei der Financial Times Deutschland in Berlin und Brüssel tätig.

04: **Mathias Emmerich** (46) ist zum Senior Vice President der Publicis-Gruppe ernannt worden. Er folgt auf **Fabrice Fries**, der seit kurzem Präsident der PR-Agenturgruppe Publicis Consultants in Frankreich ist. Emmerich war zuvor neun Jahre bei der französischen Bahngesellschaft SNCF tätig, zuletzt als CEO für den Gütertransport.

05: **Ingo Seeligmüller** ist zweiter Geschäftsführer der PR-Agentur Neuland PR aus Leipzig. Der gelernte Sozialwissenschaftler ist seit einem Jahr Partner der Agentur, zuvor war er

als Leiter der Politischen Kommunikation eines großen Energieunternehmens tätig.

06: **Holger Crump** (40) wird Partner der Gummersbacher Kommunikationsagentur media consult. Zuvor zeichnete der Journalist als Chefredakteur für das Fachmagazin Infosat verantwortlich und entwickelte im gleichen Verlag den Tagesbranchendienst Digitalmagazin zu einem Newsletter für die Digital-TV-Branche. Als Senior Partner betreut Holger Crump fortan verschiedene Kunden aus allen relevanten Bereichen der digitalen Wertschöpfungskette

07: **Friederike Herrfurth** (47) leitet als Managing Director ab sofort die Unit Publicis Health PR in Köln und ist in diesem Bereich für das deutsche und internationale Geschäft zuständig. **Ariel M. Salmang** (39) verantwortet als Director Digital Communications die gesamte digitale Kommunikation sowie den Aufbau der neuen Unit Publicis Health Digital. Herrfurth kommt von Roche Diagnostics, wo sie seit 2003 als Leiterin der Pressestelle sowie zuletzt als Leiterin der Unternehmenskommunikation tätig war. Salmang wechselt von der Düsseldorfer Agentur Digital District zu Publicis Health.

08: Die CNC – Communications & Network Consulting, München baut ihre internationale Präsenz weiter aus und hat im Januar ein Büro in Brüssel eröffnet. Es steht unter der Leitung von **Hanns R. Glatz** (65), der seit 1970 die europäische Entwicklung begleitet. Glatz wird Ende Oktober



**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!

dieses Jahres seine dann 20-jährige Tätigkeit als

-----

Bevollmächtigter des Vorstands der Daimler AG und Leiter der Repräsentanz für Europaangelegenheiten in Brüssel beenden. Glatz engagiert sich in einer Reihe von Wirtschaftsverbänden.

#### **UNTERNEHMEN:**

09: **Sven-David Müller** (39) ist neuer Leiter Kommunikation, sowie Pressesprecher des Gesundheitsportals imedo in Berlin. Der Bereich Kommunikation umfasst die Online-Redaktion der imedo-Gesundheitsnews, sowie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens. Zuvor war der Medizinjournalist und Publizist Müller unter anderem als Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim fachärztlichen Beratungsportal Qualimedica tätig.

10: **Thomas Schneidewind** (40) ist neuer Leiter Unternehmenskommunikation bei RadiCens, in dieser Position ist verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens und die Produktentwicklung der Marken MoobiCent und MoobiAir. In gleicher Funktion ist er für die Marke MoBlack und das Unternehmen MBD Mobile Breitbanddienste tätig. Der gelernte Journalist war zuvor als Senior PR-Berater bei komm.passion und Head of CoE Technology bei Trimedia Communications Deutschland tätig.

11: **Berenike Giera** (30) verstärkt die Kommunikation der Johanniter-Unfall-Hilfe in Hamburg mit der Sachgebietsleitung PR und

Kommunikation, sie verstärkt damit die Abteilung Marketing/Fachdienste unter der Leitung von **Nanette Paukstadt**. Als Pressesprecherin des Landesverbandes Nord ist Giera zuständig für die Bundesländer Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein sowie für den Landkreis Harburg.

12: **Svea Milena Schröder** (32) ist neue Pressesprecherin der Reemtsma Cigarettenfabriken. In dieser Funktion verantwortet sie die Medienkommunikation des Hamburger Unternehmens und koordiniert die Entwicklung der internen und externen Kommunikationsstrategien. Die Kommunikationswissenschaftlerin war zuvor vier Jahre lang für die Unternehmenskommunikation des Solaranlagenherstellers Conergy tätig, zwei Jahre davon als Head of PR Asia-Pacific in Singapur.

13: **Christian Schönhals** (34) ist neuer Pressesprecher des Fußballbundesligisten VfL Bochum 1848. Sein Vorgänger **Christian Gruber** (38) wechselte als Pressesprecher und Leiter Public Relations zum 1. FC Kaiserslautern. Schönhals war zuvor für die Internetkommunikation des FC Schalke 04 verantwortlich.

14: **Ralf Krenzin** verantwortet als Leiter Unternehmenskommunikation die in- und externe Kommunikation für Lafarge Zement in Deutschland, er ist gleichzeitig Pressesprecher des Unternehmens. Krenzin wechselt von der Monier Gruppe zu Lafarge zurück, von 2001 bis 2008 hat

**PMG · Presse-Monitor®**



**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!

**Mehr Info? Bitte hier klicken!**



er für beide Unternehmen u.a. als Kommunikationsverantwortlicher und Pressesprecher gearbeitet.

#### **MEDIEN:**

15: **Oliver Schwartz** (40) übernimmt ab sofort die neugeschaffene Position des Head of Communications and Liaisons beim Huber Verlag für Neue Medien in Karlsruhe. Mit der Personalie verbunden ist eine Neuaufstellung der Unternehmenskommunikation. Schwartz übernimmt im Management die Verantwortung für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Marketing-Communications, Business-Development und Liaisons sowie die Rolle des Chefredakteurs der verlagseigenen Medien. Zuvor war er Kommunikationschef bei web.de und Head of Corporate Communications bei ComBots.

16: **Harald Dietz** (48) ist neuer ARD-Sprecher, bisher war er Redaktionsleiter des Sportressorts beim Südwestrundfunk (SWR), **Ulla Fiebig** (34) ist stellvertretende ARD-Sprecherin. Grund ist das Ende des ARD-Vorsitzes des Saarländischen Rundfunks (SR), der zum Jahreswechsel an den Stuttgarter Sender übergang. Der ehemalige ARD-Sprecher **Peter Meyer** (40) bleibt weiterhin in seiner Position als Sprecher des Saarländischen Rundfunks sowie Leiter der SR-Kommunikation.

17: **Kristina Faßler** (46) ist neue Leiterin Marketing und Kommunikation des Nachrichtensenders N24. Sie folgt auf **Thorsten Pütsch** (39), der den Sender zum auf eigenen Wunsch verlässt und Marketingleiter von ProSieben in München wird. Faßler kommt vom TV-Sender Sat.1, wo sie zuvor als Sprecherin tätig war.

18: **Sandra Pickert**, bisher Leiterin PR und Event von National Geographic Deutschland, wird

Leiterin Kommunikation von Gruner + Jahr Exclusive & Living und ist damit künftig für die Öffentlichkeitsarbeit der gesamten Verlagsgruppe verantwortlich.

#### **VERBÄNDE UND INSTITUTE:**

19: **Daniela Ruch** (24) verstärkt ab sofort als Referentin Unternehmenskommunikation den Bereich Corporate Communications des Frankfurter Instituts für Markencontrolling Brand Control, sie zeichnet verantwortlich für die Bereiche Public Relations und Marketingkommunikation. Zuvor hat Ruch Business Communication mit den Schwerpunkten Marketing und Medienökonomie an der ISM Dortmund studiert und an der Hawaii Pacific University in den USA Auslandserfahrung gesammelt.

20: **Michael Wehran** (37) leitet seit Dezember die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Bundesverbands Zeitarbeit (BZA). Er wird damit Nachfolger von **Thomas Läßle** (45), der im September aus dem Dienst des Verbands ausgeschieden ist.

#### **POLITIK UND BEHÖRDEN:**

21: **Melanie Haas** (33) ist stellvertretende Pressesprecherin des Bundesvorstandes von Bündnis 90/Die Grünen. Sie hat Soziologie, Politik- und Kommunikationswissenschaften studiert und arbeitete von 2002 bis 2008 als Wissenschaftliche Mitarbeiterin und Parteienforscherin am Otto-Suhr-Institut der Freien Universität Berlin. Außerdem war sie als freie Mitarbeiterin unter anderem für das ZDF und den MDR tätig. Melanie Haas tritt die Nachfolge von **Jens Althoff** (36) an, der seit Oktober Pressesprecher und Leiter der Pressestelle der Bündnisgrünen ist.

## Etats

---

### Etats compact (12) (02.KW-09)

01: Golden Alligator, Berlin  
 was: *Presse- und Medienarbeit*  
 an: **Publiplikator**, Berlin

02: Berliner Sparkasse, Berlin  
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Kampagne „Keine bösen Überraschungen mit der Berliner Sparkasse“*  
 an: **Publicis**, Berlin

03: Italienisches Wohnaccessoire-Label Culti, Mailand (IT)  
 was: *PR-Etat*  
 an: **Think Inc. Public Relations**, München

04: Textilhersteller Eschler, Bühler/Appenzeller Land (CH)  
 was: *PR-Arbeit auf dem europäischen und nordamerikanischen Markt*  
 an: **KGK Kern Gottbrath Kommunikation**, München

05: Campari Deutschland  
 was: *Pressearbeit für die Marken Cinzano, Aperol, Glen Grant, Crodino, Skyy Vodka*  
 an **rpm - revolutions per minute**, Berlin

06: Engineers Consulting, Hamburg  
 was: *Kommunikationsberatung, Fachpressearbeit, Messeauftritt, Unternehmens- und Produkt-Websites*  
 an: **Laub & Partner**, Hamburg

