

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 200 / 19. KW 2009

Seite 1

Organisiert FAZ Koppelgeschäfte Redaktion für Anzeigen?

Wer hat hier nun eine Lizenz zum Täuschen? Die FAZ Frankfurter Allgemeine Zeitung (in diesem Fall deren Anzeigenabteilung) oder Ausbildungsinstitute wie das communication college in Ladenburg? PR-Berater Sascha Stoltenow traute seinen Augen nicht, als er am Samstag, den 9. Mai die FAZ aufschlug und eine anschauliche Kopplung von Anzeigenschaltung und redaktioneller Textplatzierung entdeckte (am 10. Mai wurde die "gute Tat" übrigens auch noch in der FAS Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung wiederholt). Er fragte beim Autor nach und erfuhr wiederum Erstaunliches: die FAZ-Anzeigenabteilung hatte anscheinend die Veröffentlichung des vorgefertigten Textes verlangt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Einfluss der Unternehmens- kommunikation wächst in der Krise

Die Funktion der Unternehmenskommunikation hat im Krisenjahr 2008 weiter an Umfang, Status und Einfluss gewonnen. Dies belegt eine

internationale Studie der Kommunikationsagentur Weber Shandwick und der Personalberatung Spencer Stuart.

"Wie selten zuvor sind Geschäftsführer und Vorstände momentan auf die strategischen Kommunikationsfähigkeiten ihrer CCOs angewiesen, um die Reputation ihrer Unternehmen zu stabilisieren und Stakeholder zu beruhigen" so Astrid von Rudloff, CEO von Weber Shandwick Deutschland (GPRA) in Berlin: "Wer nicht kommuniziert, riskiert viel – nicht zuletzt den Verlust von Vertrauen." [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Netzsperrn: Wie man eine Generation verliert

"ZeitOnline": Im Internet gibt es viele Proteste gegen die geplanten Kinderpornosperrn. Politiker haben für die Kritik nur Verachtung übrig. So verprellen sie ihre künftigen Wähler. Vier Tage hat es gedauert, den Petitionsausschuss des Bundestages zu zwingen, in einer öffentlichen Sitzung über den Sinn oder Unsinn des Gesetzes zur Sperrung von Kinderporno-Seiten im Internet zu debattieren. Nie zuvor hat das eine Petition erreicht, schon gar nicht eine zu einem solch heiklen Thema. Vier Tage, in denen mindestens 50.000 Menschen zu der Überzeugung kamen, dass es besser ist, sich als Unterstützer von Kinderpornografie verunglimpfen zu lassen, als zuzusehen, wie die eigenen Interessen missachtet werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Die wichtigsten "guten Ratschläge" für Ihren Start in die Selbstständigkeit

Von akademie.de: Bei Leserfragen, Coachings und Beratungen erleben wir immer wieder, dass mancher Gründungswillige und Jungunternehmer den Wald vor lauter Bäumen nicht (mehr) sieht. Und weil sich Probleme und Lösungsvorschläge naturgemäß immer wieder ähneln, haben wir im folgenden Beitrag so etwas wie eine eiserne Ration der wichtigsten Ratschläge für "neue" Selbstständige zusammengestellt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Von Glischinski-Kurc übernimmt Kommunikation von Shell Deutschland

Matthias von Glischinski-Kurc (47) wird am 25. Mai Direktor Unternehmenskommunikation und Wirtschaftspolitik von Shell Deutschland. In dieser Funktion ist er zugleich für die Unternehmenskommunikation in Österreich und der Schweiz zuständig. Von Glischinski-Kurc übernimmt die Position von Patrick Kammerer, der seit April den Kommunikationsbereich für das globale Tankstellengeschäft des Unternehmens leitet. Von Glischinski-Kurc hatte die Position im Jahr 2004 bereits einmal übergangsweise inne, bevor Kammerer bei Shell einstieg.

pressesprecher.com

Essmann wird Managing Director beim Informationsdienstleister Unicepta

Theres Essmann (42) wird ab 1. Juli neues Mitglied im Management Board von Unicepta Medienanalyse mit Hauptsitz in Köln. Sie wird als Managing Director den Bereich Medienanalyse mit aktuell dreißig Mitarbeitern verantworten sowie einen Standort in Stuttgart aufbauen.. Bis Dezember 2008 war Essmann Geschäftsführerin bei Cision Kommunikationslösungen in Kornwestheim. Die studierte Sprachwissenschaftlerin und PR-Beraterin ist seit 14 Jahren in der Medienanalyse-Branche tätig. Sie besitzt fundierte Strategie-, Methoden- und Beratungskompetenz in Reputationsmessung und Medienanalyse für die Unternehmenskommunikation von internationalen Konzernen, für deren Beratung sie darüber hinaus eine mehrjährige Erfahrung als Kommunikationsleiterin mitbringt.

Personalien compact (22) (19.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Dietrich Schulze van Loon**, Geschäftsführender Gesellschafter von Molthan van Loon Communications Consultants (GPRA) in Hamburg wurde auf Vorschlag des neuen Präsidiums (für seine Verdienste als GPRA-Präsident von 2005 bis 2009) einstimmig zum nunmehr vierten Ehrenmitglied des PR-Wirtschaftsverbandes GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen, Frankfurt am Main ernannt. Die bisherigen Geehrten: Reiner Schulze van Loon, Günter F. Thiele und Jürg W. Leipziger.

komm.passion



Nur bei uns: Parlaments-Beobachtung!

DAS ENTSCHEIDENE WISSEN

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

02: **Rolf Schläpfer** stösst Anfang Mai als Partner zur Kommunikations- und Wirtschaftsberatung Hirzel.Neef.Schmid.Konsulenten in Zürich. Er verfügt über eine breite nationale und internationale Erfahrung in der Kommunikation und im Marketing von Unternehmen unterschiedlicher Branchen. Von 1997 bis 2008 leitete Schläpfer die weltweite Unternehmenskommunikation des Healthcare-Konzerns Roche.

03: **Anette Schlemmer** verlässt nach über zwei Jahren als Public Relations Managerin das Rocco Forte The Charles Hotel in München. Sie gründet ihr eigenes Unternehmen und bietet in Zukunft PR & Marketing Dienstleistung speziell für 3- bis 4-Sterne Hotels sowie Gastronomie an. Außerdem arbeitet Schlemmer an einem Internetrecherchetool speziell für Journalisten und Bildagenturen. Nachfolger für den Bereich PR & Marketing im The Charles Hotel wird **Markus Luethge**, derzeit Assistant Director of Sales & Marketing.

04: **Lorenz Keller** ist neu an Bord von business campaigning Switzerland in Zürich (CH), er betreut politische Kampagnen und Wahlkämpfe sowie Mandate an den Schnittstellen von Politik und Unternehmen. Keller bringt Erfahrung aus der Bundespolitik, einer nationalen Jungwählermobilisierungskampagne und dem US-Wahlkampf 2006 ins Beratungsteam mit.

05: **Jan Dirk Kemming** (35) steigt bei Weber Shandwick im Büro Köln zum Creative Director

Continental Europe auf. In seiner neuen Funktion wird er in internationalen Projekten beraten, die europäischen Teams im Bereich Kreation weiterentwickeln sowie die Gestaltung und Reputation der Consumer Practice in Deutschland und Europa vorantreiben. Vor seiner Zeit bei Weber Shandwick war Kemming als Bereichsleiter Kreation/Konzeption bei Sponsor Partners/Bob Bomliz Group (BBDO, heute Pleon Bonn) tätig.

06: **Daniela Landini** (37) verstärkt ab sofort die Kölner Agentur Leven als Leiterin New Business/ Etat-Direktorin. Die studierte Betriebswirtschaftlerin kommt von der Agentur Contrast und verfügt sowohl über einen großen Erfahrungsschatz in der Kundenberatung, als auch in der Akquise und der Erarbeitung von Kommunikationsstrategien.

UNTERNEHMEN:

07: **Stefan Leppin** (52) übernimmt am 1. Juli die Leitung der internen und externen Unternehmenskommunikation der Warsteiner Brauereigruppe Haus Cramer. Der gelernte Journalist war zuletzt Leiter Unternehmenskommunikation bei Sovello in Thalheim. Von 1996 bis Ende 2007 stand er, ebenfalls als Leiter Unternehmenskommunikation, bei der Radeberger Gruppe in Frankfurt am Main unter Vertrag.

08: **Magnus von Zitzewitz** (41) ist Leiter Corporate & Public Affairs bei Tipp24 in Hamburg. In der neu geschaffenen Position wird er konzernübergreifend die rechtlichen, politischen und regulatorischen

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!

Angelegenheiten des Unternehmens international verantworten. Von Zitzewitz war bis zuletzt Vorstand und Chief Operating Officer beim Pferdewettenanbieter Bet 3000.

09: **Jean-Pierre Wollenschläger** (50) ist neuer Leiter Public Relations beim Swisscom Grossunternehmen in Bern. Er folgt damit auf **Carsten Krenz**, der sich einer neuen Herausforderung stellt. Zuvor war Wollenschläger acht Jahre als Informationsbeauftragter und Projektleiter der Wirtschaftsförderung Stadt Zürich im Präsidialdepartment für die Öffentlichkeitsarbeit und das Standortmarketing tätig.

10: **Donat von Müller** übernimmt die Gesamtbereichsleitung Investor Relations und Public Relations/Konzernkommunikation der GEA Group in Bochum, er war zuletzt als Finance Director der GEA Denco Ltd. (UK) tätig. Das Unternehmen hat die Funktionen in einem gemeinsamen Zentralbereich gebündelt und dem Ressort des Finanzvorstandes **Helmut Schmale** zugeordnet. Unverändert nehmen **Elke Kleemann** als Leiterin Investor Relations und **Marc Pönitz** als Pressesprecher ihre bisherigen Aufgaben wahr.

11: **Gideon Lehmann** (38) übernimmt ab Mai die Leitung Öffentlichkeitsarbeit und Online-Marketing bei 12designer (Grupo Intercom) in Berlin. Zuletzt betreute er für die Berliner Agenturen interactive tools und mediaworx berlin deutschlandweite Online-Kampagnen und lieferte das Konzept für eine neue Deutschlern-Plattform der

Deutschen Welle.

12: **Athos Del Ponte** (42) ist neuer Leiter External Affairs bei Sanofi Pasteur MSD Schweiz mit Sitz in Baar (CH). Vor seinem Wechsel in die Unternehmenskommunikation arbeitete Del Ponte beim Schweizer Fernsehen in der Abteilung Information und Kultur.

13: **Michaela Paudler-Debus** (46) hat am 1. April die neu geschaffene Position des Head of Product PR bei Daiichi Sankyo Europe übernommen. Sie kommt von der PR Agentur F&H Porter Novelli.

14: **Britta Maria Schell** (43) hat am 1. Mai 2009 die Leitung des Bereichs Unternehmenskommunikation der swb (ehemals Stadtwerke Bremen) übernommen. Sie war zuletzt Leiterin Marketing bei IVG Immobilien in Bonn. Sie tritt die Nachfolge von **Marlene Odenbach** an, die das Unternehmen Ende Februar verlassen hat.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

15: **Anne-Katrin Schulz** (28) ist seit 1. Mai verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Hamburger BDAE-Gruppe (Bund der Auslandserwerbstätigen). Neben dem Ausbau der klassischen PR plant das Unternehmen, ein Online-Magazin rund um das Thema Leben und Arbeiten im Ausland zu konzipieren. Schulz war zuletzt als Redakteurin für das ebenfalls in Hamburg ansässige Kapitalanlagemagazin Cash. tätig.

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!

16: **Fina Geschonneck** (49) wird ab 1. Juli neue Pressesprecherin der Interessenvertretung der Innungskrankenkassen (IKK) in Berlin. Sie tritt dann die Nachfolge von **Joachim Odenbach** an, der zum Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie wechselt. Zuletzt war Geschonneck für die Öffentlichkeitsarbeit und das Marketing bei der Gesellschaft der Alexianerbrüder verantwortlich.

17: **Joachim Odenbach** (40) wird ab 1. Juni neuer Leiter Medien und Pressesprecher beim Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie (BPI). Er folgt auf **Wolfgang Straßmeir**, der sich nach drei Jahren Tätigkeit für den BPI neuen Herausforderungen gestellt hat.

18: **Günter F. Thiele** gibt Kuratoriumsvorsitz der PR-Stiftung Leipzig ab, der langjährige Vorsitzende und Mitgründer der Stiftung hat nach Erreichen des 75. Lebensjahres sein Amt jetzt an jüngere Nachfolger übergeben. Zum neuen Vorsitzenden der Stiftung wählte das Kuratorium **Bernd Schuppener** (Jahrgang 1952), Geschäftsführender Gesellschafter der Hering Schuppener Unternehmensberatung für Kommunikation und seit 2006 Honorarprofessor an der Universität Leipzig. Sein Stellvertreter wurde **Werner Süß**, der Vorsitzende der Geschäftsführung Vattenfall Europe Sales Berlin.

19: **Kirstin Karotki** ist für den Aufbau der Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes der Ölsaatenverarbeitenden Industrie in Deutschland (OVID) mit Sitz in Berlin verantwortlich. Die Kommunikationsexpertin in den Bereichen Corporate Communications und politische Kommunikation kommt von Trimedia.

20: **Kathrin Finger** (32) ist ab 1. Juni neue Leiterin Presse und Öffentlichkeitsarbeit des Art Directors Club für Deutschland (ADC). Nach Stationen bei der ARD-Talkshow "Sabine Christiansen" und der PR-Agentur Johanssen und Kretschmer betreute sie zuletzt als Presse-

referentin neben der Kommunikation für digitale und internationale Medien unter anderem auch die Axel Springer Akademie und die B.Z.

21: **Stefan Schott** besetzt die neu eingerichtete Position des Pressesprechers beim Institut für Wirtschaftsforschung (ifo) in München. Die bisherige Pressereferentin, **Annette Marquardt**, wird nach Einarbeitung von Schott die Redaktion der Zeitschrift "ifo Konjunkturperspektiven" übernehmen und verantwortet weiterhin die Veranstaltungen des Instituts. Vor seinem Einstieg beim ifo Institut arbeitete er unter anderem als Direktor Unternehmenskommunikation bei Kabel Deutschland.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

22: **Alex Hürzeler**, Schweizer Regierungsrat und Vorsteher des Departements Bildung, Kultur und Sport (BKS) in Aarau (CH), trennt sich vom Leiter Kommunikation, **Nic Kaufmann**. Hürzeler will mit diesem Schritt im Kreis seiner engsten Mitarbeiter einen Neuanfang in der Führung des Departements ermöglichen. Bis zur Neubesetzung der Stelle wird die Kommunikation des BKS ab sofort interimistisch vom stellvertretenden Leiter des Kommunikationsdienstes des Regierungsrats (Staatskanzlei), **Christoph Leuenberger** geleitet.

Etats

Etats compact (23) (19.KW-09)

01: ReSound, Münster
was: Wanderausstellung „Hör-Wesen“ mit Arbeiten hörgeschädigter Kinder
 an: **PR-Büro Martin Schaarschmidt**, Berlin

02: Koelnmesse-Gruppe, Köln
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Social Media-Kommunikation für die digital marketing

exposition & conference (dmexco)
an: **cocodibu**, München

03: Bettenjagd Deutschland, Berlin
was: *PR, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **PR4YOU**, Berlin

04: Vermögensakademie, Bonn / München
was: *internationale B2B- und B2C-Kommunikation*
an: **Convensis PR**, Stuttgart

05: Fremdenverkehrsamt Palau / Eyes2market, Rellingen
was: *Presse- und Medienarbeit*
an: **HasselkusWeberBenAmmar PR**, Bad Soden

06: Wenko, Hilden
was: *Mediale Inszenierung des Guinness-Weltrekord im Dauerbügeln für den den Wenko-Bügeltischbezug „Sprint-Blitzbügler“*
an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln

07: Fluggesellschaft JetBird Deutschland, Köln
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Hablowitz Communications Cologne / KCCcommunications Walther Kahl**, Köln

08: NetAachen, Aachen
was: *Redaktion des Kundenmagazins Freizeichen*
an: **K1 Gesellschaft für Kommunikation**, Köln

09: Hurra Communications, Stuttgart
was: *Pressearbeit*
an: **Kaltwasser Kommunikation**, Nürnberg

10: Bundesverband WindEnergie, Berlin
was: *Kommunikationsarbeit für den Global Wind Day*
an: **Laub & Partner**, Hamburg

11: Fraunhofer IAO, Stuttgart
was: *Projektetats*
an: **RTS Rieger Team**, Leinfelden-Echterdingen

12: Dowa HD Europe, Nürnberg
was: *ganzheitliches Kommunikationskonzept für europäische Niederlassung*
an: **Flad & Flad Communication**, Heroldsberg

13: Weinregion Trentino, Trento (IT)
was: *B2B Pressearbeit und Eventmarketing für Deutschland, Österreich und Schweiz*
an: **Simone Tilgert pst public relations**, Köln

14: EuropaCorp, Saint-Denis (FR)
was: *Presse und Öffentlichkeitsarbeit für den Dokumentarfilm "Home" zum "World Environment Day"*
an: **F&H Porter Novelli**, München

15: Zero Motorcycles, Santa Cruz, CA (USA)
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie vertriebsunterstützende Kommunikation*
an: **Maisberger**, München

16: Loews Hotel Group, London (GB)
was: *Marketing und PR in dedn fünf europäischen Hauptmärkten Deutschland, Österreich, Frankreich, Schweiz und Niederlande*
an: **CircleSolution Consultants**, München

17: Emaar Hospitality Group, Dubai (VAE)
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für The Address Hotels + Resorts im europäischen Markt*
an: **wbpr Public Relations (GPR)**, Unterföhring

18: regify®, Hüfingen
was: *strategischee Pressearbeit*

19: Schulleiter-Akademie, Dortmund
was: *medienübergreifenden PR-Kampagne*
an: **Vocato public relations**, Köln

20: Universität Stuttgart
was: *Unterstützung der Fakultät 1 "Architektur und Stadtplanung" in Kommunikation und Projektleitung*

beim Solar Decathlon 2011 (**pro-bono!**)

21: E.G.O. Blanc und Fische, Oberderdingen

was: *Kommunikations-Etat für ein ein Gesamtkonzept für die Positionierung des Unternehmens am Markt*

an: **RTS Rieger Team**, Leinfelden-Echterdingen

22: moodmountain, Spreitenbach (CH)

was: *B2B-Kommunikation*

23: Accentis, Pfäffikon (CH)

was: *B2B-Kommunikation*

an: **pepr; Peter Eberhard Public Relations**, Oetwil am See (CH)

Branche

Krisenkommunikation: Schweizer Branchenverband gegründet

Am 30. April wurde in Zürich der erste Schweizer Branchenverband für Krisenkommunikation und Reputationsmanagement gegründet. Der Verband will die Qualität in der Krisenkommunikation anhand eines verbindlichen Kodexes langfristig sichern, heisst es in einer Mitteilung. Ebenso soll die Aus- und Weiterbildung gefördert und damit die Professionalisierung der Krisenkommunikation vorangetrieben werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (7) (19.KW-09)

01: **Das PR-Branchenmagazin Holmes Report hat Weber Shandwick zur „Internationalen Agentur des Jahres“ gewählt.** Die Preisverleihung findet am 12. Mai in New York im Rahmen der U.S. SABRE Awards 2009 statt, die alljährlich vom Holmes Report verliehen werden. Neben der internationalen Auszeichnung ist Weber Shandwick in 22 weiteren Kategorien der

U.S. SABRE Awards und in zwölf Kategorien der diesjährigen European SABRE Awards nominiert, die am 21. Mai in Stockholm verliehen werden.

02: **Die internationale Technologie-PR-Agentur Hotwire, Frankfurt am Main präsentiert ab sofort mit 33 Digital (www.33-digital.com) einen Spezialisten für die digitale Welt.** Der neue Anbieter setzt sich aus Experten für PR, digitales Marketing und Web-Design zusammen. Das Team ist europaweit aufgestellt und verfügt über eine internationale Kundenliste aus den Bereichen Einzelhandel, Medien und Technologie. Bereits zum Launch von 33 Digital gehören führende und aufstrebende Marken wie Debenhams, FT.com und Evernote zu den Auftraggebern.

03: **Die Hamburger Agentur Nicole Weber communications eröffnet zum 1. Mai ihre Dependance im Münchener Gewerbe- und Büropark „neue balan – Campus der Ideen“.** Mit der strategisch wichtigen Präsenz in der süddeutschen Medienstadt stärkt die Agentur für Öffentlichkeitsarbeit ihre Marktposition und intensiviert so den Kontakt zu Medienvertretern und Geschäftspartnern der Stadt. Nicole Weber, Ingrid Meyer-Lohrmann und Pia Jung leiten den Standort auf Geschäftsführerebene. Die Betreuung vor Ort übernimmt Mareike Heilwagen, die zuvor bei Nicole Weber communications in Hamburg tätig war.

04: **Top 35 Event-Agenturen legen beim Umsatz weiter zu.** Die Top-35-Agenturen im Ranking für Live-Kommunikation haben mit 181 Millionen Euro Umsatz 2008 im Durchschnitt um 10,6 Prozent zugelegt. Dabei reichen die Schwankungen von minus 32 Prozent bis zur Umsatzverdoppelung. Auf den ersten fünf Plätzen gab es wenig Bewegung. Branchenprimus ist nach wie vor die Wuppertaler Vok Dams Gruppe, deren Umsätze um 6,4 Prozent auf 22 Millionen Euro zurückgegangen sind. Den zweiten Platz hat die Münchner Agentur Avantgarde mit dem Solinger Wettbewerber Kogag getauscht. Komplettes Ranking: www.horizont.net

05: **Die Kommunikationsagentur ariadne an der spree eröffnet zum zehnjährigen Bestehen einen neuen Standort.** Neben der Zentrale in Berlin ist das Unternehmen ab sofort auch mit einem Büro auf dem Gelände der Medienstadt Babelsberg in Potsdam vertreten. "Unsere Geschäfte mit brandenburgischen Kunden haben sich sehr gut entwickelt. Der Schritt nach Potsdam war daher nur folgerichtig", erläutert Penelope Rosskopf, Gründerin und Geschäftsführerin von ariadne an der spree, das Engagement ihrer Agentur.

06: **Hiller, Wüst & Partner**, als Spezialagentur zum internationalen Kommunikationsberatungsunternehmen Hill & Knowlton gehörend, ist **in HWP Communications umfirmiert** worden. Die Umbenennung unterstreicht die Ausrichtung der Agentur hinsichtlich des lösungsorientierten, auf strategische Beratung gestützten und Dialoggruppen übergreifenden Kommunikationsansatzes. Der bisherige Fokus der Agentur auf Unternehmen der ITK-Branche wird künftig zudem auf die Bereiche Hightech und Industrie erweitert. Damit profitieren auch Unternehmen aus angrenzenden Bereichen wie Health- und Medtech, Supply Chain Management oder klassischen Industriegüterbranchen wie z.B. der Maschinenbau vom Technologieverständnis der Agentur.

07: Die **Serviceplan Gruppe baut ihren Standort in Berlin aus und eröffnet ein „Haus der Kommunikation“**, das ähnlich dem Münchner und Hamburger Agenturmodell alle Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach vereint. Neben der Berliner Serviceplan Public Opinion, der auf Politik- und Gesellschaftskommunikation spezialisierten PR und Kreativagentur, ziehen auch die ortsansässige Saint Elmo's Interaction sowie Saint Elmo's Entertainment in das neue Gebäude in der Oranienburgerstraße 18 ein: Inmitten des Kreativ- und Politikzentrums der Hauptstadt arbeitet künftig im „Haus der Kommunikation“ ein 50-köpfiges Team aus Polit-Strategen, Kreativen,

PR-Experten und Online-Spezialisten für Auftraggeber der öffentlichen Hand sowie für Unternehmen und Verbände mit gesellschaftspolitischen Anliegen.

Medien

Für Sie gesehen: NDR-Medienmagazin ZAPP am 6. Mai

- Von der Leyen - Viel Show und wenig Konkretes
 - Privatfernsehen - Korruptionsgefahr und mangelnde Kontrolle
 - DPA - Der Umzug und eine ungewisse Zukunft
- [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TV-Marktanteile: RTL überholt ARD und ZDF auch beim Gesamtpublikum

Grund zur Freude für RTL: Im April lagen die Kölner mit 12,8 Prozent Marktanteil auch beim Gesamtpublikum (ab drei Jahren) ganz vorn und überholten sowohl Das Erste, das 0,4 Prozentpunkte einbüßte und nur noch 12,7 Prozent Marktanteil erzielen konnte, als auch das ZDF, das es noch stärker erwischte. Der Mainzer Sender hat den Schwung vom Jahresbeginn inzwischen komplett eingebüßt. Im April ging es noch einmal 0,7 Prozentpunkt auf nur noch 12,0 Prozent Marktanteil hinab. [dwdl.de](#)
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DPRG: „MAZ-Sterben“ verhindern

„Weil sie tragende Säulen der innerbetrieblichen Kommunikation sind, dürfen Mitarbeiterzeitschriften und -zeitungen nicht voreilig eingestellt werden!“ Diese Empfehlung gibt der Arbeitskreis Interne Kommunikation der Deutsche Public Relations

Gesellschaft (DPRG), Berlin in einem Positionspapier. Viele der schätzungsweise 2.000 bis 2.500 Mitarbeiterzeitschriften und -zeitungen in Deutschland stehen derzeit wegen der Wirtschaftskrise auf dem Prüfstand. Das Positionspapier kann auf der Homepage www.dprg.de herunter geladen werden.

Jarvis sagt massenhaftes Zeitungssterben in den USA voraus

"Dieses Jahr wird eine echte Wende bringen": Der Medienexperte Jeff Jarvis sagt ein massenhaftes Zeitungssterben in den USA voraus. Im Spiegel-Online-Interview erklärt er, welche Zukunft er in Zeiten von Twitter und Google News für echten Journalismus sieht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (8) (19.KW-09)

01: Printmedien rätseln über Online-Finanzierungsmodelle: Deutsche Printmedien suchen noch nach Finanzierungsmodellen für ihre Online-Auftritte. "Wir wissen es noch nicht, wo die Reise hingeht - und wie unsere großen Online-Redaktionen Profit einfahren können", sagte der Chefredakteur von Zeit Online und Tagesspiegel.de, Wolfgang Blau, am Dienstag beim 11. Medientreffpunkt Mitteldeutschland in Leipzig. Eine Ausnahme sei Spiegel Online, sagte "Spiegel"-Verlagsleiter Fried von Bismarck. "Die ersten zehn Jahre von Spiegel Online haben 25 Millionen Euro gekostet. In den vergangenen fünf Jahren haben wir angefangen, das Geld zurückzuverdienen", sagte von Bismarck. Voraussichtlich in diesem Jahr werde der Verlag an der Online-Seite erstmals verdienen. emar.de

02: Internetnutzer verbringen im Schnitt täglich 2 Stunden und 20 Minuten im Netz.

Gut acht Prozent aller User sind pro Tag sogar über fünf Stunden online aktiv. Das hat eine aktuelle Erhebung des Hightech-Verbandes BITKOM ergeben. „Viele Aufgaben im beruflichen und privaten Alltag können heute bequem im Netz erledigt werden“, sagte BITKOM-Präsident August-Wilhelm Scheer. „Online-Recherchen, E-Commerce, Communities und Co. werden für das private und berufliche Leben unverzichtbar.“ Laut der Befragung nutzen knapp zwei Drittel aller Deutschen das Internet. Statistisch gesehen verbringt jeder Deutsche im Schnitt 88 Minuten täglich im Netz. bitkom.org

03: Michael Ringier: Online-Inhalte sollen kostenpflichtig werden. Ringier glaubt an die Zukunft der Zeitung. Das Gedruckte habe in der Wahrnehmung ganz klar einen Qualitätsvorsprung. Das Internet sei eine "Wundertüte voll Schwachsinn, Trash, Chabis, Verleumdungen und Pöbeleien". Ringier geht in einem Interview in der Montagsausgabe der "Mittellandzeitung" davon aus, dass die Gratiszeitungen auf die Lesegewohnheiten gerade der jungen Leute eine positive Auswirkung haben. persoenlich.com

04: Google büßt an Beliebtheit ein und hat nicht mehr den besten Ruf aller US-Unternehmen. "Don't be evil" ist nicht mehr glaubwürdig: Google muss sich vom Spitzenplatz der US-Unternehmen mit dem besten Ruf verabschieden. Zu dem Ergebnis kommt das amerikanische Reputation Institute, das jährlich das Image der 600 größten Unternehmen weltweit untersucht, in seiner US-Auswertung. Aktuell landet der Verbraucherliebling des vergangenen Jahres nur noch auf Platz acht im US-Vergleich und damit hinter Lebensmittelhersteller Kraft Foods und Paketzusteller UPS bigtrends.blog.de

05: Die aktuelle Ausschreibung des Georg von Holtzbrinck Preis für Wirtschaftspublizistik hat wieder begonnen. Jährlich werden mit dem Preis herausragende Reportagen, Analysen und journalistische Formate aus der Welt der Wirtschaft aus-

gezeichnet. Die Jury vergibt drei mit je 5.000 Euro dotierte Preise in vier Kategorien. Die aktuellen Ausschreibungsbedingungen und den Bewerberbogen auf www.vf-holtzbrinck.de abrufen. Der Einsendeschluss für die Bewerbung ist der 1. Juli 2009.

06: IVW: Ostern verhagelt die Zahlen: Die Ostertage brachten den IVW-gelisteten Communities und Nachrichtenseiten wenig Freude: Die Zahlen für April weisen überwiegend deutliche Verluste im Vergleich zum Vormonat aus. (...) Unter den großen Nachrichtenseiten verbucht nur Stern.de ein Plus (205 Millionen PIs). Spiegel Online (617 Millionen) bleibt deutlich vor der Konkurrenz, verliert aber wie Welt Online (161 Millionen), Süddeutsche.de (149 Millionen), Focus Online (125 Millionen) oder FAZ.net (102 Millionen) mehr als 10 Prozent zum Vormonat. www.emar.de/emar/NL/news/mdt/index.html

07: Die Gewinner des Henri Nannen Preises 2009 stehen fest. Der Preis geht an: Katja Thimm (Reportage), Beat Balzli, Jochen Brenner, Klaus Brinkbäumer, Ullrich Fichtner, Hauke Goos, Ralf Hoppe, Frank Hornig, Ansbert Kneip (Dokumentation), Melanie Bergermann (Investigation), Oliver Maria Schmitt (Humor) und Yang Yankang (Fotoreportage). Weitere Preisträger der vom Verlagshaus Gruner + Jahr und "stern" vergebenen Auszeichnungen sind Jürgen Leinemann für sein Lebenswerk und Robert Ménard für seinen besonderen Einsatz für die Pressefreiheit. Am 8. Mai wurde zum fünften Mal der Henri Nannen Preis vergeben, mit dem die Bestleistungen im deutschsprachigen Printjournalismus ausgezeichnet werden. Die insgesamt 14 Preisträger wurden im Rahmen einer festlichen Veranstaltung im Deutschen Schauspielhaus Hamburg vor rund 1.200 prominenten Gästen aus Medien, Kultur, Politik und Wirtschaft geehrt. henri-nannen-preis.de

08: Zeitungsredaktion der Zukunft mit Google-Hilfe. Tag der offenen Tür an 365 Tagen im Jahr:

So stellt sich der niederländische Investor PPF die Zukunft lokaler Redaktionen vor. In einem Modellprojekt will er in vier tschechischen Städten offene Lokalredaktionen einrichten, die an ein Internetcafé angrenzen - die Tür zwischen beiden soll immer offen stehen. Zum Milchkaffee und Webzugang gibt's für die Nutzer des Internetcafés hautnahen Kontakt zu den Redakteuren. So sollen die Zeitungsmacher erfahren, was ihre Leser wirklich interessiert und sie an ihr Medium binden. Haben die Besucher Probleme beim Erstellen eines Facebook-Profiles oder sonstige internetbezogene Fragen, sollen sie direkt Hilfe von den Journalisten erhalten. bigtrends.blog.de

Services + Tipps

Scheinselbstständigkeit aus Auftraggebersicht: Wann werden freie Mitarbeiter zum Risiko?

Von akademie.de: Wenn Gründer und Jungunternehmer über die Gefahr der Scheinselbstständigkeit nachdenken, dann meist in Bezug auf ihren eigenen Status. Dabei sind die Risiken viel größer, wenn sie ihrerseits Aufträge an vermeintlich "freie Mitarbeiter" vergeben: Im schlimmsten Fall werden sie unfreiwillig zum Arbeitgeber. Wir beleuchten das Thema Scheinselbstständigkeit aus Auftraggebersicht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Der Monster Employment Index für März im Überblick

Nach einem Anstieg im Februar verzeichnet der Online-Stellenmarkt in Deutschland im März wieder einen leichten Abschwung. So geht der Monster Employment Index um vier von 125 auf 121 Punkte zurück, bedingt durch die anhaltende Rezession der deutschen Wirtschaft und die steigende Zahl

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

ddp-Gruppe startet mit ddp-direct die Verbreitung von Pressemitteilungen

ddp gliedert das PR- und Kommunikationsdienstleistungsgeschäft in eine eigene Gesellschaft mit Sitz in Berlin und Leipzig aus. Die beiden neuen ddp-Gesellschafter Löw und Vorderwülbecke setzen damit die angekündigte Strategie der Entwicklung neuer, das Kerngeschäft Nachrichtenagentur stützender, Geschäftsfelder um. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Breites Medienbündnis gegen BSI-Überwachungsgesetz

Eine breites Bündnis von Medienverbänden, -unternehmen und Journalisten wendet sich gegen ein Gesetz, das die IT-Sicherheitsbehörde BSI ermächtigt, die gesamte Sprach- und Datenkommunikation aller Unternehmen und Bürger mit Bundesbehörden zu überwachen, Voice over IP eingeschlossen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Publicis Consultants I Deutschland präsentiert Wahlradar

Publicis Consultants I Deutschland (GPRA), Berlin hat ein Instrument vorgestellt, das den Wahlkampf in Deutschland verändern könnte. Wahlradar knipst der undurchsichtigen deutschen Polit-Blogosphäre das Licht an. Wahlradar identifiziert Meinungsführer, verfolgt Themen, erkennt Trends und stellt die Polit-Blogosphäre wie auf einer Weltkarte dar. Sofort und in Echtzeit werden Stimmungsumschwünge und Attacken des

politischen Gegners sichtbar, bevor sie weitere Kreise ziehen oder in die Offline-Welt schwappen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Politikkompass: Ein Neues Werkzeug für die Politik-Kommunikation

Rechtzeitig zu den Wahlkämpfen 2009 startet mit dem Politikkompass ein neues Werkzeug, wegweisend in der politischen Kommunikation. Der Politikkompass verortet erstmals Zitate, Positionen und Meinungsänderungen von politischen Akteuren in Deutschland und dokumentiert diese im Internet unter www.politikkompass-online.de. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (5) (19.KW-09)

01: **Der von der Goldbach Media Gruppe publizierte Goldbach Index weist seit Monaten einen Aufwärtstrend für die Online-Werbung aus.** Dass sich diese Entwicklung trotz des heutigen Wirtschaftsumfeld fortsetzen sollte, verdeutlicht eine aktuelle Studie der EIAA (European Interactive Advertising Association) vom April 2009, in deren Rahmen Entscheidungsträger in verschiedenen europäischen Ländern zum Thema Online-Werbung befragt wurden. Sie sehen das Wachstumspotential für dieses Jahr bei 18 Prozent. Ausserdem sagen sie voraus, dass die Zuwachsraten auch in den folgenden Jahren noch zunehmen. Im Fokus der Studie standen Veränderungen in der Medienstrategie und die Einstellung zur Internet-Werbung allgemein. Die grosse Mehrheit (84%) der aus den Branchen Automotive, Unterhaltung, Reisen, Consumer Electronics, Konsumgüter, Telekommunikation, Finanzen und Detailhandel stammenden Befragten ist sehr zufrieden mit dem Internet als Werbemedium.

02: Die Geburtstagsfeierlichkeiten anlässlich des 60. Geburtstages der Bundesrepublik Deutschland sind im vollen Gange. Und laut einer repräsentativen Umfrage von Infratest dimap im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung sind die Gäste sehr zufrieden mit dem Jubilar und dessen Befinden: **Über 90 Prozent der Wahlberechtigten in Deutschland sehen in der Bundesrepublik eine Erfolgsgeschichte**, zwei Drittel der Deutschen sind stolz auf die Bundesrepublik. (www.kas.de/wf/doc/kas_16426-544-1-30.pdf)

03: **Die meisten sind mit persönlichen Daten vorsichtiger geworden:** In der Bevölkerung hat sich viel Misstrauen entwickelt in punkto Datenschutz. Die große Mehrheit glaubt nicht daran, dass Daten, die bei Unternehmen oder von Staats wegen abgespeichert sind, ausreichend geschützt werden. Dabei ist das Misstrauen gegenüber Unternehmen noch größer als gegenüber dem Staat. Nur acht Prozent sind davon überzeugt, dass man den Unternehmen bezüglich der Daten, die sie gespeichert haben, über den Weg trauen kann. Im Blick auf den Staat ist die Zahl an Menschen, die in diesem Punkt Vertrauen haben, zwar doppelt so groß (16 Prozent), aber aufs Ganze gesehen hat ebenfalls nur eine Minderheit Vertrauen. 82 Prozent misstrauen den Unternehmen beim Datenschutz, 72 Prozent sprechen dem Staat gegenüber ihr Misstrauen aus. ifd-allensbach.de

04: **Studie: E-Mail-Marketing-Trends 2009:** Während US-E-Mail-Marketer sich begeistert auf Twitter stürzen, wird hierzulande noch an der Begrüßungsmail gewerkelt. Die Kombination von E-Mail mit Mobile Marketing und Social Web (SWYN) bilden das Schlusslicht deutscher Marketingaktivitäten. Die hiesigen E-Mail-Marketer sind voll damit beschäftigt, die Grundanforderungen zu erfüllen: Drei Viertel wissen, dass interessante Inhalte am wichtigsten sind. Zwei Drittel sind dabei, ihren Adressverteiler auszubauen. Das ist das Ergebnis der Studie „E-Mail-Marketing-Trends 2009, die vom US-ameri-

kanischen E-Mail-Spezialisten MarketingSherpa mit seinem deutschen Pendant Absolit gemeinsam durchgeführt wurde. Die Ergebnisse werden auf dem Email-Marketing-Summit am 13.5. in München vorgestellt. absolit.de

05: **Marken brauchen ethical branding** – Ethical Brand Monitor will ethischen Markenwert messbar machen. Unternehmen müssen ein ethisches Branding in ihre Marken integrieren. Ohne ethisches Branding sinkt der Wert einer Marke mittel- und langfristig, ist Martin Blumberg vom Bremer Beratungsunternehmen brands & values überzeugt. Um den ethischen Wert einer Marke messbar zu machen, hat brands & values den Ethical Brand Monitor entwickelt und erste Ergebnisse dieses Monitors vorgelegt. Verbraucherstudien sind durchaus häufig. Es fehlen aber Markenpräferenzstudien, betont Martin Blumberg. Mit dem Ethical Brand Monitor will er zu einer eher ideologisch geführten Diskussion um die LOHAS quantifizierbare Kriterien beisteuern.

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (5) (19.KW-09)

01: **Zum 50. Mal startet im Juni bei PR plus das 18-monatige Fernstudium PR.** Anlässlich dieses Jubiläums verlost der Heidelberger PR-Ausbilder in Kooperation mit der Kommunikations- und Personalberatung contract unter den Teilnehmer drei Coaching-Pakete. Die Coaching-Pakete verlost PR plus während der ersten Präsenzphase des Fernstudiums, die vom 25. bis 27. Juni in Heidelberg stattfindet. Die Anmeldung für den Juni-Kurs läuft bereits. Interessenten finden weitere Informationen online auf der Seite zum Jubiläumskurs: www.prplus.de/kurse/fernstudium/kurs_50.cfm.

02: Auch in diesem Jahr schreibt die **design akademie berlin**, Hochschule für Kommunikation und

Design, ein **Vollstipendium für den Bachelorstudiengang Marketingkommunikation** im Wert von rund 25 000 Euro aus. Kooperationspartner ist das Webportal "jetzt.de – Jugendmagazin der Süddeutschen Zeitung". Engagierte und motivierte Studieninteressierte haben die Chance, in einer mehrstufigen Aufgabe ihr Talent in Sachen Marketingkommunikation unter Beweis zu stellen und das begehrte Vollstipendium zu gewinnen. Detaillierte Informationen zu Aufgabenstellung und Bewerbung für das Vollstipendium finden sich unter www.design-akademie-berlin.de/stipendium.html.

03: Erarbeiten, analysieren, konzipieren, koordinieren, schreiben, planen, vor allem aber: für die Berufspraxis trainieren. Das steht laut **AFK Akademie Führung und Kommunikation** auf dem Programm des **B1– Basistraining PR, 1. Teil: Einführung und Grundlagen** vom 15. bis 19. Juni in Alzey. Schwerpunkte: Wirkweise von PR, Journalistik und Medienarbeit, Konzeptionstechnik (SWOT-Analyse, Strategieentwicklung, Taktikplanung, Controlling), Unternehmens- und Veranstaltungskommunikation. Weitere Infos: www.afk-online.com.

04: Am 2. Juni startet das Seminarzentrum Göttingen in Berlin eine **Weiterbildung zum/zur PR- und Media-Assistenten/-Assistentin**. Infos + Anmeldung: www.szg.de.

05: Am 27. Mai lädt die **UMC Potsdam (FH)** zu einem **Tag der Offenen Tür am Campus Potsdam** ein. Dozenten, Studienleiter und Studierende zeigen, was gute Kommunikation ausmacht, wie sie unser alltägliches Leben begleitet, und das nicht nur im privaten sondern auch im beruflichen Alltag. Infos: www.umc-potsdam.de.

Das PR-Interview

Interview 9: Sozialisierung von Risiken erzeugt Akzeptanz

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

Das „PR-Interview“ mit Jörg Pfannenbergl zu Restrukturierungen und Kurzarbeit



PR-Journal: *Viele Unternehmen sind in der Krise zu Kurzarbeit und Restrukturierungen gezwungen. Worauf sollten sie bei der Kommunikation besonders achten?*

Jörg Pfannenbergl: Zuerst einmal besteht ein großer Unterschied zwischen Kurzarbeit und Restrukturierung. Restrukturierungen sind mit einem einmaligen harten Einschnitt verbunden, der „top-down“ durchgesetzt wird - das ist und bleibt schmerzhaft. Im Vergleich dazu wird Kurzarbeit ambivalent wahrgenommen. Nach dem ersten Schock geht es hier darum, für die nächsten Monate einen neuen Betriebsmodus zu installieren und zu steuern. Um hier zu unterstützen, muss die Kommunikation schnell die praktischen Aufgaben wieder in den Mittelpunkt rücken. Denn Kurzarbeit mit ihrer flexiblen Kapazitätsplanung erfordert das Verständnis und die aktive Mitwirkung der Mitarbeiter - sonst funktioniert es nicht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Renten-Poker ohne Realitäts-Nähe

Guten Tag! Die Bundesregierung beschloß am Mittwoch eine gesetzliche Garantie, nach der

Renten nicht gekürzt werden. Diese Gefahr hat bestanden, weil die geplante Rentenerhöhung zum 1. Juli dem Wahlkampf zu verdanken ist, aber nicht den Prinzipien der Rentenformel. Diese ist unter anderem von der Entwicklung der Löhne abhängig. Fallen diese, so gehen die Beitragseinnahmen der Rentenkasse zurück und dadurch wird im folgenden Jahr zur Jahresmitte die Rente gekürzt. Das ist übrigens die feine Unterscheidung zu Pensionen der Beamten. Deren Einkünfte steigen jeweils, wenn nach einer Tarifrunde im öffentlichen Dienst die Löhne und Gehälter gestiegen sind und danach die Pensionen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Die dreizehn Lügen der Zensursula*

Im folgenden Beitrag analysiert, kommentiert und erwidert Netzaktivist Lutz Donnerhacke die Aussagen des Familienministeriums zur Notwendigkeit von Zensurmaßnahmen gegen die Dokumentation von Kindesmißhandlungen. Dabei will Donnerhacke 13 Lügen ausgemacht haben, welche das Ministerium in den vergangenen Tagen und Wochen in Form von Textblock-Antworten und anderen Stellungnahmen verbreiten ließ. Aber lest selbst [hier im Blog netzpolitik.org](#).
**Anmerkung: Mit dem Namen "Zensursula" wird im Internet Bundesministerin Ursula von der Leyen (CDU) bezeichnet, seit sie das Gesetz "auf den Weg gebracht hat" (241.000 Ergebnisse in der Google-Suche am 11.05.2009 um 13 Uhr).*

PR-Digest (Lesehinweise)

Die Angst der Unternehmen vor Twitter

Twitter stellt die Kommunikationspolitik vieler Unternehmen auf den Kopf. Wenn plötzlich einzelne Abteilungen mit dem Twittern anfangen, wird das Kommunikationsmonopol der Pressestelle durchbrochen. 25 Millionen Menschen in aller Welt und etwa 70.000 in Deutschland sind dem Twitter-Fieber verfallen. Täglich werden Millionen der 140 Zeichen umfassenden Kurznachrichten im Twitter-Universum gesendet, weitergeleitet oder beantwortet. Wo Menschen sich unterhalten, wittern auch Unternehmen ihre Chance. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

200. Newsletter des PR-Journals

Seit November 2004 erscheint i.d.R. wöchentlich (44 x jährlich) "Pfeffers PR-Newsletter" - heute am 12. Mai nun zum 200. Mal. Darauf sind wir stolz! Und diese Ausgabe behandelt zudem einige interessante Themen. Getreu dem PRJ-Motto "Pfeffers PR-Journal - das Salz in der Branchensuppe!" zudem mit dem brisanten Thema, ob im Hause FAZ Koppelgeschäfte von Redaktion und Anzeigen betrieben werden. Diese Ausgabe geht an 18.743 Empfänger aus der Kommunikationsbranche.

Seit dem Start vor 55 Monaten haben wir 14.156 Einzel- und Kompakt-Meldungen verbreitet, das sind ca. 15 Meldungen pro Arbeitstag. Für alles, was geklappt hat danke ich den Beteiligten - für das, was nicht so geklappt hat, übernehme ich die Verantwortung. Wenn es der liebe Gott zulässt, freue ich mich auf viele weitere Newsletter und damit Informationen und Service für unsere Leser.

Ohne unsere treuen Inserenten würde uns die wirtschaftliche Basis fehlen. Deshalb spendieren wir zum 200. allen zahlenden Banner-Werbern 200 Euro für eine (dann natürlich kostenfreie) Dienstleistung des PR-Journals. Dies kann z.B. ein Datenbankeintrag, ein Portrait oder eine Fallstudie sein. Auch diejenigen, die noch bis zum 30. Juni eine Bannerwerbung buchen (kleiner Hinweis: es sind noch einige Plätze frei - wir freuen uns auf Anfragen) erhalten den Gratisservice.

Alles Gute für Sie und Ihre Arbeit - mit 200 herzlichen Grüßen aus Siegburg.
Ihr Gerhard A. Pfeffer.

Jobangebote

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

Gesuche

Die 16 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[MS&L International Public Relations sucht Junior-Berater\(in\)](#)

[PR-Redakteur \(in\) für PR-Agentur in Wiesbaden](#)

[PR-Volontär/in für Frankfurt](#)

[PRpetuum sucht Verstärkung](#)

[Junior Berater/in in Kölner Agentur gesucht](#)

[Berater/in gesucht](#)

[Freier PR-Berater/PR-Texter \(m/w\) in Fürth gesucht](#)

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

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

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

Unternehmen

[PR-Assistent/-in Online-PR](#)

[Texter \(m/w\) gesucht!](#)

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

Verbände (Non-Profit)

[ReferentIn für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 11. Mai 2009 – 23:45 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **18.743 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); Stefan d'Hone; 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 (frauke.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.