

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 209 / 29. + 30. KW 2009

## Seite 1

### Ein offener Brief: Warum ich der DPRG den Rücken kehre

Ich habe mit Schreiben vom 24. Juli der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) die Mitgliedschaft aufgekündigt (nach zwanzig Jahren). Laut Satzung ist dies erst zum Jahresende möglich – ich würde lieber sofort gehen.

Für meinen Rückzug nehme ich eine Menge Details zum Anlass. Über lange Zeit haben sie sich zu dem beherrschenden Eindruck verdichtet, die DPRG sei nicht nur nutzlos und überflüssig, sondern sogar für unseren Berufsstand schädlich. Ich greife drei Dinge heraus, die ich als kennzeichnend für Stil und Charakter der derzeitigen DPRG erachte: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Blogosphäre sauer wegen Vodafones Web 2.0-Kampagne

Mit seiner Web 2.0-Kampagne hat Vodafone eine virale Hohn- und Spott-Maschinerie losgetreten. Für seine aktuelle Kampagne konnte der

Telefonkonzern mit Unterstützung der Agentur Scholz & Friends unter anderem die bekannten Blogger Sascha Lobo und Ute Hamelmann als Testimonials gewinnen. Nur: Das schmeckte der Blogosphäre so gar nicht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### So nicht: "Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft" macht PR, die nach Journalismus aussehen soll

Nach Bahn und Biokraftstoffindustrie überschreitet jetzt auch die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) die Grenzen seriöser Öffentlichkeitsarbeit, wie der gemeinnützige Verein Lobbycontrol aufdeckte:

Drei Journalist/innen ziehen in diesen Tagen quer durch die Republik, um herauszufinden, wie sich die Soziale Marktwirtschaft im Alltag bemerkbar macht und was die Menschen von ihr halten. Über ihre Erlebnisse wollen sie dann ab August auf einer eigenen Webseite sowie in renommierten Medien berichten. Doch was wie ein journalistisches Projekt klingt, ist in Wahrheit eine von der INSM organisierte und finanzierte Kampagne. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Deutsche Bahn: Kommunikation und Marketing wieder getrennt

Nach der [Entlassung von Ralf Klein-Bölting](#) aus den Diensten der Deutschen Bahn (DB) in Berlin ist die Position des Generalbevollmächtigten Konzernmarketing und Kommunikation, die er seit



Januar 2006 in Personalunion ausübte, aufgelöst worden. Die Verantwortung für die DB-Kommunikation liegt bereits in den Händen von Oliver Schumacher (48) als Leiter Kommunikation, Ulrich Klenke (37) wird am 1. August Leiter Konzernmarketing. Beide unterstehen direkt dem Bahnchef Rüdiger Grube. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Wikipedia-Manipulationen - Atomkampf im Netz

Es ist eine Frage des Glaubens. Glaubt man der Atomindustrie, dann sind Kernkraftwerke Klimaschützer. Glaubt man den Umweltaktivisten, dann gehören sie abgeschaltet. Abseits der hitzigen politischen Debatte nach dem Störfall im Atommeiler Krümmel gilt es, auch die Öffentlichkeit für seine Sichtweise zu gewinnen - im Fokus steht dabei auch die freie Online-Enzyklopädie Wikipedia. Laut der Organisation LobbyControl sind PR-Agenturen und Tarnorganisationen damit beschäftigt, Einträge zum Beispiel bei Wikipedia zu ändern. Aber nicht nur hier werden die jeweiligen Sichtweisen platziert. Besonders aktiv sei in diesen Tagen das Pro-Atom-Netzwerk "Bürger für Technik" - einige Mitglieder fielen vor allem mit Leserbrief- Offensiven zum Thema Kernkraft auf.

*Den Artikel von Hayo Lücke (dpa) im News-Magazin "onlinekosten.de" vom 19. Juli [hier online weiterlesen](#).*

## Erneut verdeckte PR: Biosprit

Nach den Enthüllungen zur verdeckten PR der Deutschen Bahn hat LobbyControl einen weiteren Fall ähnlicher Dimension aufgedeckt: Der Verband der Deutschen Biokraftstoffindustrie (VDB) räumte ein, dass er 2008 monatelang mit unlauteren Mitteln Werbung für seine Ziele – die positive Darstellung von Biosprit – betrieb. Der VDB repräsentiert nach eigener Aussage 80 Prozent der deutschen Biokraftstoffkapazitäten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### Pleon-Partner Detlev Samland gestorben

Mit großer Trauer und Bestürzung haben wir vom plötzlichen Ableben unseres hochgeschätzten langjährigen Partnerkollegen Detlev Samland erfahren. Für uns alle völlig unerwartet wurde er im Alter von 56 Jahren aus seinem Leben voller Tatkraft, Elan und Ideenreichtum gerissen. Detlev Samland hat unendlich viel für unsere Agentur geleistet. Mit großem Einsatz hat er seit 2001 das Public Affairs Beratungsfeld bei Pleon entwickelt und weit über Berlin und Deutschland hinaus geprägt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**komm.passion**



Nur bei uns: Parlaments-Beobachtung!

DAS ENTSCHEIDENE WISSEN

**AUSSCHNITT**  
MEDIENBEOBSACHTUNG

## Stellvertretender Regierungssprecher Steg wird SPD-Wahlkampfberater

**Thomas Steg**, bisher stellvertretender Regierungssprecher, darf ins SPD-Wahlkampfteam wechseln. Sein Nachfolger wird für einige Monate **Klaus Vater**, bisher Sprecher des Gesundheitsministeriums. (...) Der 63-jährige Politikwissenschaftler und Journalist, der einst auch für das SPD-Parteiblatt „Vorwärts“ arbeitete, soll bis Herbst den Posten übernehmen. Die SPD beansprucht dafür das Vorschlagsrecht, so wie die Union ihrerseits zu Beginn der schwarz-roten Koalition den Regierungssprecher Ulrich Wilhelm auswählte. [Gezerre um Steinmeiers Medienmann](#)

## Ernst Primosch beendet seine Tätigkeit für Henkel

Ernst Primosch (49), Corporate Vice President Corporate Communications von Henkel, wird seine Tätigkeit für das Unternehmen beenden. Primosch, der seit 2001 für die weltweite Unternehmenskommunikation und das Corporate Brand Management des Markenartikelunternehmens verantwortlich zeichnete, hat den Vorstandsvorsitzenden Kasper Rorsted gebeten, ihn aus persönlichen Gründen von seinen Aufgaben zu entbinden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Wechsel der Pressesprecher der Berliner SPD

Daniela Augenstein (30) nimmt Anfang August ihre Arbeit als Pressesprecherin der Berliner SPD auf. Sie arbeitete zuletzt als Pressereferentin in der SPD-Parteizentrale im Willy-Brandt-Haus. Während ihres Studiums der Politik und Kommunikationswissenschaften sowie Volkswirtschaft absolvierte sie 2002 ein Praktikum in der SPD-Kampa. Augenstein war Pressesprecherin der Politikfabrik, einem studentischen Projekt zur Mobilisierung von Jungwählern und Mitentwicklerin des Wahl-O-Mat. Parallel zum Studium arbeitete sie in der Pressestelle des Willy-Brandt-Hauses - so auch 2005 zur vorgezogenen Bundestagswahl. 2007 übernahm sie für knapp zwei Jahre die Pressearbeit der Jusos. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommunikationschef Sandrock verlässt Beiersdorf

Claas Sandrock (44), als Corporate Vice President Corporate Communications für die weltweite interne und externe Unternehmenskommunikation sowie für Corporate Social Responsibility verantwortlich, beendet auf eigenen Wunsch seine Tätigkeit für Beiersdorf. Er hat um die Auflösung seines Vertrags gebeten und wird das Unternehmen zum 31. August verlassen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**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!**

## Zinßer ergänzt Geschäftsführung von A&B One

Steffen Zinßer (41), zuletzt Leiter und strategischer Berater des Designbüros A&B Squid, ist zum stellvertretenden Geschäftsführer der A&B One Kommunikationsagentur in Berlin ernannt worden. In der neuen Funktion als Standortleiter verantwortet er zukünftig die Weiterentwicklung des Standorts Berlin und die Koordination der Kompetenzbereiche von A&B One sowie weiterhin die Geschäfte von A&B Squid. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien compact (23) (29.+30.KW-09)

### AGENTUREN:

01: **Doris Lösel** (34) verstärkt als Etat Direktor das Consumer-Technology-Team am Münchener Edelman-Standort. Sie ist seit über acht Jahren in der PR-Beratung tätig, Lösel startete ihre Laufbahn bei Weber Shandwick Worldwide, wo sie zuletzt als Account Director verantwortlich zeichnete.

02: **Ute C. Hopfengärtner**, **Yvonne Molek** und **Nicola Vogt** bilden die neue Geschäftsführung der Agentur C.O.M.B.O. Communications Agentur für Unternehmenskommunikation &

Marketing in München. Das neue Führungsteam verfügt über langjähriges Know-how in der PR für Fluggesellschaften, touristische Destinationen und Hotelgesellschaften.

03: **Vanessa Bay**, bisherige Geschäftsführerin der Agentur Primus Communications in Zürich (CH) ist nun alleinige Gesellschafterin der Agentur. Sie hat alle Anteile der bisherigen Gesellschafter Muriel Bassin und Travel Media erworben. Bay, dipl. Tourismusfachfrau und Touristik-Journalistin, kam im Februar 2005 als Mitgründung und Geschäftsleitung zur PR-Agentur Primus.

04: **Thomas Geiger** (54) Gründungsvorstand und Aktionär des Bewegtbild-Spezialisten Atkon in Berlin, wechselt in den Aufsichtsrat. Er wird sich künftig auf den Ausbau der Beratungsgesellschaft Icom konzentrieren, die er von Atcon übernimmt. Der neue Vorstand besteht aus **Markus Cramer** (39), Marketing, **Axel Siebenkittel** (41), Kommunikation, und **Klaus Wohnig** (41), Finanzen und Personal.

05: **Adrian Teetz** ist selbständiger Kommunikationsberater und Dozent in München. Bis 2009 war er Director of Communication and Marketing des Deutschen Roten Kreuzes, davor in leitenden Positionen bei einem Immobilienkonzern, einem Landesministerium und einem Wirtschaftsverband. Sein Nachfolger beim DRK ist **Jörg Angerstein**, der am 1. Juli die Leitung der Kommunikations- und Marketingabteilung des Generalsekretariats in Berlin übernommen hat. Angerstein war zuletzt Bundesgeschäftsführers

## 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!



vom Deutschen Kinderschutzbund (DKSB) in Berlin.

06: **Niklas Reimers** (28) ist im Berliner Büro der Public Relations- und Public Affairs-Agentur Plato Kommunikation tätig, als Volontär unterstützt er das Team Media Relations. Reimers arbeitete bereits als Projektassistent bei der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik, im Büro einer Bundestagsabgeordneten sowie in der Redaktion einer regionalen Tageszeitung.

07: **Andreas Richner** (42) wird am 1. Oktober 2009 am Standort Bern (CH) die Leitung der Agentur Farner Consulting übernehmen. Richner ist Historiker und trat 1996 bei Farner in Zürich ein. Er durchlief alle Funktionsstufen der Agentur und ist seit 2004 Mitglied der Züricher Geschäftsleitung. Gleichzeitig wird das Berner Team verstärkt. Der langjährige Leiter von Farner Bern, **Andreas Kurz** (62) bleibt Partner der Agentur und führt seine Beratermandate im Rahmen von Farner Bern weiter.

#### UNTERNEHMEN:

08: **Heike Fischer** (40), Pressesprecherin der Leipziger Messe, spricht künftig auch direkt für die Leipziger Buchmesse. Als Abteilungsleiterin Presse verantwortet sie seit zehn Jahren die Produkt-PR der Messengesellschaft mit über 30 Einzelmessen und -projekten. Für die Leipziger Buchmesse leitet sie ein erweitertes Pressteam, zu dem seit Juli auch Pressereferentin **Nancy Pfaff** (29) gehört. Die bisherige Pressereferentin der Leipziger Buchmesse, **Susanne Tenzler-Heusler**, verlässt das Unternehmen im August auf eigenen Wunsch.

09: **Konstantin Korosides** wird im August neuer Pressesprecher und Leiter der PR-Abteilung des Portalbetreibers Unister in Leipzig. Er beendet dafür seine Tätigkeit beim Netzwelt.de-Betreiber H2 media factory in Hamburg, wo er [seit Mai](#)

[2008 Leiter Public Relations](#) sowie Manager Marketing ist. Korosides folgt auf **Anja Kazda**, die in Mutterschaft geht. In der Interims-Phase, bis Korosides im August antritt, übernimmt **Ines Galka** in der Unister-Pressestelle die Aufgaben von Kazda.

10: **Jürgen Fröhlich** (43) ist neuer Leiter Öffentlichkeitsarbeit bei Bilfinger Berger Power Services in Oberhausen, er koordiniert nun die interne und externe Kommunikation des Unternehmens. Der promovierte Germanist und Medienwissenschaftler kommt vom Kölner Industrieservice-Unternehmen Buchen Group, wo er für die Überarbeitung der Unternehmenskommunikation verantwortlich zeichnete.

11: **Hansgert Eschweiler** (56), stellvertretender Unternehmenssprecher der Bavaria Film in Geiseltal, verlässt das Unternehmen zum Jahresende 2009. Er wird sich mit einem Presse- und Kommunikationsbüro mit den Standorten München und Köln/Bonn selbständig machen. Eschweiler leitete die Abteilung "Zentrale Presse und PR" der Bavaria Film Gruppe seit 1995 und ist seit der Umstrukturierung der Bavaria Film Gruppe zur Holding im Januar 2007 stellvertretender Unternehmenssprecher. Zuvor war der gelernte Journalist Leiter der Pressestelle von RTL und verantwortlich für den Bereich Presse/Information bei Sat.1.

12: **Lothar Kuhn** (51) ist neuer Manager Public Affairs von Fujitsu Technology Solutions FTS (vormals Fujitsu Siemens) in der Hauptstadtrepräsentanz in Berlin. Kuhn ist bereits seit über 20 Jahren im Unternehmen tätig und hat langjährige Erfahrungen im Bereich öffentliche Auftraggeber. Er unterstützt in Berlin die Arbeit von **Gisela Strand**, der Geschäftsbereichsleiterin Marketing und Public Affairs bei FTS.

13: **Christina Hanke** (35) wird neu Head of Global Corporate Communications & Academy bei MBT

Footwear in Romanshorn (CH). Bisher leitete sie die Marketingabteilung der Schweizer Niederlassung. Vor ihrem Wechsel zu MBT war Hanke bei Microsoft Schweiz als Marketing Managerin tätig. Davor arbeitete sie in PR-Agenturen in London und der Schweiz.

14: **Christoph Soltmannowski** übernimmt bei Swiss International Airlines in Basel die Position des Leiters Interne Kommunikation. Er folgt auf **Christoph Meier**, der zur Lufthansa nach Dubai wechselt. Soltmannowski kommt von Ticketcorner, wo er 13 Monate als Mediensprecher tätig war.

#### **MEDIEN:**

15: **Dirk Thärichen** (39) tritt am 1. September die Stelle als neuer MDR-Unternehmenssprecher an und leitet die Hauptabteilung Kommunikation des Mitteldeutschen Rundfunks. Er folgt auf Stefan **Anton Mugrauer**, der auf eigenen Wunsch wieder redaktionell verantwortlich im MDR-Programm tätig sein möchte, und ab dem 16. Juli in Elternzeit ging. Der Diplomkaufmann Thärichen leitet seit Januar 2007 das Leipziger Büro der Telepool mit Hauptsitz in München. Vorher war er Geschäftsführer der Leipziger Bewerbungs-Gesellschaft für Olympia 2012 sowie Direktor des FIFA Fan Festes zur Fußball-WM 2006 in Leipzig. Bis zu seinem Amtsantritt führt **Birthe Gogarten**, Leiterin Presse/PR, kommissarisch die Geschäfte der Hauptabteilung Kommunikation.

16: **Sabine Günther** (44) baut beim European Hospital Verlag in Essen die Abteilung für PR und Öffentlichkeitsarbeit auf und ergänzt die European Hospital eigene Marketing-Abteilung MHproject. Der Verlag erweitert damit künftig sein Beratungsangebot und Marketing-Portfolio. Die Biologin Günther war zuvor im Hamburger Bauerverlag als Redakteurin tätig, davor rund sechs Jahre in der PR.

#### **VERBÄNDE UND INSTITUTE:**

17: **Thorsten Lützler** ist bei der Jahresversammlung der Global Alliance for PR and Communications Management, dem PR-Weltverband, für weitere zwei Jahre in seinem **Vorstandsam**t bestätigt worden. Der Leiter des DPRG-Arbeitskreises "Internationale PR" war bereits in der Vergangenheit in internationalen Gremien für die DPRG aktiv. Die Global Alliance vertritt die Interessen von über 60 Landesverbänden und somit von weit über 160.000 PR-Experten aus aller Welt. Bei der gleichen Versammlung wurde auch **John Paluszek** zum neuen Präsidenten gewählt. Der Amerikaner war zuvor Verbindungsmann zwischen dem PR-Weltverband und den United Nations.

18: **Urs Salzmänn** ist beim Schweizerischen Public Relations Institut SPRI in Zürich (CH) neuerdings für Marketing und Kommunikation zuständig. Er bringt Erfahrung in Sponsoring und Webprojekten mit und einen Abschluss in Organisationskommunikation/Journalismus der ZHAW. Salzmänn folgt auf **Marlène Frey**, die mit ihren gesammelten Erfahrungen als Junior Beraterin die PR-Agentur panta rhei in Amriswil (CH) verstärkt

19: **Dirk Manske** (37) leitet im Bereich Strategie und Kommunikation des Vereins Deutscher Ingenieure (VDI) in Düsseldorf die politische Arbeit sowie die allgemeine Öffentlichkeitsarbeit. In den letzten vier Jahren arbeitete Manske für den beratenden Wirtschaftsausschuss (BIAC) in Paris, der die wirtschaftspolitischen Interessen der Industrie aus 30 Ländern in der Organisation für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) vertritt.

20: **Hubertus Pellengahr** (49) übernimmt zum Jahreswechsel 2009/2010 die Geschäftsführung der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) in Berlin. Er kommt vom Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE), wo er seit elf

Jahren als Sprecher und als und Geschäftsführer Presse, Information und Kommunikation tätig ist. Der Wechsel fällt zeitlich zusammen mit einer Neuausrichtung des HDE, der dann seine Presse- und Öffentlichkeitsarbeit umstrukturieren will. Die Entscheidung über die Nachfolge wird in den nächsten Monaten getroffen.

## POLITIK UND BEHÖRDEN:

21: **Jost Springensguth** (63), bisheriger Chefredakteur der "Kölnischen Rundschau", berät künftig den schleswig-holsteinischen Ministerpräsidenten Peter Harry Carstensen (CDU), er wird Carstensen im Anlauf zur Landtagswahl am 9. Mai 2010 unterstützen. Auf Wunsch von Springensguth hat "Rundschau"-Herausgeber Helmut Heinen ihn mit sofortiger Wirkung von allen inhaltlichen Entscheidungen in der Redaktionsarbeit freigestellt. Bereits im vergangenen Monat hatte Springensguth angekündigt, dass er vorzeitig an der Redaktionsspitze ausscheiden werde, um neue Aufgaben in der Kommunikationsberatung zu übernehmen.

22: **Thomas Hobi** (35) ist zum neuen Chef Mediendienst/Prävention der Kantonspolizei Graubünden (CH) gewählt worden. Er tritt die Nachfolge von Anna Maria Elmer-Cantieni an, die nach sechsjähriger Tätigkeit beim Mediendienst der Kantonspolizei Graubünden per Ende August gekündigt hat, um sich neu zu orientieren. Hobi arbeitet seit 2006 für die Genossenschaft Migros Ostschweiz als Centerleiter der Klubschule Migros in Chur und aktuell in Winterthur. Zuvor war er unter anderem als Kommunikationsbeauftragter für die St. Gallischen Psychiatrie-Dienste Region Süd und als PR-Fachmann für Graubünden Ferien tätig. Stellvertretender Chef Mediendienst/Prävention ist Adj Uof **Daniel Zinsli**.

23: **Dres von Weissenfluh** wechselt vom Stadtberner Wirtschaftsamt zur Kraftwerke Oberhasli (KWO) in Innertkirchen (CH). Dort wird er ab kommendem Oktober neuer Leiter Public Affairs. Anfang Juli war von Weissenfluh als Vorsteher des Wirtschaftsamts der Stadt Bern zurückgetreten. Er war zwölf Jahre lang in dem Amt tätig. In seine Amtszeit fiel auch die Bewerbung der Stadt Bern für die Olympischen Winterspiele 2010. Seit 1999 wirkte er auch als Leiter der Wirtschaftsförderung Region Bern.

## Etats

### A&B ONE ist deutscher Partner im EU-Krisenprojekt SAFE-COMMS

Die EU-Kommission hat ein internationales Partnerkonsortium beauftragt, die Kommunikation von öffentlichen Behörden, Institutionen und Organisationen in Europa bei Terroranschlägen zu untersuchen. Ziel des zweijährigen Forschungsprojektes „SAFE-COMMS“ ist es, auf einer wissenschaftlich fundierten Basis präventive Strategien, Instrumente und Trainingsprogramme für die speziellen Kommunikationsanforderungen bei Terrorakten zu entwickeln. Damit soll ein wichtiger Beitrag zur besseren Vorbereitung auf die Terrorismusgefahr und den Schutz der Bevölkerung geleistet werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Etats compact (44) (29.+30.KW-09)

01: Jammers & Leufgen, Willich-Anrath  
was: *Pressearbeit*  
an: **Karkalis PR Gesellschaft für Kommunikation**, Düsseldorf

02: Wolfgang Müller, Hamburg  
was: *Pressearbeit zur Veröffentlichung der CD "Gegen den Sinn"*  
an: **abgemacht. Kommunikationskontor Christian M. Andresen**, Hamburg

03: GlaxoSmithKline, München  
was: *PR-Etat für den Kinderimpfstoff Rotarix*  
an: **Borchert & Schrader**, Köln

04: Eventagentur l'arrangement, Darmstadt  
was: *Pressearbeit*  
an: **djpr**, Frankfurt am Main

05: LR Health & Beauty Systems, Ahlen  
was: *PR und Pressearbeit für die Duftlinie von Marcus Schenkenberg*  
an: **Kuhlmann Beauty Consulting**, Offenbach

06: DB Rent (Deutsche Bahn), Frankfurt am Main  
was: *Einführungskampagne für Fahrradleihsystem StadtRAD Hamburg*  
an: **achtung!** (GPRA), Hamburg

07: Hamburger Akademie für Publizistik  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*  
an: **Mann beißt Hund**, Hamburg

08: Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg  
was: *Kampagnen-Etat zum Relaunch der Jobbörse*  
an: **fischerAppelt Kommunikation**, (GPRA), Hamburg

09: Schmidt Küchen, Nohfelden-Türkismühle  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im deutschen Markt*  
an: **M7 Agentur für Kommunikation und Markenpflege**, Saarlouis

10: Oman Air, Muscat (OM)  
was: *PR-Etat für Deutschland, Österreich und der Schweiz*  
an: **C.O.M.B.O. Communications**, München

11: Radio Bremen  
was: *Presse- und PR-Arbeit für die TV-Talkshow „3nach9“*  
an: **Picture Puzzle Medien**, Köln

12: SüdniedersachsenStiftung, Göttingen  
was: *Pressearbeit für die regionale Marketing-Initiative geniusgöttingen*  
an: **unic Pressedienst**, Göttingen

13: Pfandleihhaus KFZ-Kredit, München  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*  
an: **Brand+Image Timothy K. Göbel**, Eching am Ammersee

14: artegic, Bonn  
was: *Pressearbeit*  
an: **pr://ip – Primus Inter Pares**, Münster

15: Deutsche Rentenversicherung Knappschaft-Bahn-See, Bochum  
was: *PR für die Kampagne "Gern geschehen"*  
an: **fischerAppelt Kommunikation** (GPRA), Hamburg

16: Verein Yoga Vidya, Frankfurt am Main  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*  
an: **PR4you**, Berlin

17: SPD Brandenburg, Potsdam  
was: *Landtagswahlkampf-Etat 2009*  
an: **Publicis Berlin** (GPRA), Berlin

18: TrustYou, München  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*  
an: **Wilde & Partner Public Relations**, München

19: ACEOS, Fürth  
was: *PR-Betreuung beim Launch der neuen Marke Aerolution Fitnessdiagnostik*  
an: **BurckhardtPR**, München

20: Ariston-Nord-West-Ring (anwr), Mainhausen  
was: *Konzeption und Organisation des Kongress*



2009 „Die 48 Stunden von Berlin“

an: **Klubhaus. Agentur für intelligente Kommunikation**, Köln

21: Wyse Technology, Kirchheim  
was: *Pressemeldungen, Fach- und Anwenderberichte, Interviews und Redaktionsbesuche*

an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

22: Freudenberg IT (FIT), Weinheim  
was: *Mandat für die Unternehmens- und Produktkommunikation in der IT-Fach- und Branchenpresse*

an: **Fink & Fuchs Public Relations**, Wiesbaden

23: Consolar, Frankfurt am Main  
was: *Marketingkommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie kommunikative Begleitung bei Messen*

an: **PSM&W**, Frankfurt am Main

24: Puul, Leipzig  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, klassische Pressearbeit sowie Social Networking auf Online-Plattformen*

an: **4iMedia Public & Media Relations**, Leipzig

25: Diakonie Hasenberg, München  
was: *Kommunikationskonzept und die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für das Kinder-Ferienprojekt Taka Tuka (pro bono!)*

an: **HBI Helga Bailey**, München

26: Pitney Bowes Business Insight vertraut nun auch  
was: *PR-Etat für Südeuropa, Skandinavien und in den Niederlanden sowie was: Öffentlichkeitsarbeit für die Bereiche Location Intelligence*

an: **GlobalCom PR Network**. München

27: Alte Hausbrennerei Penninger, Hauzenberg  
was: *Produkt-PR mit klassischer Pressearbeit und weiteren gezielten PR-Maßnahmen sowie Unternehmenskommunikation im Business-to-*

*Business-Bereich*

an: **Zweiblick**, München

28: Naturprodukte Dr. Pandalis, Glandorf  
was: *Produkt-PR und Events im Publikumspressbereich*

29: WAWI-Schokolade, Pirmasens  
was: *Unternehmens- und Marken-PR im Fach- und Publikumspressbereich*

an: **Ines Uhlig PR**, Hamburg

30: Seedcamp, Berlin  
was: *PR in Deutschland sowie Beratung von Existenzgründer bei Fragen rund um die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.*

31: Sunselex, München  
was: *Unternehmenseinführung in der Fach-, Wirtschafts- und Tagespresse*  
an: **Schwartz Public Relations**, München

32: Triplemind, Offenbach  
was: *gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie kommunikative Maßnahmen im Marketing-Bereich für TravelScout24*

33: ciando.com, München  
was: *was: Pressearbeit*  
an: **Element C Agentur für PR+Design**, München

34: Samsonite  
was: *PR-Etat für die klassische Marken-Pressearbeit in Deutschland*

35: Rodenstock  
was: *Etat für Pressearbeit sowie Marken- und Produkt-PR*

36: Santoni  
was: *Pressearbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz*  
an: **haeberlein & mauerer**, München

37: DIH Deutsche Wohnwerte, Heidelberg  
was: *Pressearbeit rund um das Großprojekt auf dem Gelände der ehemaligen Erlus-Ziegelwerke in Speyer*

38: Reutax, Heidelberg

was: *Kommunikationsberatung*

39: Candide Prosale, Beckingen

was: *Unterstützung bei der Medienarbeit*

40: Verein Sportregion Rhein-Neckar, Mannheim

was: *Betreuung der gesamten Medien- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Kommunikationsagentur Publik**,  
Ludwigshafen

41: Grossbay, Kreuzlingen (CH)

was: *Pressearbeit für die Suchmaschine Hulbee*

an: **Xpand21**, Hamburg

42: Cyberoam, Woburn, MA (USA)

was: *Positionierung von Cyberoam im UTM-Umfeld sowie Beratung und Pressearbeit in Deutschland*

an: **Lewis PR**, Düsseldorf

43: Grand Resort Bad Ragaz (CH)

was: *Relaunch der Mitarbeiterzeitung "der Wellenreiter"*

an: **Wagner Communications**, Triesen (LI)

44: Gant World Service, Nacka Strand (SE)

was: *strategische Kommunikation und Pressearbeit in Österreich für das Modelabel Gant*

an: **Ecker & Partner**, Wien (AT)

kreative Projekt „LG Singing Press Kit“ wurde die Agentur bei den 6. International Business Awards ausgezeichnet, die Preisverleihung findet am 14. September 2009 in New York statt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## **PR-Wirtschaft 2009: Stimmung auf dem Tiefpunkt, jedoch nicht ohne Optimismus**

Die Stimmung in der Kommunikationsbranche hat ihren tiefsten Stand seit Januar 2005 erreicht. Das zeigt der Geschäftsklimaindex der PR-Wirtschaft im Zeitvergleich. Er spiegelt die Erwartung der Agenturen und Pressestellen an steigende Honorare oder Budgets wider. Gegenüber dem Boomjahr 2007 mit einem Indexwert von 134 ist der Wert im ersten Halbjahr 2009 um mehr als die Hälfte eingebrochen. Sogar im Krisenherbst 2008 war die Stimmung noch deutlich besser. Und noch immer sind die Aussichten der Befragten düster: Jede dritte PR-Agentur oder Pressestelle erwartet weiterhin einbrechende Etats und sogar jede zweite PR-Fachkraft kann die Angst um ihren Arbeitsplatz momentan nicht von sich weisen. Das ist das Ergebnis des aktuellen PR-Trendmonitors, in dem mehr als 1.600 Fach- und Führungskräfte aus der PR-Branche von news aktuell und Faktenkontor befragt wurden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## **Branche**

### **F&H gewinnt den International Stevie Award 2009**

Die Münchner PR-Agentur F&H Porter Novelli holt bei den International Business Awards in der Kategorie "Best Communication Campaign of the Year in Europe" Gold für den Klienten LG. F&H setzte sich gegen mehr als 1.700 Bewerber aus rund 30 Ländern durch und konnte sich die begehrte Stevie Award Trophäe sichern. Für das

### **Umfrage: Agenturen für Finanzkommunikation flüchten in Krisen-PR**

Im 1. Halbjahr ist die Zahl der Fusionen und Übernahmen auf den niedrigsten Stand seit 2003 gefallen. Agenturen, die sich auf die Finanz- und Kapitalmarktkommunikation spezialisiert haben, müssen in der Folge einen deutlichen Auftragsrückgang bei der Kommunikation von

Merger & Acquisitions (M&A) hinnehmen. Horizont.net hat führende Investor-Relations-Dienstleister gefragt, wie sie die Verluste in der M&A-Kommunikation kompensieren. Zu den Umfrageergebnissen: [horizont.net](http://horizont.net)

### Henkel-Kommunikation doppelt ausgezeichnet:

Der international tätige Konsumgüterhersteller Henkel ist bei zwei renommierten US-Kommunikationswettbewerben geehrt worden. Der Henkel-Geschäftsbericht erhielt zum vierten Mal in Folge die höchste Auszeichnung im Wettbewerb um den weltweit besten Geschäftsbericht. Mit Platin zeichnete die League of American Communications Professionals (LACP) den Henkel-Geschäftsbericht 2008 in der Kategorie "Consumer Consumables - Household / Personal" (Konsumentenprodukte) aus. Beim international etablierten Stevie International Business Award wurde der neue Schulungsfilm zur Erläuterung der Henkel-Unternehmensmarkenstrategie mit Gold ausgezeichnet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Wertschöpfung durch Corporate Responsibility

Viele Unternehmen erkennen zunehmend, dass die Aussage des Wirtschaftsnobelpreisträgers von 1976, Milton Friedmann, „The Business of Business is Business“ nicht mehr auf ihre gegenwärtige gesellschaftliche Rolle zutrifft. Zunehmend sind sie Reputationsrisiken und dem Risiko einer Verminderung des Shareholder Values ausgesetzt, wenn ökonomische, ökologische und soziale Belange nicht miteinander in Einklang stehen und integrativ

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

### Benchmark: Marktmonitor PR-Agenturen Deutschland 2. Quartal 2009

Das Portal Benchmark.com hat zum zweiten Mal in 2009 aus den Empfehlungen und Berichten 8924 akkreditierter Teilnehmer seinen Marktmonitor PR-Agenturen verfasst. Er dokumentiert u. a., welche Themen, Konditionen, Fristigkeiten und Zufriedenheiten die Zusammenarbeit zwischen Auftraggebern und Anbietern während den letzten drei Monaten bestimmten. Die Teilnehmer kommen aus Mittelstand und Großunternehmen und berichten auf freiwilliger Basis. Die dem Report zugrunde liegende Datenbasis steht akkreditierten Teilnehmern kostenfrei zur Verfügung, alle anderen Interessenten können die Empfehlungsneigungen und Rankings ab 60 Euro einsehen und zur Orientierung und Entscheidungsfindung verwenden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### komm.passion consulting wird eigene Marke

Die Kommunikationsagentur komm.passion (GPRA), Düsseldorf bietet künftig ihre Leistungen im Bereich der Unternehmensberatung für Kommunikationsthemen unter eigener Marke "komm.passion consulting" an. Geleitet wird die neue Beratungsfirma von den beiden Direktoren Holger Sievert und Thomas Ullrich sowie von Senior Advisor Bodo Kirf. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## fischerAppelt erneut von Wirtschaftsjournalisten ausgezeichnet

Zum zweiten Mal in Folge ist fischerAppelt Kommunikation (GPRA), Hamburg nach Ansicht deutscher Wirtschaftsjournalisten die PR-Agentur mit der professionellsten Pressearbeit. Dies ist das Ergebnis der diesjährigen Studie zum Thema "Die Kommunikationswirkung von PR-Agenturen bei Wirtschaftsjournalisten", initiiert und durchgeführt von der Dr. Doebelin Gesellschaft für Wirtschaftskommunikation in Heroldsberg. fischerAppelt konnte sich damit im direkten Vergleich deutscher Top-Agenturen erneut den Spitzenplatz sichern und seinen Vorsprung sogar noch ausbauen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Branche compact (11) (29.+30.KW-09)

01: Bereits zum 7. Mal verleiht die Agenturmanagement-Beratung cherrypicker den CREA Credential Award. In diesem Jahr ist die Nachfrage jedoch besonders hoch – das zeigt das starke Interesse seitens der Agenturen und der Jury. Um ihnen die Möglichkeit zu geben, ihre Ideen und Einreichungen fertig zu stellen und zu optimieren, verlängert cherrypicker die **Einreichungsfrist für den CREA Credential Award 2009 noch bis zum 31. August 2009.**

02: 80.000 Menschen in Deutschland können nicht hören. Für sie ist die Kommunikation mit der Umwelt deutlich erschwert. Wie Gehörlose trotzdem ihren Alltag meistern, auf welche Medien sie zurückgreifen und wie sie Ironie oder Wut ohne Lautsprache äußern, das erklärte die **gehörlose Dozentin Melanie Spillner aus München im Interview mit der Agentur Storymaker.** Mehr darüber im neuen [Newsletter der Tübinger PR-Agentur](#).

03: Um **Chancen und Risiken von CSR-Stiftungen** ging es beim „Round Table CSR“ von Laurich & Kollegen in der Hamburger Handelskammer. (...) Mehr als 20 Nachhaltigkeits- und Kommunikationsexperten waren der Einladung der Hamburger Kommunikationsberatung in das Hanse Zimmer am Adolphsplatz gefolgt. CSR News sprach mit Frank Laurich über die strategische Bedeutung unternehmensnaher Stiftungen: [csr-news.net](http://csr-news.net)

04: England: Skandal um illegale Presse-Praktiken, **Abhör-Affäre bei "News of the World" holt den PR-Chef der Tories ein.** In Großbritannien steht die Presse am Pranger. Grund ist die angeblich weit verbreitete Praxis, sich illegaler Methoden zur Beschaffung von Informationen über Supermodels, Politiker und Sportler zu bedienen. (...) Die Skandalstory hat den Blick auf Andy Coulson gelenkt, der vor zwei Jahren als Kommunikationsdirektor der Tories berufen wurde. Als "Spindoktor" der Konservativen bekleidet Coulson den höchstbezahlten politischen Job Großbritanniens. [epd.de](http://epd.de)

05: **Best of Consulting 2010 - WirtschaftsWoche zeichnet beste Unternehmensberater aus.** Die WirtschaftsWoche, wöchentliches Wirtschaftsmagazin für Entscheider, hat das neue Beratungsranking Best of Consulting gestartet. Um mehr Transparenz in den deutschen Beratungsmarkt mit rund 13.600 Anbietern zu bringen, prämiiert das Magazin künftig einmal im Jahr die besten Beratungsleistungen für mittelständische Unternehmen. Beratungsunternehmen können sich ab sofort für das Ranking Best of Consulting 2010 unter [www.wiwo.de/best-of-consulting](http://www.wiwo.de/best-of-consulting) bewerben. Anmeldeschluss ist der 10. September 2009.

06: **GlobalHealthPR (GHPR)**, unabhängiges Netzwerk für internationale Healthcare-Kommunikation, begrüßt **zwei neue Partneragenturen aus Lateinamerika:** Mit PR Partners (PRP) in Mexiko City und Tino Projetos

em Comunicação in São Paulo sind ab sofort auch Mexiko und Brasilien im vier Kontinente umspannenden Netzwerk von Healthcare-Agenturen vertreten. Damit bringen ab sofort mehr als 250 Spezialisten für Gesundheitskommunikation aus insgesamt zehn Mitgliedsagenturen in Nord- und Südamerika, Europa sowie Asien ihre Expertise in den internationalen Zusammenschluss ein. Die einzige deutsche Agentur innerhalb des GHPR ist FischerAppelt in Hamburg. [globalhealthpr.com](http://globalhealthpr.com)

**07: Auf CSR spezialisierte PR-Agentur Greenside geht an den Start.** Die neue PR-Agentur in München richtet sich ausschließlich an Unternehmen, für die Corporate Social Responsibility (CSR) kein Mittel zum 'Reinwaschen' ist. Als Kernaufgabe sehen die Macher einerseits die strategische Verankerung der Werte in der Unternehmenspolitik sowie die glaubwürdige und damit auch effiziente wie nachhaltige Umsetzung der PR-Maßnahmen. Das waren die Beweggründe der zwei Geschäftsführer Sabine Messner und Kai Schmid, eine zweite, völlig eigenständige Agenturmarke neben ihrer etablierten Agentur eastside communications ins Leben zu rufen.

**08: IDEG - Image-Kommunikation für deutsches Geflügel:** Um langfristig branchenweite Kommunikationsmaßnahmen im Inland auch nach dem Wegfall der CMA weiterhin realisieren zu können, hat die deutsche Geflügelwirtschaft die IDEG Informationsgemeinschaft Deutsches Geflügel gegründet. In diesem Zusammenhang sind zahlreiche PR- und Marketing-Aktivitäten geplant, um deutsches Geflügelfleisch als qualitativ hochwertiges Erzeugnis zu kommunizieren und seine Marktposition weiter zu behaupten. Zudem wird sich die IDEG der sachlichen Aufklärung über die in Deutschland geltenden hohen Erzeugungsstandards widmen. Die Maßnahmenplanung wird in Kürze abgeschlossen sein, so dass erste

öffentlichkeitswirksame Aktivitäten im Herbst umgesetzt werden können. Die IDEG ist mit einem Gesamtjahresetat in Höhe von rund 2 Mio. Euro ausgestattet. [zdg-online.de](http://zdg-online.de)

**09: Bahn räumt Fehler bei Informationspolitik für «Stuttgart 21» ein.** Mit einer deutlich offensiveren Kommunikationspolitik will die Deutsche Bahn bei der Bevölkerung für mehr Akzeptanz für das umstrittene Milliardenprojekt «Stuttgart 21» werben. Der baden-württembergische Landtags-Vizepräsident Wolfgang Drexler (SPD) solle ab 1. September ehrenamtlich «Botschafter und Sprecher» für das Großvorhaben werden, sagte Bahn-Chef Rüdiger Grube am Freitag in Stuttgart. Bisher hätten «Informationsdefizite» bei der Bevölkerung «große Verunsicherung» und Ängste hervorgerufen. «Da haben wir ganz klar Fehler gemacht», räumte Grube ein. [dernewsticker.de](http://dernewsticker.de) [stuttgarter-zeitung.de](http://stuttgarter-zeitung.de)

**09: Raiko Kommunikation präsentiert sich mit einem neuen Internetauftritt.** Unter [www.raiko.info](http://www.raiko.info) finden Besucher der Internetseite, entlang einfacher Strukturen, schnell und übersichtlich Informationen zu aktuellen Entwicklungen und Facetten aller Kommunikationsdienstleistungen. Dazu gehören Nachrichten aus der Agentur, die zum Beispiel von Kunden, Etats und interessanten Projekten berichten. Die Themen und Kompetenzfelder präsentieren das breite Leistungsportfolio der Full-Service-Agentur.

**10: Butterfly Communications erweitert das Leistungsangebot im Bereich „PR und Recht“,** die Full Service-Kommunikationsagentur mit Sitz in Berlin bietet ab sofort auch Litigation-PR an. Dabei geht es um die kommunikative Beratung und Betreuung von Kunden während juristischer Auseinandersetzungen - sowohl gerichtlich als auch außergerichtlich.

**11: Möller Horcher Public Relations, Offenbach, und die amadeus Werbeagentur, Sonneberg, sind ab sofort strategische Partner.** Die



Dienstleistungsportfolios der zwei Agenturen ergänzen sich optimal: Während die PR-Agentur Möller Horcher auf Pressearbeit im B2B-Bereich spezialisiert ist, verfügt die Werbeagentur amadeus über besondere Expertise in den Bereichen Corporate Identity, Vertriebsmarketing und Employer Branding.

## Medien

### CTI-Ranking: Eon in der Vertrauensfalle

Für die Börsenkurse gibt es den Leitindex Dax, für die Unternehmensreputation den Corporate Trust Index CTI. Vertrauen zu genießen oder mit Misstrauen bedacht zu werden, kann erhebliche Konsequenzen für den Geschäftserfolg haben. Das öffentliche, medial transportierte Vertrauen zu messen, welches den wichtigen DAX-30-Unternehmen entgegengebracht wird, ist das Ziel des Corporate Trust Index (CTI). Dieser von der Universität Leipzig und der PMG entwickelte Index misst seit April 2007 regelmäßig die Vertrauensentwicklung, und die Ergebnisse werden seit Januar 2008 mehrmals jährlich online exklusiv bei manager-magazin.de veröffentlicht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### IVW-Zahlen der PR-Branchenpresse des 2. Quartals 2009

Die IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern), Berlin hat die Auflagenzahlen und Verbreitung der gedruckten Fachpublikationen der PR-

	prmagazin			PR Report		
	Q II/2009	Q I/09	+/- in %	Q II/2009	Q I/09	+/- in %
Druck-aufgabe	7.348	4.100	+ 73,22	5.970	5.930	+ 0,67
Verbreitung	6.014	2.977	+ 102,02	5.931	5.732	+ 3,47
Freistücke	3.910	896	+ 336,38	4.903	4.698	+ 4,36
<b>Verkauf</b>	2.104	2.081	+ 1,11	1.028	1.034	- 0,58
Abonnement	1.576	1.524	+ 3,41	1.014	1.020	- 0,59

Branche bekannt gegeben. Hier die wichtigsten IVW-Zahlen und die prozentualen Veränderungen der Quartale II/2009 und I/2009 im Überblick: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### ag.ma: mehr Zeitschriftenreichweite, weniger Tageszeitungsleser

Zeitschriftenreichweiten trotz Wirtschaftskrise mit leicht positivem Trend. Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) hat die Reichweiten- und Zielgruppenspendaten der Zeitschriften veröffentlicht. Die Zeitschriftennutzung in Deutschland steigt von durchschnittlich 3,71 auf 3,79 Titel pro Person an (Leser pro durchschnittliche Ausgabe/Vergleich zur ma 2009 Pressemedien I). Bereits die letzte ma hatte den Zeitschriften ein stabiles Leseverhalten attestiert – trotz der durch die Wirtschaftskrise im Durchschnitt leicht nachgebenden verkauften

Auflagen. [ma 2009 Pressemedien II Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Nielsen: mehr klassische Werbung und einstelliges Online-Werbewachstum

Die Bruttowerbeinvestitionen in den Above-the-line-Medien beliefen sich laut dem renommierten Medien- und Werbeforschungsunternehmen Nielsen im ersten Halbjahr 2009 in Deutschland auf 9,8 Milliarden Euro. Dieses entspricht gegenüber dem Vorjahreszeitraum einem Minus von 3,3 Prozent (bereinigt: minus 3,6 Prozent) / minus 336 Millionen Euro. "Das Minus des Halbjahres wird sehr durch das zweite Quartal geprägt, welches mit minus 4,6 Prozent stärker ausfällt als das Minus im ersten Quartal 2009 mit minus 1,9 Prozent. Eine erfreuliche Entwicklung ist allerdings zum Ende des zweiten Quartals zu beobachten, da die Entwicklung im Juni 2009 mit minus 2,4 Prozent wieder moderater ausgefallen ist als in den restlichen beiden Monaten des zweiten Quartals", kommentiert Ludger Wibbelt, Geschäftsführer der Nielsen Media Research, die Werbemarktentwicklung. [Above-the-line-Medien Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Über 60 Prozent der Deutschen stellen eigene Inhalte ins Internet

47 Prozent der deutschen Internetnutzer sind Mitglied in einem sozialen Netzwerk wie Facebook, StudiVZ oder Xing. Dies ergab eine repräsentative telefonische Umfrage, die das Meinungsforschungsinstitut TNS Emnid im Auftrag von Vodafone Deutschland unter 1.001 Personen mit Online-Zugang am 21. und 22. Juli durchführte. Unter den 14- bis 29-Jährigen liegt der Anteil der Mitglieder in einer Online-Community sogar bei 89 Prozent. 61 Prozent der

Befragten haben bereits Texte, Fotos, Musik oder Filme im Internet hochgeladen. Unter den Jüngeren sind es sogar 80 Prozent, die damit zur Generation Upload gehören, also zum Kreis derer, die die Möglichkeiten der digitalen Kommunikation nutzen, ihr Leben aktiv und kreativ zu gestalten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Medien compact (20) (29.+30.KW-09)

**01: Studie: Twitter ist nur ein dünnes Stimmchen.** Kritische Töne: Fittkau & Maaß, Hamburg hat in einer Sonderauswertung der aktuellen W3B-Studien die tatsächliche Verbreitung von Mikro-Blogs und Twitter untersucht. Das Ergebnis: Twitter und Co. sind nicht so weit verbreitet, wie der Hype Glauben macht. Hauptsächlich nutzen affine Branchen die Dienste. (...) Je jünger, desto mehr Twitter: Die Nutzer von Mikro-Blogs sind im Vergleich zum Internet-Durchschnitt recht jung, belegt die Studie. Fast zwei Drittel unter ihnen seien unter 40 Jahre alt, in der Gesamtnutzerschaft seien dies weniger als die Hälfte. Sie fallen durch eine ausgesprochen hohe Computer- sowie Web 2.0-Affinität auf: So fänden sich unter den Twitter-Usern zum Teil doppelt so viele Nutzer von Weblogs, Networks und Co. als im Internet-Durchschnitt. [wuv.de](#)

**02: Verbraucherzentralen gehen gegen Soziale Netzwerke vor:** Social Networks geraten ins Visier der Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBZ): Die Verbraucherschützer haben die Plattformen Facebook, Lokalisten, MySpace, Wer-kennt-wen und Xing wegen Datenschutzmängeln abgemahnt. In der Kritik stehen Vertragsbedingungen und Datenschutzbestimmungen, die Nutzer benachteiligen und den Betreibern weitgehende Rechte einräumen. [wuv.de](#)

**03: Anzahl der Webradios steigt rapide:** Die Zahl der deutschen Webradioangebote ist in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen: Im April

2009 gab es bereits 1.914 Webradios. Bis Ende 2009 wird sich die Zahl auf rund 2.200 erhöhen – eine Verfünffachung der Angebote seit 2006 (ca. 450). Annähernd vier Fünftel der deutschen Webradios sind ausschließlich im Internet empfangbar (Internet-Only). Die anderen sind Live-Streams der UKW-Radio-Sender (Simulcast-Streams). Gerade ihnen bietet der Webradioauftritt erhebliche Chancen: sie können ihre Reichweiten ausbauen und durch spezielle Web-Angebote ganz neue Zielgruppen erschließen. Inzwischen existieren in Deutschland über 120 solcher reinen Onlinesender von klassischen Hörfunkveranstaltern. [goldmedia.com](http://goldmedia.com)

#### 04: Traditionelle Medien schneller als Blogs:

Die zunehmende Beliebtheit von Weblogs hat einen entscheidenden Einfluss auf die Wahrnehmung und Verbreitung von Nachrichtenmeldungen im Internet. Wie ein Forscherteam des Instituts für Computerwissenschaft der Cornell University in New York nun per aufwendiger Algorithmanalyse herausgefunden hat, haben sich die von Hobby-Journalisten verfassten Beiträge inzwischen einen fixen Platz im Nachrichtengenerierungsprozess eingenommen. Im Gegensatz zu vielerorts verbreiteten Meinungen sind sie ihren traditionellen Pendanten, die von professionellen Journalisten verfasst werden, allerdings in puncto Aktualität keinesfalls überlegen. [persoenlich.com](http://persoenlich.com)

#### 05: IVW II/2009: Große Programmies verlieren,

bei den Programmzeitschriften machen im 2. Quartal laut aktueller IVW-Meldung fast alle Dickschiffe Verluste. (...) Die Auflagenentwicklung der Nachrichtenmagazine im 2. Quartal ist sehr unterschiedlich: Während sich der "Spiegel" mit 1.029.558 verkauften Heften (plus 0,2 Prozent) gut schlägt, verliert "Focus" 12,6 Prozent und kommt auf 656.776 Exemplare (HORIZONT 29/2009). Der Dritte im Bunde, "Stern", hält seine Auflage mit 964.345

verkauften Stück annähernd stabil (minus 2,3 Prozent). [horizont.net](http://horizont.net)

06: **Radio-MA: Große Sender gewinnen.** Von dem Reichweitenplus in der aktuellen Radio MA 2009/II profitieren vor allem die fünf größten Sender. Radio NRW, Bayern 1, Antenne Bayern, SWR3, und WDR2 verbuchen zusammen allein 283.000 neue Hörer. Mit einem Zuwachs von 11.000 Hörern und einer Reichweite von 1,362 Millionen Hörern, steht Radio NRW das 19. Mal in Folge auf Platz 1 im Reichweiten-Ranking. Auch Antenne Bayern kann nach Reichweitenverlusten in der MA 2009/I wieder punkten. Der Sender holt rund 89.000 Hörer zurück und kommt mit 1,064 Millionen Hörern wieder über die im Frühjahr gerissene Eine-Million-Grenze.

Mehr unter: [horizont.net](http://horizont.net)

[Vollständige Tabellen der der ma 2009 Radio II](#)

#### 07: Ausschreibung für ein Gutachten zum

**Thema „Die Bedeutung des Internets im Rahmen der Vielfaltssicherung“.**

Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) hat alle drei Jahre einen Bericht über die Entwicklung der Konzentration und über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk zu verfassen. Die zunehmende Bedeutung des Internets – insbesondere auch hinsichtlich der Nutzung von Bewegtbildangeboten – hat Auswirkungen auf den Meinungsbildungsprozess. Eine umfassende Darstellung des Prozesses der Meinungsbildung im Internet sowie die sich daraus für die Vielfaltssicherung ergebenden Konsequenzen sollen daher Gegenstand des Konzentrationsberichts sein. [Hierfür soll das Gutachten als Grundlage dienen](#)

08: **19-Jähriger mischt Internet-News-Branche auf - Breaking News Online** setzt auf Schnelligkeit als Erfolgsrezept Der Siegeszug des Internets und die Entwicklung moderner Kommunikationstechnologien hat das Nachrichtenwesen grundlegend verändert. Dass die neuen Gegebenheiten nicht nur neue

Herausforderungen für die Medienhäuser mit sich gebracht haben, sondern auch neue Chancen, zeigt das Beispiel des niederländischen News-Portals Breaking News Online (BNO). Die Seite, die im September 2007 von dem damals erst 17-jährigen Michael van Poppel gegründet worden ist, hat sich in gerade einmal zwei Jahren zu einer der meistbeachteten Nachrichtendestinationen im Web entwickelt. [pressetext.ch](http://pressetext.ch)

**09: Google - Klare Abfuhr für "Hamburger Erklärung":** "Wer nicht verlinkt werden will, kann jederzeit aussteigen". Der Internetkonzern Google hat dem Vorstoß der europäischen Verlagsbranche für eine Verschärfung des Schutzes von geistigem Eigentum im Internet eine klare Abfuhr erteilt. Insgesamt 166 Verlage hatten vor kurzem der EU-Kommission die "Hamburger Erklärung zum Schutz des geistigen Eigentums" überreicht, in der sie die politischen Verantwortlichen dazu aufrief, das digitale Leistungsschutzrecht auszuweiten. [pressetext.ch](http://pressetext.ch)

**10: Microsoft "Bing" auf Platz 4 der meistgenutzten Web-Suchmaschinen,** Google weiterhin auf der „Poleposition“. Nachdem Microsoft seinen Suchmaschinen-Dienst „MSN Live Search“ einstellt und im Juni mit Bing einen neuen potentiellen Konkurrenten für Google auf den Markt brachte, rangiert dieser im Juni dieses Jahres bereits auf dem vierten Platz unter den zehn meistgenutzten Internetsuchmaschinen, mit einer Reichweite von 5,2 Mio. Nettonutzern. [marketing-boerse.de](http://marketing-boerse.de)

**11: Schweiz: Mit dem Staat ins Internet:** Bald schauen die (Schweizer) Behörden zu, wenn verdächtige Personen im Internet surfen. Die Massnahme hätte eigentlich geheim bleiben sollen. Vertrauliche Dokumente, die der WOZ (Zürich) vorliegen, zeigen: Der (Schweizer) Bund plant die vollständige Überwachung des Internetverkehrs von verdächtigen Personen. Ab dem 1. August müssen die Internetprovider, also

die Anbieter von Internetzugängen, technisch aufrüsten. Künftig sollen sie in der Lage sein, die Internetnutzung ihrer KundInnen unmittelbar an die Behörden zu übertragen. [woz.ch](http://woz.ch)

**12: Die Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK) unterstützt auch bei dem diesjährigen MediaAward die Gründerinitiative Hochsprung** durch einen Preis und Mitwirkung in der Jury. Die Preisverleihung findet am 21. Juli 2009 in Regensburg statt. Mit dem MediaAward wird in den Kategorien „beste Web-Präsenz“, „bestes Kommunikationskonzept“ und „Printmedien“ die Kommunikation von Existenzgründern prämiert. Mit ihrem Engagement will die MHMK Start-Ups die Bedeutung professioneller Kommunikation in der Gründungsphase aufzeigen und sie mit Kompetenz und anwendbarem Fachwissen bei den ersten Schritten begleiten. Als Preis sponsert die MHMK in der Kategorie „beste Webpräsenz“ eine auf den Gewinner zugeschnittene Marketingberatung im Wert von 5.000,-. [media-award.de](http://media-award.de)

**13: Änderung des Urheberrechts möglich - Seestern IT Forum setzt sich für Anwender ein.** Das Bundesministerium für Justiz (BMJ) untersucht derzeit die Notwendigkeit einer möglichen Änderung des Urheberrechts. Mit dem Seestern IT Forum und BITKOM haben sich verschiedene Interessenverbände an der ausgerufenen Diskussion beteiligt; jedoch kann man nur hoffen, dass noch andere Hersteller- und Anwenderverbände beteiligt sind. Ein Ziel der Teilnehmer des Seestern IT Forums ist es, Interessen der Anwender zu verwirklichen. [pressrelations.de](http://pressrelations.de)

**14: Falscher Ansatz für Unternehmensverantwortung, Zwischenbericht der Bundesregierung stößt auf Kritik.** Auf Kritik stößt der Zwischenbericht zur nationalen Corporate Social Responsibility-Strategie der Bundesregierung. Das CorA-Netzwerk für Unternehmensverantwortung sieht den Grund für

das magere Resultat in der Wahl der falschen Strategie, nämlich eines auf reiner Freiwilligkeit basierenden Ansatzes des CSR-Forums. Das von der Bundesregierung eingesetzte CSR-Forum setzt auf Freiwilligkeit und Dialog, der Staat selbst spielt nur die Rolle des Moderators. [cora-netz.de](http://cora-netz.de)

#### 15: **Frivole Banken und ängstliche Regulierer:**

Die neuen Bonuszahlungen deutscher, britischer und US-amerikanischer Banken erleben ein starkes und kritisches Echo in den Medien und in der Politik. Haben die Bankenaus der Finanzkrise gelernt? Werden die Regulierungsbehörden ihrer Verantwortung gerecht? Die Redaktion des DNWE (Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik) Expertenforums sprach darüber mit dem DNWE-Experten Caspar von Hauenschild. [dnwe.de](http://dnwe.de)

#### 16: **BITKOM: Nachrichten-Websites erreichen neuen Rekord.**

Fast 3,1 Milliarden Besuche verzeichnen die 20 beliebtesten deutschen Online-Nachrichtenportale im ersten Halbjahr 2009. Das ist ein erneuter Rekord. Im Vorjahreszeitraum waren es lediglich 2,4 Milliarden Besuche. (...) Allein im ersten Halbjahr 2009 steuerten mehr Menschen die populärsten News-Seiten an als im gesamten Jahr 2005; damals waren es 2,7 Milliarden Besuche in zwölf Monaten. [bitkom.org](http://bitkom.org)

#### 17: **Bruttoumsätze im Anzeigenmarkt der Fachpresse weiter auf Talfahrt.**

Die aktuellen Ergebnisse der Werbeträgerstatistik für das erste Halbjahr 2009 liegen vor. Basis bildet die Auswertung von 427 Fachzeitschriften mit insgesamt 2.953 Ausgaben in 54 Fachbranchen. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum schrumpfte das Bruttoumsatzvolumen um 22,1 Prozent, was Mindereinnahmen von über 83 Millionen Euro entspricht. In einigen Fachverlagen hat die Krise mittlerweile zu Kurzarbeit im Anzeigenverkauf geführt. 16 Titel weisen einen Fehlwert von über einer Million Euro gegenüber dem Vorjahreshalbjahr aus. [fachmedien.net](http://fachmedien.net)

#### 18: **BBC-Studie zur Zukunft des Journalismus:**

Das BBC-College of Journalism hat eine Studie zur Zukunft des Journalismus veröffentlicht. Es ist eine lesenswerte Sammlung der Beiträge einer Medienkonferenz, welche sich mit den Auswirkungen des neuen digitalen Zeitalters für den Journalismus befasst hat. In dieser Studie gehen insgesamt acht Fachautoren auf unterschiedliche Punkte ein, welche im Folgenden kurz für Sie zusammengefasst werden: [presserecht-aktuell.de](http://presserecht-aktuell.de)

#### 19: **GWA Junior Agency in diesem Semester ohne Goldgewinner:**

Beim 14. GWA Junior Agency Tag präsentierten sieben Teams die Ergebnisse ihrer wochenlangen Arbeit. einer zwölfköpfigen Jury. Am Ende vergab die Jury um den Vorsitzenden Andreas Mengele, Geschäftsführer Heimat Werbeagentur und GWA Vorstandsmitglied, nur einen silbernen und einen bronzenen Junior. Stephan Junghanns, Creative Director bei Ogilvy & Mather in Frankfurt und Juror, begründet die Entscheidung: Der Anspruch dieses Wettbewerbs sei, Strategie und Kreation zusammenzubringen und das sei in diesem Semester keinem Team vollständig gelungen. [gwa.de](http://gwa.de)

#### 20: **Advertorials: Online-Umfrage prüft Akzeptanz der Deutschen.**

Informationsanzeigen, sog. Advertorials, werden immer beliebter bei Unternehmen. Sie bieten die Möglichkeit Produktpräsentationen in einem redaktionellen Umfeld zu platzieren, um so mehr Aufmerksamkeit als herkömmliche Anzeigen zu generieren. Doch wie hoch ist die Akzeptanz bei den Lesern? Fühlen sie sich möglicherweise „hinters Licht“ geführt? Das Hamburger Unternehmen für Werbewirkung MediaAnalyzer hat das jetzt in einer Online-Umfrage überprüft. [prcenter.de](http://prcenter.de)



## Services + Tipps

### V.G.I sucht elf Pionier-Anwender für eine neue Art von Software für die PR-Branche

Personalisierte Newsletter im Corporate Design des Kunden erstellen und per Knopfdruck zum gewünschten Termin an einen großen Verteiler verschicken - das ist heute für jeden Anwender auch ohne technische Expertise und dabei kostengünstig möglich. Mit einfacher Handhabung ermöglicht der MediaNetworkManager (MnM), dass durch gezielte Online-PR auch kleinere Unternehmen ihre Kunden regelmäßigen erreichen. Der MnM wurde von PR-Praktikern entwickelt und orientiert sich an den Ansprüchen und Standards moderner PR-Arbeit. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Zweidrittel der Verbraucher halten eine soziale Verantwortung von Unternehmen für wichtig

Hohe Bekanntheit bei nachhaltigem Handeln führt zum Erfolg. Die Wirtschaftskrise hat bei Verbrauchern zu einem erheblichen Verlust an Vertrauen bei Unternehmen und insbesondere bei Banken geführt. Manager stehen zusehends unter einem medialen Feuer, wenn Gehälter oder Abfindungen den allgemeinen sozialen Prinzipien widersprechen. Gerade in der jetzigen Rezession achten Unternehmen, dass die Personalanpassungen sozialverträglich vonstatten gehen, wobei dankbar die staatliche Unterstützung zur Kurzarbeit angenommen wird. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Service compact (4) (29.+30.KW-09)

**01: Ifo signalisiert baldiges Ende der Rezession:** Die Anzeichen für eine baldige Konjunkturerholung in Deutschland mehren sich. Der Ifo-Index, der die Stimmung in der deutschen Wirtschaft misst, ist den vierten Monat in Folge gestiegen. In deutschen Unternehmen keimt zunehmend Hoffnung auf. Die vom Münchner Institut für Wirtschaftsforschung (ifo) befragten Firmen bewerten sowohl die aktuelle Geschäftslage als auch die Aussichten für das nächste halbe Jahr besser. Der Ifo-Geschäftsklimaindex kletterte überraschend deutlich auf 87,3 Punkte. Im Juni hatte er noch bei 85,9 Punkten gelegen. Analysten hatten lediglich mit einem Anstieg auf 86,5 Zähler gerechnet. Optimistischer Blick nach vorne: Der Teilindex für die Geschäftserwartungen für die kommenden sechs Monate stieg ebenfalls leicht von 89,5 auf 90,4 Punkte. Der Lage-Index verbesserte sich von 82,4 auf 84,3 Punkte. [boerse.ard.de](http://boerse.ard.de)

**02: Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Juli 2009:** Der Aufwärtstrend des Konsumklimas setzt sich im Sommer fort. Sowohl die Konjunktur- als auch die Einkommenserwartung legen zu. Die Anschaffungsneigung steigt so-gar deutlich an. Der Gesamtindikator prognostiziert nach revidiert 3,0 Punkten im Juli für August einen Wert von 3,5 Punkten und verbessert sich damit stärker als im Vormonat. Im längerfristigen Vergleich bleibt das Konsumklima jedoch auf einem recht niedrigen Niveau. Nachdem einige Wirtschaftsinstitute ein Ende der ökonomischen Talfahrt signalisieren, schwindet auch bei den Konsumenten der Konjunkturpessimismus. Nach dem moderaten Anstieg im Vormonat legen die Konjunkturaussichten im Juli etwas deutlicher zu. [gfk.com](http://gfk.com)

**03: Twitter für Unternehmen – Projektleitfaden zum Download:** Die Kommunikationsagentur aexea fasst ihre Erfahrungen mit Twitter zusammen und stellt sie in einem Projektleitfaden kostenfrei zum Download bereit. Der Leitfaden zeigt

Unternehmen:

- Chancen und Risiken des Microbloggings
- Schritte für den erfolgreichen Einsatz von Twitter
- Anwendungsgebiete und Twitter-Themen
- gute und schlechte Praxisbeispiele
- die wichtigsten Twitter-Werkzeuge

Der Leitfaden fußt auf den Erfahrungen, die aexea in zahlreichen Beratungsprojekten zum Microblogging und mit dem eigenen Twitter-Account gesammelt hat. Der Leitfaden steht als [kostenfreier Download](#) zur Verfügung.

**04: news aktuell bietet ab sofort komplette Medienadressen frei an:** Die Hamburger dpa-Tochter news aktuell stellt innerhalb ihres Auftragsystems ab sofort komplette Medienadressen frei zur Verfügung. Die gesamte PR-Branche hat ab jetzt die Möglichkeit, nach Kontaktadressen von Redakteuren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zu recherchieren. Erst wenn Daten exportiert oder die zusammengestellten Verteiler mit Presseinformationen bedient werden, wird das Angebot kostenpflichtig. Mit diesem Schritt revolutioniert news aktuell gängige Datenbankmodelle und ermöglicht seinen Kunden die punktuelle Ansprache von Journalisten ohne Vertragsbindung. [presseportal.de](http://presseportal.de)

**05: IAM-Bernet-Studie Journalisten im Internet 2009:** Alles wird leichter, der Druck steigt: Im Dialog lernen. Schlussfolgerungen für PR-Verantwortliche: Auch für PR-Verantwortliche bringt das Web eine Reihe von Erleichterungen, gleichzeitig steigt der Zeit- und Aktualitätsdruck. Wer erhält welche Informationen, in welcher Form, über welches Medium? Wo im Netz bewegen sich klassische Medien und neue Meinungsmacher? Auch im Zeitalter der Online-PR gilt: Gute Medienarbeit ist auf die Bedürfnisse der Medien ausgerichtet. Erst im Austausch mit Journalistinnen und Journalisten erfahren PR-Verantwortliche, wo der Schuh drückt. Diesen

Dialog müssen Medienstellen nicht nur elektronisch beherrschen, sondern immer wieder auch persönlich suchen. [linguistik.zhaw.ch](http://linguistik.zhaw.ch)

## Termine + Tagungen

### Einreichungsfrist für Politikaward hat begonnen

Bis zum 5. Oktober kann sich um den Politikaward 2009 beworben werden, die Preisverleihung der politischen Kommunikation. Die herausragenden und zukunftsweisendsten Kampagnen werden am 26. November im TIPI am Kanzleramt ausgezeichnet. Bewerben können sich Agenturen und Unternehmen, politische Institutionen und Parteien, Verbände und NGOs sowie Stiftungen und Einzelpersonen, die im Bereich der politischen Kommunikation tätig sind. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Syndikus Summit 2009: Wachstumsfelder in der Krise

3. Jahreskongress für Unternehmensjuristen und Kanzleien am 18. Juni in Frankfurt am Main. Ein Sachstandsbericht: Corporate Governance, Corporate Compliance und Litigation PR. Flexible Juristen wagen sich auf das Glatteis der PR. Worum geht es bei den jetzt von wenigen Experten und vielen "Verwertern" fast mantrahaft benutzten Begriffen Corporate Governance, Corporate Compliance und Litigation-PR? Im Januar 2009 formulierten im Betriebsberater (BB 5.2009 vom 26.01.2009, S. 206) Volker H. Peemöller und Birgit Reinel-Neumann aus der vorhandenen Literatur in Anlehnung an den Corporate Governance Kodex der Regierungskommission: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## PR 2.0 Forum in Hamburg

Beim "PR 2.0 Forum" am 15. September in Hamburg werden die Grundideen und Herausforderungen zur Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit im Umfeld von bzw. mit Social Media diskutiert. Ziel der Veranstaltung ist es, am Ende des Tages eine Checkliste bereitzustellen, die den Teilnehmern aus dem Bereich PR und Öffentlichkeitsarbeit die Beschäftigung mit den Möglichkeiten des Social Web im eigenen Arbeitsalltag erleichtern. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommunikationskongress 2009 in Berlin

Der Kommunikationskongress am 10. und 11. September in Berlin steht ganz im Zeichen der Wirtschafts- und Medienkrise. Vertrauen und Online sind die Themen 2009 und im Kongressprogramm mit prominent besetzten Diskussionen und Panels vertreten. Die zahlreichen Medienvertreter lassen auf die aktuelle Bedeutung der Zusammenarbeit zwischen Journalismus und PR schließen. Insgesamt lässt der Kongress spannende Diskussionen erwarten. Wer den Frühbucherrabatt nutzen möchte, kann sich bis zum 31. Juli anmelden. [www.kommunikationskongress.de](http://www.kommunikationskongress.de).

## Termine compact (7) (29.+30.KW-09)

**01: Reputation-Management im Internet:** Ihr guter Ruf im World Wide Web Reputation-Management im Internet ist das Thema des Vortrags von Stephan Raif, Geschäftsführer von Akom, Agentur für Marketing-Kommunikation, aus München. Die Unternehmen nutzen immer

häufiger die vielfältigen Möglichkeiten des Internets aber übersehen dabei gerne das Risikopotenzial, das vom Web 2.0 ausgeht. Online Reputation-Management wird daher in Zukunft ein wichtiges Thema der strategischen Unternehmenskommunikation. In seinem Vortrag sensibilisiert Raif für mögliche Gefahren und zeigt Abwehrstrategien auf. Der 8. Bayerische Mittelstandstag findet am 16. Juli 2009 im HVB Forum in München statt.

**02: Symposium Unternehmensberichte am 15. und 16. September in Frankfurt am Main:** Die vom Fachverband Medienproduktions (f.mp.) initiierte sowie von namhaften Verbänden und Unternehmen aus Industrie und Wirtschaft unterstützte Veranstaltung stellt in diesem Jahr „Trends und Möglichkeiten der Prozessoptimierung bei der Erstellung von Unternehmensberichten“ in den Mittelpunkt. Die Teilnahmegebühr für beide Symposiumstage beträgt 870 Euro. Darin enthalten sind die Dokumentationen sowie die Teilnahme an der Abendveranstaltung des ersten Veranstaltungstages. Bei einer verbindlichen Anmeldung bis zum 22. Juli profitieren die Teilnehmer zudem von einem Frühbucherrabatt von zehn Prozent. Infos und Anmeldung: [www.symposium-unternehmensberichte.de](http://www.symposium-unternehmensberichte.de)

**03: Der Change Communications Award der Internal Branding Academy (IBA)** würdigt herausragende Projekte in den Kategorien

- Cultural Change und
- Internal Branding (Interne Markenbildung) und ist sowohl für KMUs als auch größere Unternehmen konzipiert. Mit diesem Award sollen sich neben CEOs auch Leute aus Human Resources, Corporate Communications und Marketing/Branding angesprochen fühlen. Der Change Communications Award der IBA ist der erste seiner Art im deutschsprachigen Raum. Der Anmeldeschluss ist am 30. Oktober 2009 und die Einreichergebühr beträgt 250 Euro (zzgl. MwSt.) pro Projekt. Der Award wird im Rahmen einer Abendveranstaltung des Change Communications

Congress am 26. November im Kavalierhaus Klessheim bei Salzburg (AT) verliehen. Infos und Anmeldung: [www.internalbranding.eu/award](http://www.internalbranding.eu/award)

**04: Medienarbeit – das zentrale Feld der PR,** ein Seminar veranstaltet von oeffentlichkeitsarbeit.de vom 7. bis zum 10. September 2009 in Heidelberg. Norbert Schulz-Bruhdoel, Autor der „PR- und Pressefibel“, vermittelt praxisrelevantes Wissen für PR-Einsteiger und Profis, die sicher im Umgang mit den Medien werden wollen. Kenntnisse über Medien, ihre Strukturen und ihre Macher, über zentrale Begriffe wie Glaubwürdigkeit, journalistische Kompetenz und Kontaktpflege werden ebenso vermittelt wie grundlegende Fertigkeiten im Umgang mit Texten, Medienevents und Cross-Media-Strategien. Mehr Informationen unter: [www.oeffentlichkeitsarbeit.de/1\\_medienarbeit/info.htm](http://www.oeffentlichkeitsarbeit.de/1_medienarbeit/info.htm)

**05: Entwicklung von PR-Konzeptionen,** ein viertägiger Workshop für strategisch angelegte PR, angeboten von oeffentlichkeitsarbeit.de vom 14. bis zum 17. September 2009 in Heidelberg. Die Teilnehmer erfahren, warum es bei fundierter PR-Arbeit nicht um Aktionismus und Schnellschüsse geht, sondern es unabdingbar ist, die Ebenen Analyse, Strategie, Maßnahmenplanung und Evaluation systematisch zusammenzuführen. Das Ziel: Kommunikationspläne aus einem Guss zu entwickeln und damit deren Nachhaltigkeit sicherzustellen. Die jeweiligen methodischen Schritte werden vorgestellt und trainiert. Mehr Informationen unter: [www.oeffentlichkeitsarbeit.de/1\\_entwicklung\\_von\\_pr-konzeptionen/info.htm](http://www.oeffentlichkeitsarbeit.de/1_entwicklung_von_pr-konzeptionen/info.htm)

**06: Das Recruiting Event für die Public Affairs-Branche vernetzt am 23. Oktober 2009** bereits zum 4. Mal Absolventen und Young Professionals mit Arbeitgebern in Berlin. In Superwahljahr 2009 laden wir insbesondere

Mitarbeiter von Abgeordneten und Fraktionsreferenten ein, mit den führenden Public Affairs-Agenturen ins Gespräch zu kommen und sich über die vielfältigen beruflichen Möglichkeiten zu informieren, die die Branche ihnen bietet. Eine Bewerbung zur Teilnahme ist bis zum 31.7.2009 möglich. Weitere Infos zum Event finden Sie auf der Website: [www.checkpoint-karrieretag.de](http://www.checkpoint-karrieretag.de)

**07: Der Deutsche Fachjournalisten-Verband (DFJV) richtet am 9. Oktober 2009 den vierten Deutschen Fachjournalisten-Kongress** aus. Der Kongress soll Journalisten die Möglichkeit geben, sich über die aktuellen Entwicklungen in der Medienbranche zu informieren und sich vernetzen zu können. Zu den Referenten und Moderatoren zählen unter anderem: Prof. Dr. Siegfried Quandt, Präsident des DFJV, Prof. Dr. Klaus Beck, FU Berlin, Rainer Esser, Zeit Verlag, Prof. Dr. