

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 196 / 15.+16. KW 2009

Seite 1

NDR-Medienmagazin ZAPP: Media-Agenturen in der Dunkel-Grauzone

Sie verteilen Werbegelder in Milliardenhöhe und haben im Handel mit Spots und Seiten ein lukratives Geschäft aufgebaut: Mediaagenturen sind eine wichtige Größe im deutschen Werbemarkt, doch das Geschäft wird immer undurchsichtiger. [Zapp blickt hinter die Kulissen der Media-agenturen.](#) Und [hier der Text](#) zur Sendung. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ziesemer: Zehn zornige Thesen zur Zukunft der Zeitung

„Handelsblatt“-Chefredakteur Bernd Ziesemer hat in der aktuellen Ausgabe des neugestalteten Fachmediums „Wirtschaftsjournalist“ (Verlag Johann Oberauer, Freilassing) eine Polemik in zehn so genannten Thesen verfasst. „Zehn zornige Thesen zur Zukunft der Zeitung“ steht drüber. Allerdings sind es nach meiner Auffassung keine Thesen, die Ziesemer dort auf-

schreibt. Es scheint vielmehr so, dass da ein Chefredakteur einfach mal alles rausgelassen, was ihm in jüngster Zeit so auf die Nerven ging. Und das ist so einiges.

Den Beitrag von Stefan Winterbauer in "Neulich am Kiosk - Das Print-Blog von Meedia" [hier online weiterlesen.](#)

Branchen-Jubiläum - 45 Jahre PR und kein Stück leise: Gerhard Pfeffer



In einer Branche, deren Verlauf eher durch Wandel, als durch Beständigkeit geprägt ist, kommt es nicht oft vor, dass man von einer „Größe“ des Geschäfts sprechen kann. Umso bemerkenswerter sind die herausragenden Köpfe, die es schaffen, viele Jahre PR zu betreiben und die Branche mit zu gestalten. Von einer herausragenden Größe kann man bei Gerhard Pfeffer sicherlich in mancherlei Weise sprechen, unbestritten ist, dass er seit Montag, 13. April 1964, also seit 45 Jahren, ununterbrochen und unermüdlich im Dienste der PR in Deutschland tätig ist. Hier ein paar Highlights: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)





Interview 8: Gerhard Pfeffer war schon immer da

"Das PR-Interview" wird realisiert [von k1 gesellschaft für kommunikation](#)



Das „PR-Interview“ mit Prof. Jürg W. Leipziger zum 45-jährigen Berufsjubiläum von PR-Journal-Herausgeber Gerhard A. Pfeffer am 13. April 2009.

PR-Journal: *Wie und wann haben Sie Gerhard Pfeffer kennen gelernt?*

Jürg W. Leipziger: Gerhard Pfeffer war schon IMMER da. Er gehört zum Inventar der PR-Branche in Deutschland. Aufgefallen ist er mir als Autorität und Geschäftsführer der DPRG, wo er klug und kompetent diesen Verein nach vorne geführt hat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

11. Mail aus Manhattan: USA - Die Misere der Medien in der Wirtschaftskrise



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

Die amerikanische Medienwelt scheint am Abgrund zu stehen - inmitten und wegen der kollabierenden Wirtschaft. Als Publizisten

und PR-Berater müssen wir nun umdenken! Ein großer Vorteil meines Arbeitgebers, die PR-Agentur Deussen Global Communications, war und bleibt hoffentlich die Location: New York City. Die kleine Insel Manhattan, zwischen Hudson und East River, beherbergt den Großteil der amerikanischen Medien und ist das große Zentrum für Fernsehen, Musik, Zeitungen, Zeitschriften und Buchverlage. Da sind wir näher an den Entscheidern dran, und oft fußläufig bei den Journalisten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Walz und Mederacke verstärken Schaeffler Kommunikationsteam

Jörg Walz und **Matthias Mederacke** gehören seit April zum Team der Unternehmenskommunikation der Schaeffler Gruppe mit Dienstsitz in Herzogenaurach. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Adler geht von Gruner + Jahr zu Prinovis

Alexander Adler (36), Leiter Externe Kommunikation von Gruner + Jahr in Hamburg, wird zum 1. Juli neuer Leiter Unternehmenskommunikation des Druckkonzerns Prinovis in Hamburg. Er verantwortet dort die gesamte externe Kommunikation, interne Kommunikation sowie den Bereich Marketing. Vorgänger Thorsten Schubert hat Prinovis schon Anfang des Jahres verlassen, die Stelle war seitdem vakant. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (27) (15.+16.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Patrick Stämpfli** verstärkt das Team von Trimedia Communications Schweiz am Standort St.Gallen als PR-Berater, in seiner neuen Funktion wird er auch im Bereich "Bewegtes Bild" tätig sein. Der erfahrene Medienmann und ehemalige Leiter der St.Galler Redaktion von ".ch" ist mit seinen rund 20 Jahren Berufserfahrung ein gestandener Journalist und Kommunikationsprofi. Seine journalistischen Wurzeln gehen zurück auf seine redaktionelle Tätigkeit für das Gastromagazin "Salz und Pfeffer", danach war Stämpfli lange Jahre als Redakteur und Moderator bei

Radio aktuell - dem heutigen Radio FM1 - beschäftigt.

02: **Tobias Steger** verlässt die Agentur Trimedia Communications Schweiz in Basel (CH), wo er zwei Jahre als Managing Director und Mitglied der Geschäftsleitung tätig war. Während seiner Zeit bei Trimedia hat der erfahrene Kommunikationsprofi wesentlich zum Aufbau des Kompetenzbereichs Corporate Publishing und Design beigetragen und diesen aktiv weiterentwickelt. Darüber hinaus gab er dank seinen Erfahrungen auch im Bereich Web Development wichtige Impulse. Steger kehrt zurück auf Unternehmensseite und zwar in seine Wunschbranche Informationstechnologie: Ab Juni 2009 ist er bei Open Systems in Zürich (CH) verantwortlich für die Kommunikation.

03: **Christian Achenbach** (36) ist ab sofort als Senior Manager Communications bei der Stuttgarter Agentur Convensis Group in der PR-Division beschäftigt. Der studierte Diplom-Betriebswirt ist dort für Kunden aus dem Automobil- und Finanzsektor sowie für Business Development zuständig. Achenbach wechselt von der Münchener Agentur move communications, wo er u. a. die PR-Kommunikation für Sanyo Fisher Europe und Rollei im Bereich Digital Imaging verantwortete.

04: **Tony Burgener** wechselt vom Internationalen Olympischen Komitee (IOC) zu Burson-Marsteller Schweiz in Genf, Beim IOC als stellvertretender Kommunikationsdirektor unter anderem für die publizistischen und digitalen Belange verantwortlich, bringt er nun seine langjährige Erfahrung

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!

als Senior Consultant bei Burson-Marsteller ein. Vor seiner Tätigkeit beim IOC war Burgener Leiter Media und Public Relations bei der Schweizerischen Landesausstellung Expo.02.

05: **Thorsten Beckmann** (40) leitet ab sofort als Kaufmännischer Leiter den gesamten Finanzbereich der Hamburger Agenturgruppe achtung! und komplettiert damit die Führungscrew. Beckmann ist in der Branche bestens bekannt: Als Kaufmännischer Geschäftsführer leitete er über Jahre die Geschicke der Hamburger Traditionsagentur Economia. Zuletzt war er als Chief Financial Officer bei der Avenso Holding in Berlin tätig.

06: **Christoph Schumacher** (42) ist neuer Geschäftsführer der forum! Marketing- und Kommunikationsberatung. Nach Tätigkeiten als wissenschaftlicher Angestellter an der RWTH Aachen und der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, der Promotion in Politischer Wissenschaft und begleitender langjähriger journalistischer Arbeit trat Schumacher seine Laufbahn in der Industrie an.

07: **Alexander Geckeler** (35) leitet ab sofort als Direktor neu gegründete Unit Leben & Finanzen bei achtung! (GPRA) in Hamburg. Der studierte Kommunikationswirt kommt direkt aus der Elternzeit und war bis zum Sommer 2008 insgesamt knapp neun Jahre bei komm.passion (GPRA) in Hamburg, zuletzt als Teamleiter.

08: **Benjamin Dumke** verstärkt das Team der Agentur für kreative PR in Berlin. Mit seiner ungewöhnlichen Bewerbung in Form einer Keksdose hat er die Agentur aus dem Stand heraus überzeugt. Er bringt neben PR- und Eventerfahrung vor allem frische Ideen und langjährige Projekterfahrung aus dem Werbe- und Grafikdesign mit. In Berlin wird Dumke künftig verschiedene Kunden betreuen, für die PR-Unit der Agentur betreut er aktuell eine aufmerksamkeitsstarke Presseausendung.