07: CTIA – The Wireless Association, Washington, D.C. (USA)  
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Mobilfunk-Messe CTIA Wireless (USA)*  
 an: **CP Communication Pool**, Frankfurt und **Mangum Hills Balfour**, München

08: Swisssdent Cosmetics, Zürich (CH)  
 was: *Pressearbeit und Unternehmens-PR in Deutschland*

09: Lovefilm, München  
 was: *Öffentlichkeitsarbeit*  
 an: **S&L Medianetworkx**, München

10: Family Office Kontora, Hamburg  
 11: Caravan-Hersteller Hobby, Rendsburg  
 12: Bundesinnung der Hörgeräteakustiker KdöR, Mainz  
 was: *PR und Pressearbeit*  
 an: **Hoschke & Consorten**, Hamburg

## Branche

---

### Benchmark: Marktmonitor PR-Agenturen Deutschland 4. Quartal 2008

Das Portal Benchmark.com hat zum vierten Mal in 2008 aus den Empfehlungen und Berichten von 9.047 akkreditierten Teilnehmern seinen Marktmonitor PR-Agenturen verfasst. Er dokumentiert u. a. welche Themen, Konditionen, Fristigkeiten und Zufriedenheiten die Zusammenarbeit zwischen Auftraggebern und Anbietern während den letzten drei Monaten bestimmten. **Erstmals wurde die Reihenfolge der Kundenzufriedenheit** nicht mehr nach der Größe der Agentur entsprechend der Mitarbeiterzahl sondern **nach den von den Kunden genannten Budgetgrößen ermittelt**. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Branche compact (6) (02.KW-09)

01: Die **Marketing- und PR-Agentur Lars Meier Marketing** in Hamburg heißt ab sofort **PREventas**. Die Agentur will sich stärker von dem Schwester-Unternehmen Lars Meier Management, einer

Agentur für Künstlermanagement, abheben. Die Marketing-Firma macht u.a. PR für Audi, das People-Magazin "in", die Deutsche Bahn und Dorint Hotels. (Quelle: kress.de)

**02: Der PR Club Hamburg wird in den Verein Hamburg@work integriert.** Die Mitglieder haben einstimmig für einen entsprechenden Beschluss votiert. Mitte März muss noch die Mitgliederversammlung von Hamburg@work zustimmen. Der PR Club Hamburg soll eine rechtlich selbständige Sparte in Hamburg@work werden. Auch der **Vorstand ist gewählt** worden: Im Amt bestätigt wurden Dagmar Winklhofer-Bülow (DWB Kommunikation), Simone Hopf (PR Club Hamburg) und Torsten Panzer (Ad Publica). Neu gewählt wurde Uwe Jens Neumann (Vorstandsvorsitzender Hamburg@work).

**03: Nadja Merl-Stephan hat die Anteile der PR-Akademie Rhein-Main von Markus Laue übernommen.** Damit erhält das PR-Aus- und Weiterbildungsinstitut eine PR-Agentur als Verstärkung. Merl-Stephan ist in Personalunion Inhaberin der PR-Agentur red-shoe dogs. Die PR-Akademie Rhein-Main ist aufgeteilt zu je 50 Prozent auf Merl-Stephan und Ingo Reichardt vom communication-college.

**04: Strategielose CSR schickt Geld in den Schornstein.** Corporate Social Responsibility ist im deutschen Mittelstand kaum strategisch verankert: Nur in 15 Prozent aller mittelständischen Unternehmen sind entsprechende Projekte Teil der strategischen Planung. "Unternehmen handeln rein operativ, wenn es gerade passt und Geld da ist oder ein Mitarbeiter mit einer guten Idee kommt", sagt Stefan Poppelreuter vom TÜV Rheinland Impuls [csr-news.net](http://csr-news.net)

**05: fischerAppelt Kommunikation (GPRA), Hamburg baut die Healthcare-Unit unter Sabine Seifert, Partnerin Healthcare, im Jahr 2009 weiter aus: Die Agenturgruppe** forciert die Erweiterung

um die Felder Healthy-Food und -Lifestyle und **gründet am Frankfurter Standort das Team „Health & Brands“**. Unter der Leitung von Stefanie Wetzels sollen zukünftig Kunden dieser Bereiche betreut werden. Mit der Gründung des „Health & Brands“-Teams greift fischerAppelt eine Marktentwicklung vor, bei der Markenunternehmen immer häufiger Produkte lancieren, die einen gesundheitsgetriebenen USP besitzen. Weiteres Kernthema des fischerAppelt Healthcare-Teams für das Jahr 2009 ist unter anderem die Entwicklung des Bereichs Corporate Communications. Unter der Leitung von Anke Meier (Teamleiterin Healthcare Hamburg) soll außerdem das Angebot auf dem Gebiet Medical Education ausgebaut werden.

**06: Gleich dreifach hat Pleon (GPRA), Düsseldorf beim amerikanischen Magellan Award 2008 gepunktet.** Das von Deutschlands führender Kommunikationsberatung und ihrer Holding-Schwester BrandScience entwickelte Analysetool Pleon Performedia erhielt den Platinum Award in der Kategorie Produkt und Service Kommunikation. Als einziges nicht amerikanisches Unternehmen wurde Pleon in einer der neun Spezialkategorien mit dem Best Debut Award ausgezeichnet. Gleichzeitig belegte die PR-Agentur in der Kategorie "Top 50 Winners" den vierten Platz. Damit ist Pleon hier unter den ersten 20 ebenfalls das einzige nicht amerikanische Unternehmen. "Wir freuen uns sehr über diese Anerkennung von Pleon Performedia. Die Auszeichnungen belegen auch, dass der Markt auf ein solches Analysetool gewartet hat", sagte Frank Behrendt, CEO von Pleon Deutschland. Der Magellan Award wird jedes Jahr von der League of American Communications Professionals LLC (LACP) vergeben.

## Medien

### Tagesschau meistgesehene Nachrichtensendung 2008

Die Tagesschau ist die mit Abstand erfolgreichste Nachrichtensendung im deutschen Fernsehen: 8,74 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer insgesamt haben im Jahresschnitt 2008 allabendlich die 20-Uhr-Ausgabe verfolgt. Der durchschnittliche Marktanteil liegt bei 32,0 Prozent. Deutlich mehr als drei Millionen Zuschauer täglich sehen die 20-Uhr-Ausgabe der Tagesschau in den Dritten Programmen der ARD. Die angegebenen Werte berücksichtigen alle Wochentage, nicht nur Montag bis Freitag. Sie basieren auf einer Auswertung der Zahlen der GfK-Fernsehforschung. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (5) (02.KW-09)

#### 01: Deutsche konservativ bei Mediennutzung.

Die Deutschen gelten generell als Skeptiker, wenn es um die Adaption und Nutzung neuer Medienangebote geht. Die repräsentative weltweite Deloitte-Studie "The State of Media Democracy" beweist: Deutsche sind wirklich zurückhaltender als Briten, US-Amerikaner, Japaner und Brasilianer. [deloitte.com](http://deloitte.com)

#### 02: Gehaltsanalyse Medienbranche -

Verhandlungsprofis streichen mehr ein. Trotz düsterer Aussichten ist der Zustrom in den Trendberuf Journalismus seit Jahren ungebremst. Am Geld kann das kaum liegen, die Medienbranche zahlt vergleichsweise bescheidene Gehälter. Ein Redakteur mit festem Vertrag kommt auf durchschnittlich 43.060 Euro Jahresgehalt, hat das auf Vergütungsthemen spezialisierte Beratungsunternehmen PersonalMarkt herausgefunden.- Wer im **Bereich**

**PR und Kommunikation** der Medienbranche arbeitet, kann mit rund 38.600 Euro rechnen. Hier sind die Spannen besonders groß: Ein Viertel aller Öffentlichkeitsarbeiter verdient unter 27.400 Euro im Jahr. Spitzenverdiener dagegen erzielen Einkommen von mehr als 46.800 Euro. [focus.de](http://focus.de)

#### 03: Studie: Vertrauensmessung im

**Branchenvergleich.** Tageszeitungen, Brauereien und Lebensmittel-Discounter genießen im Branchenvergleich das größte Vertrauen in der deutschen Bevölkerung. Das ergab eine aktuelle Studie der Markenberatung Musiol Munzinger Sasserath (MMS). Demnach bringen 44,5 Prozent der Befragten Blättern wie "SZ", "FAZ" und "Welt" großes Vertrauen entgegen. Für Brauereien sind es 39,5 Prozent. Platz 3 belegen – trotz des Bespitzelungsskandals bei Lidl – die Lebensmittel-Discounter (37,5 Prozent). [horizont.net](http://horizont.net)

04: **25 Jahre Privat-TV.** Die meisten Beispiele für gutes Fernsehen stammten aus Privatsendern. Das ist kein Zufall. Auch nach 25 langen Jahren haben die Öffentlich-Rechtlichen keine Antwort auf die private Herausforderung gefunden. Als vor 25 Jahren in Deutschland das Privatfernsehen eingeführt wurde, sollte damit nicht etwa die Kultur verändert werden oder der Alltag, sondern die Politik. [tagesspiegel.de](http://tagesspiegel.de)

05: **Von diesem Montag an soll das Abendblatt nach SZ-Informationen nicht mehr als Zeitung geführt werden, die einen Online-Auftritt bietet, sondern als Online-Angebot, das auch eine Zeitung im Portfolio hat.** Mitte Oktober 2008 übernahm Claus Strunz das Hamburger Abendblatt. Der Springer-Journalist, der zuvor Bild am Sonntag geführt hatte, entwarf sehr schnell eine neue Architektur seines Blattes. Den Ressortleitern schlug er bald Online-Verantwortung zu. Von diesem Montag an soll das Abendblatt nach SZ-Informationen nicht mehr als Zeitung geführt werden, die einen Online-Auftritt bietet, sondern als Online-Angebot, das auch eine Zeitung im Portfolio hat. [suedddeutsche.de](http://suedddeutsche.de)



## Stamm Medien-Newsletter Januar 2009

Der Stamm-Verlag, Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). **Im Dezember 2008 wurden 4.802 Medien aktualisiert**, im letzten Quartal waren es insgesamt 19.767 Medien.

Der monatliche "**Stamm Medien-Newsletters**", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Hier einige Änderungen/Meldungen: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Services + Tipps

### Büromanagement: So bleibt der Schreibtisch sauber

Das Jahr ist jung, und die Illusionen sind groß: 2009 soll der Schreibtisch endlich aufgeräumt und gut organisiert bleiben! Experten geben Tipps, wie Sie diesen guten Vorsatz vielleicht tatsächlich einhalten können. Man kann es ja mal versuchen. Sich vornehmen, im neuen Jahr den alten Schlendrian zu vermeiden - und fortan effizient und effektiv zu arbeiten. Und zwar an einem aufgeräumten Schreibtisch. Nie mehr soll der Arbeitsplatz einem Schrottplatz gleichen, auf dem man irgendwo willkürlich einen Computer platziert hat.

Den Artikel von *Rhymer Rigby (London)* in *ftd.de* vom 8. Januar [hier online weiterlesen](#).

### Aufbewahrungsfristen: Welche Unterlagen 2009 in den Papierkorb können

Im Büro türmen sich kisten- und ordnerweise alte Rechnungen, Bestellungen, Angebote und Auftragsbestätigungen? Dann schaffen Sie Ordnung - werfen Sie im Januar 2009 alles weg, was Sie laut Gesetz nicht unbedingt aufbewahren müssen. Geschäftsunterlagen müssen über einen bestimmten Zeitraum aufbewahrt werden. Man unterscheidet dabei Fristen von a) sechs Jahren und b) zehn Jahren. Wir geben Ihnen eine Auflistung der Aufbewahrungsfristen.

*Diesen nützlichen Servicetipp von akademie.de [hier online weiterlesen](#).*

### Job-Knigge: Die Hackordnung und das "Du"

Die Unsicherheit ist immer wieder da. "Du" oder "Sie" - wie geht man Problemen mit der Anrede am besten aus dem Weg? Eine Patentlösung gibt es nicht. Vor 50 Jahren wäre es nicht denkbar gewesen, seinen Chef zu duzen. Da ging es nicht nur um gegenseitigen Respekt, sondern auch um die Hierarchie am Arbeitsplatz. Doch mit dem Wandel der Arbeitswelt steht immer öfter das "Du" im Raum - und wird in den einzelnen Branchen sehr unterschiedlich genutzt.

Den Artikel von *news.de-Redakteurin Mandy Hannemann* [hier online weiterlesen](#).

### E-Mail Knigge: Regeln für die richtige Online-Kommunikation

Riesen-Anhänge, achtlose Rechtschreibung und falsche Anrede: Stil - und Formfehler sind auch bei E-Mails unangebracht. Die wichtigsten E-Mail-Regeln hat *news.de* zusammengetragen. Auf den

ersten Blick haben Mails einen unverbindlichen Charakter und werden deshalb mittlerweile unbedacht und reflexartig eingesetzt. Aber auch für den Umgang mit E-Mails gibt es Regeln, die in der Praxis nur allzu oft ignoriert werden.

Den Artikel von news.de-Redakteurin Anja Guhlan vom 9. Januar [hier online weiterlesen](#).

## Vocus: On-Demand Software für Public Relations nun auch in Deutschland

Gegründet im Jahr 1992, hat sich Vocus zum weltweiten Marktführer für On-Demand Software entwickelt, die Unternehmen bei der Verwaltung von Verbindungen zu Reportern, Analysten und anderen wichtigen Interessensgruppen unterstützt. Die Softwaresuite hilft Public Relations Abteilungen bei einer schnellen und einfachen Planung, Ausführung und Messung des Erfolgs ihrer Kommunikationsprogramme. Tausende Kunden weltweit vertrauen auf die Software von Vocus für eine effektive Verwaltung der Beziehungen und Kommunikation mit Ihren wichtigen Interessensgruppen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Service compact (4) (02.KW-09)

01: Die bisherige Steuernummer entfällt und wird ersetzt durch die bereits bundesweit verschickte "**Steuer-ID**". Diese gehört nunmehr auf in die Korrespondenz von freien Journalisten mit der Finanzverwaltung. Bei Rechnungen bleibt es vorerst aber doch noch bei der bisherigen Steuernummer: **Wer diese lebenslange Privatnummer nicht allen Geschäftspartnern kundig machen möchte, kann bei seinem Finanzamt auch eine separate "Wirtschafts-ID" bestellen.** Dann gehört diese auf die Rechnung. Rechtsgrundlage ist § 139 c

Abgabenordnung. Es kann sein, dass das Finanzamt verständnislos oder jedenfalls unwillig reagiert. Denn die "Wirtschafts-ID" ist für viele Ämter noch Neuland.

02: **Buchtipps:** Lars Dörfel (Hsg.): "**Instrumente und Techniken der Internen Kommunikation.** Trends, Nutzen, Wirklichkeit." Verlag: scm prismus, Berlin. 333 Seiten. Preis: 29,90 Euro. ISBN: 978-3-940543-04-2.

03: Der komplette **Blog-Workshop "PR - Erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit planen und realisieren"** von Kerstin Hoffmann **jetzt als kostenloses eBook**. Sie haben damit ein Werkzeug, um Ihre gesamte PR zu planen, zu realisieren. Sie bekommen Antworten auf viele Detailfragen, die Sie in anderen Büchern nicht oder nicht in dieser Form finden. Hier geht's zum Download-Link: [http://kerstin-hoffmann.de/Downloads/Hoffmann\\_Workshop\\_PR.pdf](http://kerstin-hoffmann.de/Downloads/Hoffmann_Workshop_PR.pdf).

04: **In einer wissenschaftlichen Studie der University of Chicago Booth School of Business wurde eine enge Beziehung zwischen der Anzahl verbreiteter Unternehmensmeldungen und damit zusammenhängenden Vorteilen am Kapitalmarkt festgestellt.** Der Doktorand Eugene Soltes arbeitete bei der Erstellung seiner Studie eng mit der Business School zusammen. Zur Vorbereitung interviewte er Chefredakteure und Vorstandsmitglieder führender Wirtschaftsmedien und Nachrichtendiensten, darunter The Wall Street Journal, Thomson Reuters, Dow Jones Newswires und Business Wire. Mit Schwerpunkt auf die Jahre 2001 bis 2006 analysierte Soltes 9,3 Millionen Artikel. Diese Anzahl entspricht den Untersuchungsparametern zuvor erstellter Arbeiten.

"Nach meinen Ergebnissen führt eine häufigere Nachrichtenverbreitung zu niedrigeren Spannen, höherem Aktienumsatz und einer geringeren idiosynkratischen Volatilität" fasst Soltes zusammen. "Letztlich lassen die Ergebnisse darauf

schließen, dass auch die Art der Verbreitung wichtig ist." Soltes' Ergebnisse bestätigen somit frühere Studien, nach denen eine häufigere Verbreitung von Unternehmensmeldungen eine verbesserte Liquidität zur Folge hatte.

## Termine + Tagungen

### Fachtag Personalkommunikation 2009: PR für HR - in guten wie in schlechten Zeiten

Der **2. Fachtag Personalkommunikation „PR für HR“** unter der Leitung von Wolfgang Jäger und Lothar Rolke am 3. März in Wiesbaden zeigt anhand von acht Fachbeiträgen aus Theorie und Praxis (Best Practice-Beispiele, Experten-Know-how und aktuelle Studien) wie HR-Kommunikation professionalisiert und wertsteigernd gemanagt werden kann. Außerdem erfahren die Teilnehmer, wie Sie Sichtbarkeit und das Arbeitgeberimage nach innen und außen verbessern können. Das gilt gleichermaßen für Boom- wie für Krisenzeiten. Ausgewiesene Referenten stehen exklusiv Rede und Antwort und geben Einblick in ihre Arbeit. Infos und Anmeldung bis 16. Februar unter: [www.djm.de/kommunikation/perskom\\_fachtag.htm](http://www.djm.de/kommunikation/perskom_fachtag.htm).

### Termine compact (5) (02.KW-09)

01: Der renommierteste Lehrmeister für gutes Deutsch erläutert im "**Wolf-Schneider-Sprachseminar**" der Bringmann Managemententwicklung, Berlin die Gesetze der Leichtverständlichkeit und erarbeitet im persönlichen Dialog mit den Teilnehmern Texte, die den Leser nicht loslassen bis zur letzten Zeile. Pressemitteilungen, Reden, Briefe, Artikel

für die Mitarbeiterzeitschrift – anhand von Beispielen aus ihrem Berufsalltag erfahren die Teilnehmer, wie sie nicht nur dem Inhalt, sondern auch dem Leser ihrer Texte gerecht werden. Termine: 02.–03.03.2009 in Frankfurt am Main, 23.–24.03.2009 in Düsseldorf, 26.–27.05.2009 in Berlin, 07.–08.09.2008 in Hamburg. Weitere Informationen auf der Website [www.wolf-schneider-sprachseminar.de/](http://www.wolf-schneider-sprachseminar.de/).

02: **Fachkräftemangel trotz Wirtschaftskrise:** Schon Berufseinsteiger erwarten Familienfreundlichkeit im Job. **Expertenpanel „Kein Kandidat in Sicht?“ diskutiert am 29. Januar in München die Zukunft des Employer Branding.** Trotz Wirtschaftskrise herrscht insbesondere in der IT-Branche, bei Ingenieuren und Naturwissenschaftlern weiterhin ein extremer Fachkräftemangel. Traditionelle Bewerberkampagnen der Unternehmen bringen nicht mehr den gewünschten Erfolg. Die Bewerberflut von einst bleibt aus. Ein massives Problem für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen, das den Mittelstand besonders hart trifft. Karrierechancen allein haben als Argument bei der Anwerbung künftiger Fach- und Führungskräfte ausgedient. Das belegt eine neue Studie der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK), die am 29. Januar im Rahmen des Expertenpanels vorgestellt wird. Mit dabei: Ulrich Bach, Head of HR von Knorr-Bremse; Sonja Fink, Direktorin Marketing von Accenture Deutschland; Angelika Inglsperger, Head of Employer Branding der Allianz; Susanne Kamm, Partnerin von fischerAppelt Kommunikation München; Lars Rademacher von der MHMK; Günter Reinhold von Pape Consulting und Uta von Boyen, von boyen consulting corporate alignment. Weitere Informationen zur Studie und Anmeldung unter [www.keinkandidatinsicht.de/](http://www.keinkandidatinsicht.de/).

03: Der nächste DMMK **Deutscher Multimedia-Kongress** findet am 9. Juni in Berlin statt. Veranstalter sind MFG Baden Württemberg und der

BVDW. Es geht um Herausforderungen der interaktiven Branche Außerdem wird der 14. Deutsche Multimedia-Award verliehen. Infos: [www.dmmk.de](http://www.dmmk.de).

04: Der aktuellen wirtschaftlichen Situation entsprechend, findet am 05. und 06. Februar in Berlin eine **Tagung zum Thema Krisenkommunikation**, in Kooperation mit dem Magazin "pressesprecher" statt. Krisenerprobte Kommunikationsprofis vermitteln den kommunikativen Umgang mit Krisen, von der Prävention, über die externe und interne Kommunikation bis hin zur Nachbereitung, anhand von Best Cases und Workshops. Weitere Informationen unter [www.forum-krise.de](http://www.forum-krise.de).

05: Professionelle, zeitnahe Kommunikation und ein offener Dialog mit allen relevanten Interessensgruppen ist während und nach einer Krise wichtig, um einen langfristigen Imageverlust zu vermeiden. Basis dafür ist eine professionelle und detaillierte Vorbereitung. Beim **Convento PR-Frühstück** am 17. Februar in München geben **Michaela Paudler-Debus und Helmut von Fircks** von der PR-Agentur F&H Porter Novelli einen theoretischen wie praktischen Überblick zur **Krisenkommunikation** und zeigen, welche Schritte es vor, während und nach einer Krise zu beachten gilt. Weitere Informationen und zur Anmeldung: [www.convento.de/de/Events/Seiten/events.aspx](http://www.convento.de/de/Events/Seiten/events.aspx).

## Ausbildung + Seminare

### Coachings: Profilieren, präsentieren, profitieren

Ein Persönlichkeitstraining verändert Menschen nicht. Aber es kann den Verstand öffnen, Ideen freisetzen. Warum Weiterbildung sinnvoll ist. "Die Weiterbildungslüge". Ohne stetige

Weiterqualifizierung ist beruflicher Erfolg undenkbar - das wissen Vorgesetzte heute genauso gut wie Mitarbeiter. Dabei ist es nicht damit getan, Fachwissen aufzufrischen. Die Arbeit in wechselnden Teams erfordert ein regelmäßiges Trainieren von Soft Skills. Und einschneidende Maßnahmen im Betrieb wie Restrukturierungen sollten idealerweise durch Motivationsseminare gestützt werden. Weiterbildung ist also ein integrativer Bestandteil moderner Unternehmenspolitik. Aber - wie lässt sich ihr Erfolg messen?

*Den Artikel von Sabine Asgodom in [sueddeutsche.de](http://sueddeutsche.de) vom 4. Januar 2009 [hier online weiterlesen](#).*

### Ausbildung compact (5) (02.KW-09)

01: Die **UMC Potsdam** (FH) veranstaltet am 13. Februar am Campus Berlin einen **Informationsnachmittag** über die berufsbegleitenden **Abend- und Fernstudiengänge PR/Öffentlichkeitsarbeit und über den MBA-Studiengang Unternehmenskommunikation/Public Relations**. Nach einer Begrüßung durch die Hochschulleitung können die Interessentinnen und Interessenten an diesem Nachmittag an einer Vorlesung von Klaus Schmidbauer, Professor für Kommunikationsplanung an der UMC Potsdam (FH) und langjähriger Konzeptioner, teilnehmen. Infos: [www.umd-potsdam.de/](http://www.umd-potsdam.de/).

02: Das **Grundseminar G1 „Methodische Öffentlichkeitsarbeit“ des DIPR** Deutsches Institut für Public Relations vom 31. Januar bis 8. Februar in Hamburg richtet sich als praxisorientiertes Intensiv-Training in erster Linie an Nachwuchskräfte und Einsteiger in den PR-Beruf. In acht Tagen werden neben Grundlagenwissen und wichtigen Themen des Berufsfeldes Public Relations Fähigkeiten und Fertigkeiten vermittelt,

die für eine erfolgreiche Tätigkeit in der PR-Branche nötig sind. Infos: [www.dipr.de/](http://www.dipr.de/).

03: Am 15. Februar ist Bewerbungsschluss für den Studiengang "Marketingkommunikation/Kommunikationsmanagement BA" an der design akademie berlin, Hochschule für Kommunikation und Design (FH). In fos: [www.design-akademie-berlin.de/](http://www.design-akademie-berlin.de/).

04: Textkompetenz heißt, die verschiedenen Darstellungsformen, ihre Anforderungen und Eigenheiten zu kennen. Wichtiger noch: sie zielgerichtet ein- und umzusetzen. Das **AFK-Seminar PR W7 – Journalistisches Schreibtraining**, vom 9. bis 13. Februar in Gummersbach, trainiert diese Kompetenzen. Es sorgt dafür, dass Pressemitteilungen in der Zeitung (und nicht im Papierkorb) landen. Infos: [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com).

05: PR-Sekretärinnen, -Assistentinnen und -Assistenten müssen kompetent als Schnittstelle zwischen Vorgesetzten, Kollegen, Dienstleistern und Journalisten handeln können. Das **AFK-Seminar PR BA – PR für Sekretariat und Assistenz, vom 16. bis 20. Februar in Boppard, vermittelt das nötige fachliche PR-Hintergrundwissen für eine erfolgreiche Assistenz**. Es trainiert den Umgang mit Journalisten und wichtigen Kontaktpersonen. Weitere Qualifikationsbereiche sind Presseclippings, Presseverteiler, Informationsrecherche, Archiv und Arbeitsorganisation. Infos: [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com).

## Pfeffer & Salz & Senf

### PR-Profis schlagen daneben: Airbus A400M-Verspätung

Von Public Relations verstehe ich nicht allzuviel, ich bin ja Journalist. Aber wenn ein Unternehmen von Weltrang mit vielen (PR-)Profis eine Pressemitteilung an einem Freitagabend um 19:36 Uhr verschickt, bin ich doch irritiert. Erst recht, wenn es sich um den großen europäischen Luftfahrt- und Rüstungskonzern EADS handelt und das Thema der immer wieder verschobene Militäirbus A400M ist. Das wirkt ja fast so, als wollte man sicherstellen, dass die Information erst mal nicht zur Kenntnis genommen wird...

*Die Anmerkungen von Thomas Wiegold in seinem Blog bei "FocusOnline" am 9. Januar [hier online weiterlesen](#).*

## Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

### Politik-Kongress: Theorie und Praxis der Gesamtkommunikation als Dialogplattform

Gesamtkommunikation ist die Gesamtheit aller kommunikativen Tätigkeiten von der strategischen bis zur operativen Ebene im inneren wie im äußeren Bereich einer Organisation (Unternehmen, Verbände, politische Institutionen) mit dem Ziel, das Image der Organisation und das seiner Produkte und Dienstleistungen in der Öffentlichkeit im positiven Sinne zu gestalten und zu erhalten. Die englische Bezeichnung politics beschreibt den prozessualen Charakter der Politik in der unternehmerischen Kommunikation, also alles, was tatsächlich kommuniziert wird. Hierin gliedern sich von der strategischen bis zur operativen Ebene die konkret transportierten Aktionen der



Kommunikation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## **PR-Digest (Lesehinweise)**

### **Die Imageberater: Public Relations ist längst mehr als Pressearbeit**

PR ist ein Kürzel mit einer rasanten Karriere. Es steht für Public Relations, also Öffentlichkeitsarbeit. Die Branche ist in den vergangenen Jahrzehnten erheblich gewachsen. «Lange Zeit galt der Journalist als kritisch und unabhängig und der PR-Mitarbeiter als die Vorstandstrompete», sagt Dieter Herbst. Und wer aus dem Journalismus in die PR wechselte, stand in dem Ruf, nur dem Lockruf des Geldes erlegen zu sein. Inzwischen werde das differenzierter gesehen, sagt Herbst, der als Kommunikationsberater arbeitet und eine Professur an der Fachhochschule für Ökonomie und Management (FOM) in Berlin hat. *Den Artikel von Andreas Heimann, dpa am 12. Januar in AachenerNachrichtenOnline.de [hier weiterlesen](#).*

### **Jobangebote**

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

#### **Gesuche**

Die 13 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

#### **Angebote**

#### **Volontariat/Trainee**

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

#### **Praktikum**

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

#### **Agenturen**

[Ludwigshafener PR-Agentur sucht PR-Berater/in](#)

[PR Assistent\(in\) in Hamburg gesucht](#)

[PR Agentur in Hamburg sucht erfahrene\(n\) PR Berater\(in\)](#)

[PR-Berater\(in\) nach Süddeutschland gesucht](#)

[PR ACCOUNT MANAGER \(m/w\)](#)

[Genussvolle Aufgabe: PR Assistentin in Baden-Baden](#)

#### **Behörden (Öffentl. Dienst)**

[Stellenausschreibung Öffentlichkeitsarbeit](#)

#### **Freelancer**

[Online-Lektorin/Korrektorin sucht neuen Auftraggeber](#)

[Unterm Strich mehr als Text](#)

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 12. Januar 2009 – 22:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **17.808 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](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).