09: **Stefanie Schrom** (29) wechselt zur Agentur reich & berühmt medienmanagement. Sie übernimmt am Kölner Standort die mediale Betreuung des Expertenpools und den Ausbau des Bereichs Public Relations. Schrom kommt von der ebenfalls in Köln ansässigen Agentur Allendorf Media. Sie verantwortet in Zukunft unter anderem die PR-Maßnahmen für die Ärzte der Kölner MediaPark Klinik.

UNTERNEHMEN:

10: **Boutros Boutros** wurde zum neuen Divisional Senior Vice President Corporate Communications der internationalen Fluggesellschaft Emirates ernannt. Damit bekommt die globale Konzernkommunikation in Dubai eine neue Leitung, die sämtliche Marketing- und Kommunikationsaktivitäten weltweit verantwortet. Boutros war zuvor in der Position des Senior VP, Media Relations, Sponsorships & Events tätig und folgt jetzt auf **Mike Simon**, der nach beinahe zwanzig Jahren bei Emirates in den Ruhestand tritt.

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!

11: **Sabine Wilhelm** (33) leitet die PR- und Öffentlichkeitsarbeit von Sympatex Technologies in Unterföhring. Der Hersteller von Hightech-Funktionssystemen in Bekleidung, Schuhen und Accessoires hat die Position Head of PR neu geschaffen. Unterstützt wird Wilhelm von der Münchner Agentur Krauts PR, die den Pitch um den PR-Etat gewann. Vor ihrem Wechsel zu Sympatex arbeitete Wilhelm sechs Jahre lang für den Condé Nast Verlag in München.

12: **Christian Rothmüller** (46) ist neuer Unternehmenssprecher von T-Mobile Austria mit Sitz in Wien (AT). Er zeichnet für die Kommunikation beider Marken T-Mobile und tele.ring sowie die interne Kommunikation des gesamten Unternehmens verantwortlich. Der studierte Betriebswirtschaftler kommt von IBM Österreich, wo er seit 2001 als Manager of Communications und Manager Corporate Citizenship & Corporate Affair tätig war. In dieser Funktion war er sowohl für die interne als auch externe Kommunikation sowie sämtliche CSR-Aktivitäten verantwortlich.

13: **Robert Hess** verantwortet die neu geschaffene Kommunikations- und PR-Abteilung der Coesfelder SchmidtGruppe. Er war zuvor fast dreizehn Jahre als Leiter der Kommunikationsabteilung der ostwestfälischen Gauselmann Gruppe tätig. Unterstützt wird Hess in seiner neuen Tätigkeit von **Simone Gebhart** als Assistentin.

14: **Rahel Raum** (39) verantwortet als Leiterin PR die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei AutoScout24 in München. Sie übernimmt die bereits längere Zeit unbesetzte Position von **Enrico Beltz**. Raum war zuvor bei der Swissair Group in Zürich in der Unternehmenskommunikation tätig und anschließend bei der Deutschen Post DHL in Bonn, Brüssel und Basel. Ebenfalls neu bei AutoScout24 ist die Senior PR Managerin **Laura Hartmann** (31).

15: **Christian Plöger** (35) ist Leiter des neu geschaffenen Bereichs Unternehmenskommunikation der Jagdfeld-Gruppe in Berlin. Zuvor hat der promovierte Sozialwissenschaftler seit 1996 als Politik- und Wirtschaftsjournalist für Medien wie BILD, Die Welt oder impulse in leitender Funktion gearbeitet. Er baut am Standort Berlin den Kommunikationsbereich auf und ist dort auch als Pressesprecher der Unternehmensgruppe tätig.

16: **Christian Henne** (34) verantwortet die Leitung des Bereichs PR und Kommunikation bei neu.de in München. Damit fungiert er zum einen als Pressesprecher des Unternehmens. Gleichzeitig ist er mitverantwortlich für die Führung der Marken neu.de, meetic.de und Partner.de in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Henne kommt von der Agentur Manning, Selvage & Lee (MS&L) in Frankfurt, wo er in den letzten Jahren als Mitglied des Management Teams den Bereich Consumer Marketing leitete.

17: **Frauke Riva** (37) wird zum 1. Mai 2009 neue Pressesprecherin der Stadtwerke Leipzig und übernimmt in dieser Funktion die Leitung des Bereiches PR/Kommunikation. Zuletzt leitete sie die europaweite Kommunikation von Lycos Europe.

18: **Michael Beck**, Pressesprecher und Betriebsratsvorsitzender der Nord-West Oelleitung (NWO) in Wilhelmshaven, ist nach 36-jähriger Tätigkeit für das Unternehmen in die Altersteilzeit verabschiedet worden. Nach seiner Bundeswehrzeit kam Beck 1973 zur NWO. 1994 übernahm er den Bereich Öffentlichkeitsarbeit der NWO. Gleichzeitig wurde er Pressesprecher des Unternehmens.

19: **Christian Trottmann** (33) ist neuer Mediensprecher der Schweizerischen Rettungsflugwacht Rega. Er war bis Ende 2008 bei der Ringier-Sendung Konsum-TV als Produzent tätig. Trottmann hatte seine journalistische Laufbahn vor zwölf Jahren bei Tele 24 und Tele Züri begonnen.

MEDIEN:

20: **Birte Arnold** (40) ist neue Public Relations Managerin bei news aktuell. Sie löst **Frederik Stiefenhofer** ab, der zum deutsch-französischen TV-Sender Arte nach Straßburg wechselt. Seit neun Jahren arbeitet Arnold bereits bei news aktuell. Sie betreute zunächst im Verkaufsbereich PR-Agenturen und war danach als Assistentin der Geschäftsleitung tätig. Bevor sie 2000 zur dpa Tochter kam, verantwortete die Romanistin und Kunsthistorikerin die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Landesmuseum Schloss-Gottorf in Schleswig, Schleswig-Holstein.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

21: **Stephan Howeg** verstärkt als Vertreter des Harbour Club das oberste Führungsorgan, den Stiftungsrat des Schweizerischen Public Relations Institut SPRI. Er verantwortet seit 2007 weltweit die Unternehmenskommunikation sowie den Bereich Nachhaltigkeit der Adecco Gruppe. Zuvor war er vier Jahre als Leiter Corporate Communications und Public Affairs von Cablecom tätig.

22: **Christof Kaufmann** (30) ist sein neuer Leiter Medien und Information von Swiss Olympic in Ittigen (CH). Im September 2005 trat er als Praktikant in die Organisation von Swiss Olympic ein und wurde im Januar 2006 fest angestellt. Zwei Jahre lang war Kaufmann für das Verbandsorgan "swiss sport" verantwortlich, bevor er im Januar 2008 zum stellvertretenden Leiter Medien und Information befördert wurde.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

23: **Kristin Breuer** (34) wird neue Sprecherin des Senats der Freien und Hansestadt Hamburg. Die frühere 'Bild'-Chefreporterin hat zuletzt das Grundsatzreferat der Kulturbehörde geleitet. Sie

löst **Christof Otto** (41) ab, der die Senats-Pressestelle seit Mai 2007 leitet und nun stellvertretender Leiter des Planungsstabes in der Senatskanzlei wird. Auch Ottos Stellvertreterin, **Brigitte Köhnlein**, gibt ihre Position auf und wechselt in die Schulbehörde, wo sie Sprecherin von Senatorin **Christa Goetsch** wird, ihre Nachfolge in der Senat-Pressestelle ist noch offen. Die bisherige Goetsch-Sprecherin, **Annegret Witt-Barthel**, seit Mai 2008 im Amt, wird künftig für das Hamburger Institut für Berufliche Bildung arbeiten.

24: **Max von Merveldt** (47) ist neuer Pressesprecher der Brandenburger CDU-Landtagsfraktion in Potsdam. Der ausgebildete Historiker war als PR-Berater bei Kommunikations-Agenturen (u.a. Flaskamp) in Bonn und Berlin tätig. Der bisherige Pressesprecher **Rüdiger Scholz** wird innerhalb der CDU-Landtagsfraktion die Aufgabenbereiche Kommunikation und Analyse übernehmen.

25: **Balz Bruder** (41) war bis Mitte Februar stellvertretender Chefredaktor und Leiter des Kantonsressorts der Aargauer Zeitung (CH). Ab sofort ist er persönlicher Mitarbeiter der Schweizer Regierungsrätin **Susanne Hochuli** und Leiter Kommunikation ihres Departements Gesundheit und Soziales (DGS). Die bisherige Leiterin Kommunikation im DGS, **Iris Affolter**, verlässt das Ministerium, um eine neue Herausforderung in der Privatwirtschaft anzunehmen.

26: Das Team des Pressereferats der Stadt Wolfsburg bekommt Verstärkung: Mit **Ralf Schmidt** als neuer Pressesprecher und **Stefanie Schwabe** als Pressereferentin.

...und einer noch:

Eine besondere Karriere: vom PR-Sprecher zum Sohn Gottes - Kommunikation heiligt die Mittel. Eine Psychologin und ein Pressesprecher werden als Laiendarsteller Jesus Christus bei den Oberammergauer Passionsfestspielen 2010

spielen. Die Vergabe der Rollen für die nur alle zehn Jahre stattfindenden Festspiele wurde am Samstag in der bayerischen Gemeinde bekanntgegeben. Die Hauptrolle des Gottessohnes übernehmen der Pressesprecher von Regisseur Christian Stückl, **Frederik Mayet** (29), und der Psychologe **Andreas Richter** (32), beide Neulinge in der wichtigsten zu vergebenden Partie.

Etats

Fleishman-Hillard macht Druck für Xerox

Seit April 2009 zählt Fleishman-Hillard Deutschland das Technologie- und Dienstleistungsunternehmen Xerox Europe zu seinen Kunden, die europäische Geschäftseinheit der Xerox Corporation, hat die Münchner Dependence der Netzwerkagentur mit der Pressearbeit in Deutschland betraut. Es gilt, den Bekanntheitsgrad des Unternehmens und seiner auf den Bereich Services ausgerichteten Strategie in Deutschland zu steigern sowie das Profil des Unternehmens als führender Anbieter von Managed Print Services zu schärfen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

F&H Porter Novelli engagiert sich für Children for a better World

F&H Porter Novelli in München übernimmt ab sofort die Pressearbeit für die Kinderhilfsorganisation Children for a better World. Die auf lange Sicht geplante Pro-Bono-Aktion soll die Organisation vor allem bei der strategischen Medienarbeit unterstützen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (30) (15.+16.KW-09)

01: Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland (KJF), Remscheid

was: *Pressearbeit für ‚Bundesfestival Video 2009‘*

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

02: Bencard Allergie, München

was: *Konzeption des Markenauftritts zum Relaunch des Allergieproduktes ORALVAC® Compact*

an: **Agentur Liedler**, Köln

03: Verein Lernen in Bewegung, Berlin

was: *europaweite Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für das 5. internationale Yogafestival in Berlin*

an: **PR4you**, Berlin

04: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), Eschborn

was: *Relaunch des akzente-Magazins*

an: **muehlhaus & moers** (GPRA), Berlin

05: Telefonanlagenhersteller Auerswald, Cremlingen

was: *Kommunikation und Pressearbeit*

an: **Profil Marketing**, Braunschweig

06: Weforma Dämpfungstechnik, Stolberg

was: *Pressearbeit und Media Relations*

an: **timtomentext**, Aachen

07: SOU Systemhaus, Schwetzingen

was: *PR und Pressearbeit*

an: **ars publicandi**, Rodalben

08: CeramTec, Plochingen

was: *Umsetzung der produktbezogenen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **echolot public relations**, Stuttgart

09: NIIT Technologies, Stuttgart

was: *PR-Jahresetat für Öffentlichkeitsarbeit und Kundenkommunikation*

an: **Schneider Kommunikation**, Stuttgart

10: Competition Partner Group, Frankfurt am Main
was: *Pressearbeit für Fach-, Branchen- und Wirtschaftsmedien*
an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

11: Sun Promotions, Hanau
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **max.PR**, Bad Homburg

12: Samsung Semiconductor Europe, Eschborn
was: *Betreuung der Fachpresse und IT-PR der Samsung-Abteilung Festplatten und optische Laufwerke (HDD/ODD)*
an: **Von Quadt & Company**, München

13: Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) Gruppe Soziales Europa - GS1, Bonn
was: *Kommunikationskampagne für den Europäischen Sozialfonds (ESF) in Hamburg.*
an: **fkK -freie kreative Kammer-**, Hamburg

14: Metaversum, Berlin
was: *Produkt-PR für die 3D-Onlinewelt "Twinity" und Unternehmens-PR in der DACH-Region*
an: **Marchsreiter Communications**, München

15: Deutsches Rotes Kreuz (DRK)
was: *Fundraising-Kommunikation zur Bindung und auch Neugewinnung von Spendern*
an: **KircherBurkhardt**, Berlin

16: SaM Solutions, München
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Riba Businesstalk (RBT)**, Koblenz

17: Staples Deutschland, Hamburg
was: *Beratung und Unterstützung der Pressestelle, Entwicklung und Umsetzung umfassender PR-Kampagnen*
an: **Kasper Kommunikation**, Hamburg

18: United European Gastroenterology Federation (UEGF), Wien (AT)
World Gastroenterology Organisation (WGO),

München
was: *Internationale Pressearbeit und Kommunikationsmaßnahmen für den Kongress Gastro 2009 in London*
an: **impresum health & science communication**, Hamburg

19: Schweizer Kontaktgruppe der Business Social Compliance Initiative (BSCI), Bern (CH)
was: *Kommunikationsberatung und externe Pressestelle*
an: **Flowcube Communications**, Zürich (CH)

20: Passionevents, Thun (CH)
was: *PR-Etat*
an: **SixPack media**, Wil bei Turgi (CH)

21: Stadtreinigung Hamburg
was: *Kampagnen Wertstoffe und Kundenbindungsprogramm*

22: Bundesministeriums der Verteidigung, Berlin
was: *Jugendevent Bw-Beachen 09*
an: **Euro RSCG ABC** (GPRA), Hamburg

23: Tota Fashion & Lifestyle Accessories / Nadine Thoma, Hamburg
was: *Pressearbeit*

24: ECE Projektmanagement, Hamburg
was: *projektweise Pressearbeit des Alstertal-Einkaufszentrums*

25: L'Oréal Deutschland, Düsseldorf
was: *Pressearbeit für die Professionnel Colour Trophy*
an: **BartheCommunications**, Hamburg

26: Puma Schweiz, Lengnau (CH)
was: *Medienarbeit, Below-the-line-Kommunikation, Kooperationen und Sponsorships*

27: L'Oréal Produits de Luxe Suisse, Renens (CH)
was: *Öffentlichkeitsarbeit, Events, Sponsoring für Kiehl's Since 1851 und Diesel Fragrances*

28: Bolton Groupe, Massagno (CH)
was: *Public Relations und Kommunikation für Somatoline Cosmetic*

29: Coop Einkaufszentren, Basel

was: *Öffentlichkeitsarbeit und Testimonialmanagement während der Murmelmeisterschaft 2009*
 30: davedollé pure training studios, Zürich (CH)
 was: *Medienarbeit, Kommunikation, Kooperationen*
 an: **PRfact**, Zürich (CH)

Agenturen von den 9.000 Teilnehmern nach real umgesetzten Budgets auf zehn Klassen verteilt. Benchmark löst damit die A/B-Gruppierung nach Unternehmensgröße ab, die teilnehmerseitig als zu ungenau angesehen wurde. Das neue Verfahren führt im Ranking die PR-Agenturen immer dann zusammen, wenn mindestens drei ähnliche Kundenbudgets vorliegen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche

PR wirkt: Studie weist Zusammenhang von Medienpräsenz und Markenwert nach

PR wirkt: Das ist das kurz gefasste Ergebnis einer aktuellen Studie der Text 100-Tochter Context Analytics in München zur Bedeutung von PR für den Markenwert von Unternehmen. Demnach macht die Medienpräsenz etwa ein Viertel des Markenwertes aus: 27 Prozent der Unterschiede zwischen den Markenwerten im Interbrand Best Global Brands Report 2008 ließen sich auf die Medienpräsenz zurückführen. Der Zusammenhang zwischen Medienpräsenz und Markenwert hängt dabei von der Beteiligung der Kunden ab: Für komplexe Produkte, zu denen der Kunde vor dem Kauf recherchiert, ist er enger als für Produkte, die eher impulsiv gekauft werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Benchmark: PR-Agenturen-Ranking erstmals nach Kundenbudgets klassifiziert

Das Empfehlungsportal Benchmark.com in Hamburg klassifiziert erstmals sein auf Kundenempfehlungen gestütztes Qualitäts-Ranking der PR-Agenturen nach Kundenbudgets. Danach werden alle gelisteten PR-

Healthcare-Themenbarometer: Gesundheitsjournalisten setzen 2009 auf das Thema Prävention

Nicht nur beim Handwerken, auch in Sachen Gesundheit ist mittlerweile die Do-it-yourself-Methode angesagt: Selbstmedikation und Prävention sind für deutsche Gesundheitsredakteure die Trend-Themen 2009. Dies zeigt das aktuelle Healthcare-Themenbarometer, eine Online-Umfrage unter Medizin- und Gesundheitsjournalisten der Fach- und Publikumspresse, durchgeführt von der fischerAppelt Healthcare-Unit (GPRA), Hamburg. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (6) (15.+16.KW-09)

01: Die Full-Service-Agentur **Daylight Public Relations International** stellt die Zeichen klar auf Wachstum. Aufgrund des gestiegenen Auftragsvolumens hat der Spezialist für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit neue Büroräume im Dresdner Stadtzentrum eröffnet. Gleichzeitig wurde das Beraterteam um die 24-jährige Germanistin Annie Schoppe verstärkt. Vor ihrem Eintritt bei Daylight PR war Schoppe u.a. in der Pressestelle des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst, beim Moritzburg Festival sowie bei der Sächsischen Zeitung tätig.

02: Langfristig ausgelegte strategische Planung gehört zu den Erfolgsgeheimnissen von **rheinfaktor – Agentur für Kommunikation**. Vielleicht mit ein Grund dafür, dass der **10. Geburtstag** am 23. Februar 2009 auf einen echten Feiertag und im Rheinland den Höhepunkt des Jahres fiel: den Rosenmontag. Wie ernst es die Kölner Agentur tatsächlich meint, zeigt ihre Bilanz aus zehn Jahren erfolgreicher Kommunikationsarbeit: Die unabhängige, von den drei Gründern und Inhabern Nicole Monz, Peter Susewind und Iris Westermeier geführte Agentur hat heute rund 30 Mitarbeiter und arbeitet unter anderem für renommierte Marken wie Sony, Essilor, Vorwerk, Mercedes, Sandvik Coromant und Parker Hannifin. Infos: rheinfaktor.de.

03: Tue Gutes und rede darüber. Die **Bayerische Akademie für Werbung und Marketing (BAW)** in München bietet auch in diesem Jahr gemeinnützigen Vereinen, Verbänden und Institutionen die Chance auf ein professionelles PR-Konzept. **Eine Non-Profit Organisation erhält das begehrte Konzept im Wert von 5.000 Euro kostenlos**. Im Vorjahr erhielten die Bayerische Philharmonie e.V. und der Dachverband Clowns für Kinder im Krankenhaus Deutschland e.V. den Zuschlag. Nähere Details zur Vergabe des PR-Konzeptes bekommen interessierte Institutionen bei PR-Studienmanagerin Sabine Büchner unter Telefon 089/480909-55 oder Email sb@baw-online.de. Für die Bewerbung ist lediglich ein Unternehmensprofil sowie eine kurze Begründung notwendig, warum gerade ihre Organisation das PR-Konzept benötigt. Einsendeschluss ist der 30. April 2009.

04: **M&A Berater-Ranking von mergermarket**: Hering Schuppener konnte sich im ersten Quartal 2009 erneut Platz eins im deutschen Markt sichern - bezogen auf den Gesamtwert der Transaktionen, als auch die Anzahl der Deals. Grundlage dafür sind vier Transaktionen im Gesamtvolumen von über elf Milliarden Euro.

Platz zwei belegt Edelman mit einer Transaktion und rund zwei Milliarden Euro Volumen.

05: Die **Münchener Agentur zweiblick®**, die im fünften Jahr schwerpunktmäßig Kunden aus den Branchen Food, Beverage und Gastronomie betreut, baut ihren Schwerpunkt weiter aus, indem sie einen hochkarätigen **Expertenbeirat aus Vertretern von Verbänden, aus Wissenschaft und Praxis** an Bord geholt hat. Der unabhängige zweiblick Expertenbeirat ist als dauerhaft bestehendes Gremium mit beratender Funktion angelegt und wird die Agentur zukünftig bei aktuellen Fragestellungen rund um die Themen Ernährungs- und Sportwissenschaft, Prävention, Kinderernährung, Fachjournalismus, Lebensmittelrecht und Public Affairs unterstützen. Mehr Einblick in zweiblick unter www.zweiblick.com.

06: Das **internationale Agenturnetz PRN** (Public Relations Network) hat **zwei neue Mitglieder** gewonnen: Allmedia in Petach Tikva, **Israel**, und 3.14R communications agency in Moskau, **Russland**. Damit ist der Agenturverbund nun in 20 Ländern in Europa, Amerika, Asien und Australien präsent. Der deutsche Vertreter des Networks ist die auf Technologiethemen spezialisierte Agentur **Symptra** (GPRA) in Stuttgart, München und Berlin.

Medien

Für Sie gesehen: Medienmagazin ZAPP am 8. April

- **Geheimes im Müll** - Neuer Datenskandal bei Lidl
- **NPD-Parteitag in Berlin** - Polizeischutz für Journalisten
- **Werbung in der Krise** - Eine Branche im Wandel

- **Medien in der Kritik** - "Bildblog" kontrolliert jetzt alle

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Es gibt keinen Online-Journalismus

Bin ich eigentlich wahnsinnig, dass ich so einen Überschrift wähle, wo ich doch gerade mal wieder einen Kurs für Online-Journalismus gebe? Nein, bin ich nicht. Ich bin nur die ewige Streiterei zwischen "Online" und "Print" leid. Denn so wie ich das sehe, dreht sich der Streit mittlerweile mehr darum, welche Publikationsform man wählt, und nicht, ob der Journalismus vor die Hunde geht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

IVW 1/2009: Dickschiffe und Wirtschaftstitel im Sinkflug

Die großen Titel im Markt verlieren an Auflage: "Stern" und "Focus" erreichten im abgelaufenen ersten Quartal 2009 historische Tiefstände. Die großen Programmies haben ebenso zu kämpfen wie die Klatsch-Größen "Bunte" und "Gala". Trotz Krise verlieren auch die großen Wirtschaftstitel an Auflage. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Werbemarkt im ersten Quartal 2009: Above-the-line-Medien -2,5% vs. Online-Medien +15,1%

Above-the-line-Medien erwirtschaften 4,7 Milliarden Euro. Laut dem Medien- und Werbeforschungsunternehmen Nielsen Media, betrogen die Bruttowerbeinvestitionen in den Above-the-line-Medien im ersten Quartal 2009 4,7 Milliarden Euro, was einem Minus von 2,5 Prozent

(bereinigt: minus 2,8 Prozent) im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Das Minus wird maßgeblich durch den aktuellen Monat März geprägt, der mit einem Minus von 3,5 Prozent zum Vorjahresmonat rückläufig ist. Ludger Wibbelt, Geschäftsführer der Nielsen Media Research: „Das höhere Minus im März wurde auch durch das Osterfest geprägt, das im Vorjahr in den März fiel. Deshalb dürften im kommenden Monat einige abverkaufsorientierte Medien und Branchen überdurchschnittlich profitieren.“ [nielsen-media.de. Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Länder: Tageszeitungen verlieren weiter Leser, Online-Nachrichten gewinnen

Die Tageszeitungen in den neuen Bundesländern haben weiterhin mit Leserschwund zu kämpfen. So lesen aktuell 53 % der Bevölkerung zwischen Erzgebirge und Ostsee mehrmals in der Woche eine Tageszeitung. Ein Jahr zuvor hatten noch 56 % und vor fünf Jahren sogar 66 % der Ostdeutschen mehrmals in der Woche eine Tageszeitung gelesen. Zu diesen Ergebnissen gelangt das Leipziger Institut für empirische Forschung (LEIF) in einer aktuellen Studie ‚Medien 2009‘. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutsche Filme sorgten für den Zuwachs beim Besuch und Umsatz

Filme aus Deutschland haben dem Kino in Deutschland im letzten Jahr eindeutig ihren Stempel aufgedrückt: Über die Bestmarke im Marktanteil hinaus – mit 26,6 Prozent auf dem höchsten Wert seit der Wiedervereinigung – sind die gestiegenen Besucher- und Umsatzzahlen des Vorjahres in erster Linie deutschen Filmproduktionen und Produktionen mit deutscher Beteiligung zu verdanken: Sie erreichten 2008 laut GfK-

Konsumentenpanel rund neun Mio. Besucher oder 36 Prozent mehr als 2007 - und sorgten somit allein für einen Umsatzzuwachs von 65 Millionen Euro (45%) im Vergleich zum Vorjahr. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (19) (15.+16.KW-09)

01: Der Startschuss fällt: Am 08. April 2009 rief das **Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie** den **Wettbewerb "Wege ins Netz 2009"** aus. Bereits seit 2004 zeichnet er beispielhafte Projekte aus, die den Zugang zum Internet erleichtern und digitale Kompetenzen fördern. Einsendeschluss ist der 17. Juli. In diesem Jahr spricht das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie mit dem Wettbewerb gezielt Internetprojekte an, die sich an Frauen, Seniorinnen und Senioren sowie Kinder und Jugendliche richten. Weitere Informationen zum Wettbewerb, zu den Teilnahmebedingungen und zur Bewerbung unter www.wegeinsnetz2009.de.

02: **Neue Milliarden-Site in der IVW.** Unter den Internetangeboten, die in der IVW gelistet werden, gibt es eine neue Milliarden-Site. Kwick.de verzeichnete im März über eine Milliarde Seitenaufrufe, ein Zuwachs gegenüber dem Vormonat um 85 Prozent. Grund für die Steigerung neben den Ereignissen in Winnenden die komplette IVW-Verpixelung der Site Mitte Februar. Die Kwick Community ist vor allem unter Schülern im Südwesten stark genutzt. wuv.de

03: **Schlagkräftige Aufsicht.** Man stelle sich einmal folgendes vor: TV-Komödiant Oliver Pocher erhält von der öffentlich-rechtlichen ARD einen Dreijahresvertrag mit einer Jahres-Gage von sechs Millionen Euro. In einer Radioshow, die Pocher für HR 3 moderiert, spricht er Punklady Nina Hagen auf den Anrufbeantworter und teilt dort mit, dass er mit deren Tochter - Cosma Shiva Hagen - Sex hatte; gefolgt von zotigen

Witzen. Daraufhin verhängt die Hessische Staatskanzlei als Rechtsaufsicht ein saftiges Bußgeld, das der HR aus Gebührenmitteln bezahlen muss.

epd.de

04: **Verbrauchs- und Medienanalyse: Moderne Ökos hören Radio.** Personen, die einen umweltbewussten und gleichzeitig anspruchsvollen und genussorientierten Lebensstil pflegen, die sogenannten LoHaS, hören überdurchschnittlich viel Radio. Das ist ein Ergebnis der aktuellen Verbrauchs- und Medienanalyse, der VuMA 2009 II. Die Abkürzung LoHaS steht für „Lifestyle of Health and Sustainability“ und umschreibt einen Konsumententyp bzw. Lebensstil, der durch sein Konsumverhalten und die gezielte Produktauswahl Gesundheit und Nachhaltigkeit fördern will. vuma.de

05: **Soziale Netzwerke: Boom in Rezessionsphasen.** Anstatt eines einseitigen Kommunikationskanals nach dem Motto "Ich lasse mich unterhalten" zieht es die heutige Nutzer-Generation vor, im Netz Socializing zu betreiben: mit Freunden chatten und Informationen teilen - auf allen Kanälen. US-Internetnutzer verbringen mehr Zeit online beim kommunizieren als bei der Suche nach Unterhaltung, so die aktuelle Studie von Netpop Research. themenblog.de

06: **All-gegenwärtiges Twittern: Wie die NASA neue Medien erobert.** Ein kleiner Tweet für mich, ein großer für die Menschheit. So ähnlich könnte es klingen, wenn Michael J. Massimino in amtlicher Mission twittert: Der Astronaut berichtet per Zwitscher-Tool von seinem Training für den kommenden Flug ins All mit dem Space Shuttle Atlantis. Am 12. Mai startet der Flug zum Weltraumteleskop Hubble, der elf Tage dauern soll. Die NASA verspricht sich vom Gezwitscher von "Astro_Mike" ein ähnliches Medienecho, wie sie es bereits für den Flug der Marssonde Phoenix im November 2008 erfahren hatte. bigtrends.blog.de

07: **Markenwahrnehmung der Best Ager: Aldi und Lindt gewinnen.** Best Ager bevorzugen eine

deutliche und glaubwürdige Positionierung bei Marken. Dennoch verpassen viele Unternehmen, ihre Werbung entsprechend diesen Wünschen der kaufkräftigen Zielgruppe auszurichten. Der "Senior Efficiency Index 2009" untersucht jährlich die Haltung der Zielgruppe 50plus zu verschiedenen Markenartikeln. Auf die Siegerliste wählten die Senioren den Discounter Aldi und den Schokoladenhersteller Lindt. wuv.de

08: Unternehmen setzen in der Krise auf Corporate Publishing. Das Europäische Institut für Corporate Publishing (EICP) hat das erste CP-Barometer erhoben. Fazit: Corporate Publishing-Budgets bleiben stabil. Knapp 70 Prozent der befragten Kommunikationsverantwortlichen geben an, dass sich CP als Marketinginstrument behauptet. Weitere 20 Prozent der Unternehmensvertreter erwarten in dieser Disziplin sogar einen Zuwachs gegenüber anderen Kommunikationsaktivitäten. zehnvier.ch

09: Kommunizieren Sie noch oder twittern Sie schon? Als vor wenigen tausend Jahren die Philosophie ihren Anfang nahm, war es so, dass gelehrte Männer über dieses und jenes sprachen, reflektierten oder schwadronierten. Die Zuhörer, die zahlten, um diese Worte zu hören, begannen dann, ihrerseits über dieses und jenes zu sprechen, reflektieren oder schwadronieren - in einem gegenseitigen Austausch. Hieraus kann man den Schluss ziehen: Kommunikation ist die Basis der Philosophie. Wenn man nun sich für "moderne Kommunikation" interessiert, kommen Begriffe wie "Philosophie" oder gar "gelehrte Männer" so oft nicht vor. Stattdessen fällt aktuell immer wieder das Wörtchen "Twitter". marketing-blog.biz

10: Online kann nicht gratis bleiben, Nachrichtenportale sind durch Werbung allein nicht finanzierbar. Rupert Murdoch, Mehrheits-eigentümer des Medienkonzerns News Corp, hält entgeltliche Onlineinhalte für unumgänglich. Nach Meinung des Herausgebers des Wall Street

Journal werden andere Nachrichtenportale ihre Geschäftsmodelle adaptieren müssen. persoenlich.com

11: Messen gewinnen an Bedeutung in der B-to-B-Kommunikation. Die deutschen ausstellenden Unternehmen im Business-to-Business-Sektor wollen 2009 und 2010 erneut rund 40 Prozent ihrer Kommunikations-Etats in Messen investieren. Das ist Ergebnis des AUMA-MesseTrend, einer repräsentativen Befragung von 500 deutschen Ausstellern zwischen dem 30. September und dem 20. Oktober 2008. Im Vergleich der Kommunikationsinstrumente haben Messen in den letzten Jahren gegenüber mehreren anderen Instrumenten Marktanteile gewonnen. meim.de

12: Obamas Kampf gegen die Krise - Seelsorger der Nation. PR-Auftritt gegen Krittler-Klima: Mit seiner sorgsam inszenierten Rede hofft der US-Präsident darauf, die Frustration der Amerikaner zu brechen. Doch die US-Börsen beeindruckt Barack Obama damit nicht. (...) Bald soll diese PR-Kampagne noch weitergedreht werden: Nach Informationen des "Wall Street Journals" plant US-Notenbankchef Ben Bernanke, nach dem Vorbild der europäischen EZB erstmals regelmäßige Pressekonferenzen einzuführen. spiegel.de

13: Umbau, Abbau, Sendeschluss: Zwischenbilanz der Krise. Seit rund einem halben Jahr hat die Wirtschaftskrise auch die hiesige Medienbranche erfasst. Die großen Verlage bauen um und machen sich "winterfest". Leicht verzögert hat nun auch das Fernsehen mit einbrechenden Werbemärkten zu kämpfen und reagiert. Das Medienmagazin DWDL.de gibt einen Überblick über die teils drastischen Maßnahmen der vergangenen Monate. dwdl.de

14: Zucker. gewinnt Intermedia-Globe Silver Award. Die Berliner Agentur Zucker.Kommunikation wurde mit dem Intermedia-Globe Silver Award für den Kurzfilm „100 Jahre Fleurop – 100 Jahre Emotionen“ ausgezeichnet. Die Intermedia-

Globes werden jährlich im Rahmen des World Media Festivals vergeben. In diesem Jahr bewarben sich insgesamt 548 Agenturen und Unternehmen für eine der begehrten Auszeichnungen.

15: Twitterer sind Nachrichten-Junkies. Twitter wächst immer schneller: Nach Messungen von Comscore ist die Zahl der Twitter-Nutzer in den Vereinigten Staaten im März um 131 Prozent auf 9,3 Millionen gestiegen. Comscore hat sich auch Gedanken gemacht, wie Twitter in die Online-Medien eingebunden ist, die häufig über Twitter berichten. Viele Medien verbreiten inzwischen auch ihre Geschichten über Twitter und profitieren dabei von den Twitterern, die ihre Geschichten entweder weiterverbreiten, aber auch eigene Geschichten aufbringen. Comscore hat daher gemessen, wie oft Twitter-Nutzer auch die Nachrichtenseiten aufsuchen. faz.net

16: NDR-Medienmagazin ZAPP über Parteienfernsehen auf "Youtube". Sie tun es alle - und das nicht erst seit Obama: Parteien senden ihr eigenes Fernsehprogramm bei "Youtube". Manchmal versuchen sie dabei auch besonders witzig zu sein. Aber vielleicht sollten sie doch lieber jemanden fragen, der sich damit auskennt. ndr.de

17: Employer Branding-Award: Audi hat die beste Anzeige. Das internationale Marktforschungsinstitut trendence zeichnete in Frankfurt am Main die Unternehmen Audi, Deloitte und Bosch mit dem "Employer Branding Award 2009" für die Umsetzung der "Besten Karriere-Anzeige" aus. Insgesamt vergibt die durch ihre Hochschulrankings bekannt gewordene Employer-Branding-Beratung diesen Preis jährlich in fünf verschiedene Kategorien. wuv.de

18: Brand-Damaging 2.0: Youtube-Video sorgt für Skandal. Das Video illustriert einmal mehr, wie einfach man heute eine Marke oder ein Unternehmen schädigen kann. Domino's Pizza

Mediensprecher Tim McIntyre bringt es auf den Punkt: "Das Problem am Internet ist, dass jeder Idiot mit einer Kamera solche Sachen machen kann. Mit einem Schlag kann man das Image einer fast 50 Jahren alten Marke und den Ruf von 125.000 Mitarbeitern in über 60 Nationen aus aller Welt ruinieren." persoenlich.com

19: Nachrichtenportale legen weiter zu. Die 20 beliebtesten Nachrichtenportale in Deutschland konnten auch im ersten Quartal 2009 mehr Nutzer gewinnen. Das belegt eine aktuelle Auswertung des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom). Auf 1,5 Milliarden Besuche haben es demnach die 20 beliebtesten Nachrichtenseiten in diesem Zeitraum gebracht, ein Anstieg um 27 Prozent gegenüber dem Vorjahr. emar.de

Services + Tipps

McAfee-Studie zeigt: Spam-Mails sind Klimakiller

Das Internet ist kein Umwelt-Paradies. So belegt eine gemeinsame Studie von McAfee und dem Forschungsinstitut ICF eindrucksvoll: Die rund 62 Billionen Spam-Mails, die pro Jahr weltweit auf Computern landen, verstopfen nicht nur die Mail-Accounts und kosten Arbeitszeit, sie wirken sich auch extrem negativ auf das Klima aus. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Online-Pressekonferenz - moderne Ergänzung zur realen Veranstaltung

Pressekonferenzen zählen zu den zentralen Instrumenten jeder Medienarbeit. Schließlich bieten sie die Möglichkeit, nicht nur direkt vor Ort wichtige Themen ausführlich zu positionieren, sondern dazu

auch vertrauensvolle Beziehungen zu Journalisten als Gatekeeper aufzubauen bzw. diese in Gesprächen zu pflegen. Gleichzeitig stellt sich PR-Tätigen das Problem, dass Medienvertreter nicht immer die Zeit haben, persönlich an einer Pressekonferenz teilzunehmen. Auch die hohen Kosten für Anreise und Unterkunft sind weitere Faktoren, die sich negativ auf die Teilnehmerzahl bei Pressekonferenzen auswirken, haben Medien in den letzten Jahren ihre Reisebudgets doch deutlich gekürzt.

Den Artikel von Dominik Ruisinger, Mitinhaber der Berliner PR-Agentur add pr am 16. April im Newsletter "PR-Professional" [hier online weiterlesen](#).

Kündigung: Die miesen Tricks der Chefs

In Krisenzeiten steigt die Gefahr, wegen vermeintlicher Bagatellen den Job zu verlieren. Nicht nur Fehler in der Spesenrechnung, die Mitnahme von Arbeitsunterlagen oder flapsige Äußerungen dienen dann als Vorwand für eine Kündigung. Was Mitarbeiter jetzt besser wissen sollten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (12) (15.+16.KW-09)

01: Der Großteil der Finanzdienstleister (66%) hat bisher geschwiegen, wenn es darum ging, auf den eigenen Unternehmenswebseiten über die aktuelle Wirtschaftslage zu informieren. Die internationale Kommunikationsagentur Weber Shandwick wertete in einer breit angelegten Inhaltsanalyse die Webseiten von 55 US-amerikanischen und europäischen Finanzdienstleistungsunternehmen aus. Von Mitte Oktober 2008 bis Ende Februar 2009 wurde wöchentlich untersucht und beobachtet, wie der

Finanzsektor die zunehmend negativen Wirtschaftsnachrichten online kommuniziert. Bei den Finanzinstituten, die auf ihren Webseiten zur Krise kommunizierten, standen drei Hauptthemen im Vordergrund: Allgemeine Wirtschaftsupdates und -statistiken (angestiegen von 19% im Oktober 2008 auf 33% im Februar 2009), Nachrichten zu Unternehmensentwicklungen (von 19% auf 25%) und – mit Sicherheit am wichtigsten in Krisenzeiten – vertrauensbildende Informationen über die persönliche finanzielle Sicherheit von Kunden und Verbrauchern (von 12% auf 15%).

02: BVDW bescheinigt Arbeitsmarkt der digitalen Wirtschaft gutes Klima - Gute Stimmung auch für 2010 prognostiziert. Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) bescheinigt dem Arbeitsmarkt der digitalen Branche ein gutes Klima. Laut der aktuellen BVDW Umfrage "Trend in Prozent" stufen 51 Prozent der Befragten die Beschäftigungssituation in diesem Jahr gut bis sehr gut ein. Weder eine gute noch eine schlechte Einschätzung haben 27 Prozent abgegeben. Nur 19 Prozent der Teilnehmer bewerten die Arbeitsmarktlage der digitalen Wirtschaft schlecht, weniger als ein Prozent sehr schlecht. Auch für 2010 rechnen 54 Prozent mit einer guten bis sehr guten Beschäftigungssituation. Der BVDW hat eine Woche lang schwerpunktmäßig Beschäftigte aus Unternehmen der digitalen Wirtschaft zur Arbeitsmarktsituation befragt. Insgesamt sind 168 Fragebögen in die Auswertung eingeflossen. presseportal.de

03: Faire Arbeitgeber haben mehr Kunden – Fairness gegenüber den Mitarbeitern ist ein wichtiges Verkaufsargument. Das Projekt „Top Job“ macht Arbeitgeberqualitäten sichtbar: Verantwortungsvolle Chefs haben die besseren Verkaufsargumente. Wie eine Studie des Marktforschungsunternehmens GfK mit Teilnehmern aus 40.000 deutschen Haushalten ergab, kaufen drei Viertel der Befragten eher Produkte von Unternehmen, die ein faires Arbeitgeberverhalten an den Tag legen. Arbeitgeberqualitäten ermitteln und sichtbar

machen, das ist das Anliegen des Projekts „Top Job“. Bewerbungen für die aktuelle Runde sind noch bis 30. April möglich. compamedia.de

04: Gemischte Gefühle beim Thema Blogging, Eurocom Worldwide befragt Technologiefirmen zu ihrer Haltung gegenüber Blogs.

Eine aktuelle Studie von Schwartz Public Relations und dem globalen PR-Netzwerk Eurocom Worldwide zeigt auf, dass das Thema Blogging von vielen Firmen nach wie vor sehr ambivalent bewertet wird. Das internationale Agenturnetzwerk hatte weltweit Führungskräfte aus dem Technologiesektor dazu befragt, welchen Stellenwert Blogging in ihrer Kommunikation einnimmt. Ein zentrales Ergebnis der Umfrage lautet: Blogger werden zwar als Meinungsgeber und Publikum zunehmend ernst genommen, allerdings scheuen sich viele Firmen davor, per eigenem Blog zu kommunizieren. schwartzpr.de

05: GfK-Studie: Cross-Media steigert Abverkaufswirkung. Cross-Media-Kampagnen steigern die Werbewirkung deutlich. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), die sie zusammen mit Google und Coca-Cola durchgeführt hat. emar.de

06: Wie Webworker zeitgemäß digitale Visitenkarten austauschen. Poken sind kleine Kunststoffwesen, in deren Innerem sich ein USB-Speicher und ein RFID-Chip verbergen. Treffen sich zwei Besitzer dieser modernen Tamagotchis, können sie drahtlos Kontaktdaten austauschen. golem.de

07: Eine aktuelle Studie unter Federführung der **Medienanstalt Hamburg / Schleswig Holstein** sieht angesichts der zunehmenden Verzahnung von Public Relations und Programm rechtspolitischen Handlungsbedarf. So werden bestehende Werbegrenzen auch durch PR-Strategien zunehmend unterlaufen, was insbesondere mit Blick auf Informationssendungen problematisch

ist. Um dieser Entwicklung nicht tatenlos zuzusehen, **kommt die Einführung einer Meldepflicht für den Fall der Übernahme fremdproduzierter PR-Beiträge in Betracht.** Die Landesmedienanstalten und die Aufsichtsgremien der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sollten diese Verpflichtung durch Leitlinien konkretisieren dürfen. Sie sollten zudem angehalten werden, über die Ergebnisse - auch die Praxis der Veranstalter im Bereich Wirtschaftsberichterstattung - in ihren Jahresberichten Auskunft zu erteilen, um auf dieser Basis zu prüfen, ob das bestehende rechtliche Instrumentarium ausreicht oder gegebenenfalls durch eine Kennzeichnungspflicht von PR-Beiträgen ergänzt werden muss. *Die offizielle Pressemitteilung zur Studie mit den wichtigsten Ergebnissen findet sich unter:* www.mahsh.de/cms/front_content.php?idart=355.

08: In den USA sind Suchmaschinen bereits wichtigste Informationsquelle nach Zeitungen und TV-Nachrichten. Dies zeigt die von der internationalen Kommunikationsberatung Ketchum und der University of Southern California Annenberg im dritten Jahr durchgeführte Studie Media Myths and Realities auf. Untersucht wurde das Medienverhalten von 2.000 Verbrauchern in USA, Brasilien und UK in Bezug auf mehr als 40 unterschiedliche Medienkanäle – von Zeitungen über Fernsehen bis hin zu Podcasts. Die Ende 2008 durchgeführte und im Januar veröffentlichte Studie Media Myths and Realities zeigt, dass Verbraucher Kaufentscheidungen immer häufiger auf Basis von Informationen aus dem Internet treffen. Unverändert wichtig und vertrauenswürdig sind dabei Suchmaschinen.

09: Nina Liftenegger-Röhl und Antonia Peneder geben dem Berufsbild des Pressesprechers in ihren soeben publizierten Büchern klare Konturen. Die beiden Absolventinnen des **Universitätslehrganges "PR und Integrierte Kommunikation" der Donau-Universität Krems** wurden 2003 vom Public Relations Verband Austria (PRVA) mit der Untersuchung des Berufs "Pressesprecher/in" beauftragt. Während sich Peneder im

Rahmen ihrer Master These mit dem Berufsbild der Pressesprecher/innen in ATX-Unternehmen befasste, setzte sich Liftenegger-Röhl mit den Non-Profit-Organisationen auseinander. Die Ergebnisse liegen nun in Buchform vor. Antonia Peneder: Pressesprecher auf dem Prüfstand. ISBN-13: 978-3-639-12733-1. Nina Liftenegger: Berufsbild PressesprecherIn in Non-Profit Organisationen. ISBN-13: 978-3-639-12886-4. Infos: www.donau-uni.ac.at/ijz.

10: Der zu Haymarket Media gehörende **Medien-dienst "kress" hat erstmals das „MLP Taschenbuch der Hochschulpresse“ veröffentlicht**. Das Nachschlagewerk fasst die wichtigsten Kommunikatoren und Journalisten in den Bereichen Hochschule, Forschung und Karriere zusammen. Aufgeführt sind sowohl die Verantwortlichen in den Pressestellen bei Hochschulen als auch bei Institutionen und Organisationen. Darüber hinaus bietet das Jahrbuch einen Überblick über Ansprechpartner bei den Medien. Dazu zählen neben den Publikationen der Hochschulpressestellen und Studierendenpublikationen Journalisten, die sich bei Tageszeitungen, Magazinen und Rundfunkanstalten mit diesen Themenschwerpunkten beschäftigen. Ein statistischer Teil sowie ein Kalender mit wichtigen Terminen der Hochschulwelt runden den Inhalt ab.

11: Trotz der Grippewelle im Winter ist der **gemeldete Krankenstand** in deutschen Unternehmen auf dem **niedrigsten Niveau seit 1990**: im ersten Quartal 2009 fehlten durchschnittlich 3,26 Prozent, dies entspricht 1,8 Arbeitstagen. Auch die Wirtschaftskrise und die Angst vor Jobverlust trägt dazu bei, dass sich Kranke nicht mehr krankmelden.

12: **Volkskrankheit Stress - Teuer, gefährlich und völlig überflüssig**. Jeder vierte EU-Bürger leidet unter arbeitsbedingtem Stress, wie eine Studie der Europäischen Beobachtungsstelle für berufsbedingte Risiken (ERO) in Bilbao vom Februar 2008 ergeben hat. Abgesehen vom

menschlichen Leid bedeutet das auch, dass die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Betroffenen in erheblichem Maße beeinträchtigt ist. Schätzungen zufolge betragen die Kosten, die der Wirtschaft durch arbeitsbedingten Stress entstehen, 2002 in den damals noch 15 EU-Ländern 20 Milliarden Euro. Heute schätzt man diese Zahl alleine in Deutschland auf 45 Milliarden Euro. csr-news.net

Termine + Tagungen

Das Internet steigert die Bedeutung von Kommunikations-Controlling

PR-Journal: Der Fachtag „Kommunikations-Controlling“ findet am 13 Mai zum fünften Mal statt, ein kleines Jubiläum also – wie schön, aber was wird diesmal besonders sein?

Lothar Rolke: Natürlich freuen wir uns über das Jubiläum, aber noch mehr darüber, dass nach vielen Jahren in der etwas desperaten Szene des Kommunikations-Controllings nun zusammenwächst, was zusammengehört: der AK Wertschöpfung der DPRG und die Internetplattform „Communicationscontrolling.de“ vom Kollegen Ansgar Zerfaß mit dem Fachtag, den Wolfgang Jäger und ich ins Leben gerufen haben. Ein Höhepunkt ist sicherlich die erstmalige Vorstellung des „Wirkungsstufen-Modells für Kommunikation“ auf das sich die DPRG und der Internationale Controller Verein jetzt verständigt haben. Ein echter Durchbruch und – wie wir noch erleben werden - ein Meilenstein für die Branche. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Veranstaltung 2.0: 120 Gäste bei DemokratieZweiNull

Ist das die neue Veranstaltungsform? Vorträge und Diskussionen live plus online auf allen Kanälen? Die Initiatoren des Stuttgarter Abends am 25. März, Sympra (GPRA) zusammen mit anspruch.agentur für neue Medien und den Partnern MFG Baden-Württemberg und DPRG (Deutsche Public Relations Gesellschaft), zeigten schon bei der Organisation von DemokratieZweiNull, dass Social Media Öffentlichkeit schaffen. Um das Event publik zu machen, nutzen die Veranstalter fast ausschließlich Social Media Plattformen wie Twitter und Xing. Mit Erfolg. Zu der Veranstaltung trafen sich rund 120 Gäste live vor Ort, der Audiostream wurde von weiteren 260 Zuhörern online genutzt. Gerade im Super-Wahljahr 2009 war das Interesse an dem Thema offensichtlich sehr groß. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (6) (15.+16.KW-09)

01: Unter dem Titel "Gewinner und Auslaufmodelle - Wer profitiert von der Medienkrise?" **startet news aktuell seine neue media coffee-Reihe in fünf deutschen Großstädten.** Die klassischen Medien befinden sich in einer doppelten Krise: Einerseits macht die globale Wirtschaftskrise den Verlags- und Rundfunkhäusern zu schaffen, andererseits stellt das Internet die bisherigen Geschäftsmodelle zunehmend in Frage. Am Ende einer Krise stehen aber immer auch Gewinner. Wer wird das mittelfristig sein? Wie wird sich die Medienlandschaft insgesamt ändern? Auftaktveranstaltung am 21. April in Hamburg - alle weiteren Termine und Orte hier: www.mediacoffee.de.

02: Das **Forum „Führung in der Krise - Zum Wandel befähigen, Prozesse beschleunigen, richtig kommunizieren“**, eine gemeinsame

Vortrags- und Diskussionsveranstaltung von AmCham Germany, Korn Ferry International und Stach's Kommunikation & Management, findet am 23. April im Museum für Kommunikation in Frankfurt am Main statt. Anmeldungen formlos per E-Mail: hans.feiner@stach-s.de.

03: Der richtige Umgang mit der Presse will gelernt sein. Denn wer erst in Krisenzeiten den Bedarf an strategischer Kommunikation entdeckt, hat die Chance bereits vertan. Besonders die Banken müssen wegen der Schieflage der internationalen Finanzmärkte enorme Imageverluste verkraften. Deshalb präsentieren Gabler Finance und die Fachzeitschrift bankmagazin aus dem Wiesbadener Gabler Verlag nun den **1. Kommunikationskongress für Banken & Sparkassen**. Am 27. und 28. Mai vermittelt dieser "Erfolgsstrategien für die externe und interne Kommunikation" im Mainzer Atrium Hotel. Infos: www.gabler-finance.de.

04: Am 07. Mai ist der **PR Club Hamburg zu Gast bei Alice (HanseNet)**. Nach einer Einführung von Philip Mohr (Business Strategies HanseNet) und Carsten Nillies (Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit HanseNet) in die Innovations- und Nutzungspotenziale des „Internet der Zukunft“ erläutert F.A.Z.-Journalist und Internetkoordinator Holger Schmidt die Bedeutung nutzergenerierter Netzwerke innerhalb seiner journalistischen Arbeit. Infos und Anmeldung: sh@pr-club-hamburg.de.

05: Am 18. Juni findet in Frankfurt am Main der **Syndikus-Summit 2009** - Trends und Networking für Unternehmensjuristen statt. Thema: Die Rolle der Unternehmensjuristen in Krisenzeiten – Herausforderungen, Risiken und Chancen. Infos: www.conferencegroup.de.

06: **Neue KMU-Programme am Institute Corporate Responsibility Management** der Steinbeis Hochschule Berlin. Zahlreiche kleine und mittlere Unternehmen (KMU) richten in ihrem wirtschaftlichen Selbstverständnis ein besonderes Augenmerk auch auf soziale und ökologische Verant-

wortung. Der gesellschaftliche Beitrag von KMU kann bis rund zehnmal höher liegen als der von großen Unternehmen, worauf beispielsweise Untersuchungen aus Großbritannien verweisen. (...) Das Institute Corporate Responsibility Management an der Steinbeis Hochschule Berlin bietet CSR-Trainings- und Forschungsprogramme sowie Rankings an, die speziell auf die Bedürfnisse von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) abgestimmt sind. csr-news.net

Ausbildung + Seminare

Noch drei Plätze frei für 31. DAPR-Grundausbildung

Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) veranstaltet vom 01. Mai bis 12. Juli 2009 in Frankfurt am Main die 31. Grundausbildung mit Prüfungsoption. Im Vordergrund der Ausbildung steht die komprimierte Vermittlung von praxisorientiertem PR-Fachwissen. Kommunikative Maßnahmen selbständig zu planen, umzusetzen und deren Ausführung oder Produktion zu überwachen, sind neben der Erarbeitung von PR-Strategien und dem passgenauen Einsatz von PR-Instrumenten wesentliche Zielsetzungen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (3) (15.+16.KW-09)

01: Kurze Meldungen, strukturierte Berichte, anschauliche Features, mitreißende Reportagen und treffende Portraits trainieren die beiden **AFK-Seminare W7 – Journalistisches Schreibtraining und das Aufbautraining S1A – Perfektionstraining Journalistisches Schreiben**. Das W7 findet vom 11. bis 15. Mai in Alzey statt, das

S1A, für W7-Absolventen und erfahrene Schreiber, vom 6. bis 8. Oktober in Gummersbach. Die Teilnehmer üben und perfektionieren alle wichtigen journalistischen Darstellungsformen. Sie lernen deren Eigenheiten und Einsatzmöglichkeiten kennen. Sonderrabatte gibt AFK bei kombinierter Buchung. Infos : www.afk-online.com.

02: Das Public Relations-**Fortbildungsinstitut com+plus in Münster** bietet ab 1. Mai ein flexibleres PR-Fernstudium an. Größte Änderung: Anstatt zu vier vorgegebenen Terminen im Jahr ist ein Einstieg in das PR-Fernstudium von com+plus jetzt jederzeit möglich. **Die Teilnehmer bestimmen individuell ihr Lerntempo**. Die Regelstudienzeit des PR-Fernstudiums beträgt nach wie vor zwölf Monate. Auf Wunsch kann das Studium jedoch auch in sechs Monaten durchlaufen werden. Neben der Bearbeitung von zwölf Studienbriefen absolvieren die com+plus-Studenten künftig 17 Seminartage in Münster.

03: **Nächste Weiterbildung "PR- & Media-Assistent/in" des SZG startet am 2. Juni**. Aufgrund verschärfter Wettbewerbsbedingungen kleiner und mittlerer Unternehmen wächst der Bedarf an professioneller PR dynamisch. Parallel zum Umsatz steigt bei PR-Agenturen auch die Nachfrage nach qualifiziertem Nachwuchs. Mit der praxisnahen Weiterbildung zum/zur PR- & Media-Assistent/in bereitet Seminarzentrum Göttingen (SZG) in Berlin Akademiker sowie Teilnehmer mit kaufmännischer Ausbildung gezielt auf einen Jobeinstieg in der Zukunftsbranche vor. Infos: www.szg.de.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Buhlen um Wählergunst statt Bemühen um Wirtschaftskraft

Guten Tag! Wahlen für drei Landtage, das Europaparlament und schließlich den Bundestag bestimmen die Politik in der Bundesrepublik in diesem Jahr. Wahlgewinne, höhere staatliche Ausgaben und damit eine größere Staatsverschuldung werden die Entwicklung prägen. Die Erwartung, in einer Vorschau im Dezember des vergangenen Jahres geschrieben, wird von der Wirklichkeit überholt. Politiker in Parlamenten und Regierungen zittern um Macht, Prestige und Geld. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Vatikan-PR: 500 Schoko-Ostereier für Erdbebenopfer

Edle Stoffe, güldenes Geschmeide, luxuriöse Karossen, prunkvolle Anwesen, so kennt man das klerikale Ambiente in Rom und Umgebung. Voller Großmut entsendete der Oberaufseher der katholischen Weltanschauung zu Ostern seine mitleidigen Grüße zu den weltlichen Nachbarn des Vatikan-Staates, die Tage zuvor alles verloren hatten - in Form von großen Schokoladeneiern. Die Kinder obdachloser Familien der Abruzen-Stadt L'Aquila erhielten eine Ladung Süßwaren, angesichts der 40.000 Menschen der betroffenen Region eine homöopathische Dosis. Wir wollen jetzt mal nicht ausrechnen, wieviele der so Begünstigten sich eines der päpstlichen Eier teilen müssen, statistisch, versteht sich. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Salz: Ostern wichtiger denn je

Lassen wir uns Ostern 2009 nicht versalzen. Allenfalls streuen wir ein paar Körnchen auf die zuvor noch bunten Eier, nachdem wir sie geschält haben: Wir nehmen markenbewusst Aqua Medic Reef Salt, HW Meersalz, Read Sea Salt, Reef Crystal, Sera Salz, Tropic Marin, Crystal Sean Marinemix. Wir machen's einfach mit Kochsalz, Meersalz, Steinsalz und Kristallsalz oder Ursalz. Oder protzen mit Himalaya-Kristallsalz ohne Kinderarbeit, das wohl nicht von den Bergen stammt, sondern aus Flächen, von denen man drauf gucken kann. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Steinmeier: keine Ahnung von nonverbaler Kommunikation

Die Medien melden am 20. April den Wahlkampfauftakt von Bundesaußenminister Frank-Walter Steinmeier (53), dem neuen (?) SPD-Hoffnungsträger und Kanzlerkandidaten für die Bundestagswahl am 27. September. Ein Hauch von Obama-Stimmung sollte mit den neuen Online-Aktivitäten und der Site www.frankwaltersteinmeier.de vermittelt werden. Strahlend steht er da, persönlich sympathisch die Informationen. Aber lieber FWS - schon mal was von nonverbaler Kommunikation gehört? Mit verschränkten Armen signalisiert man Abwehr, Introvertiertheit. Ihr Online-Berater sollten vielleicht erst mal was von der "alten" Kommunikation lernen. Vielleicht klappt's dann auch besser mit der neuen Inter(net)aktion. -fff-

Themen der Zeit (Autoren- Beiträge)

Digitales Utopia: Abschied von der Privatsphäre

Das Zeitalter der digitalen Transparenz durch Google, Twitter, Facebook und Co. birgt große Risiken. Klaus Eck warnt vor dem Streben nach Aufmerksamkeit um jeden Preis und erklärt, warum mehr Zurückhaltung zwingend notwendig ist. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Journalismus in Zeiten der Wirtschaftskrise

Neun Thesen zum Strukturwandel der Medien. Wer sich zurzeit durch die unzähligen Meldungen, Analysen und Kommentare zur Lage der Medien und des Journalismus fräst, bleibt erschöpft und ratlos zurück. Die Krise ist nicht einfach zu deuten, wenn man nur auf die aktuellen Ereignisse starrt wie das Kaninchen auf die Schlange. Die kurzfristigen Aktivitäten und Trends in der Medienbranche sind gegenläufig und widersprechen sich. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

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 9 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[Volontär/in oder Praktikant/in ab sofort in München gesucht](#)

[BUTTER.Berlin sucht PR-Berater](#)

[BUTTER.Berlin sucht Junior PR-Berater](#)

[Bremer PR-Agentur sucht einen/eine Junior PR-Berater/-in](#)

[Kölner Agentur sucht PR-Redakteur/in](#)

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

[fischerAppelt sucht Berater \(m/w\) Corporate Communications](#)

[Münchner PR-Agentur sucht Junior PR-Berater/-in \(Teilzeit\)](#)

[PR-Profi gesucht](#)

[München: Trainee/Volontariat "Unternehmenskommunikation/Presse" \(w/m\)](#)

[Network PR sucht Praktikanten](#)

Unternehmen

[Mitarbeiter/in für Presse- und Unternehmenskommunikation](#)

[Account-Manager/in](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 20. April 2009 – 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **18.249 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.

Realisierung der Redaktionsrubrik "Das PR-Interview":

Das Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Pit Junker, Ulf Kartte und Gunter Ortlieb (info[at]k1-agentur.de).

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.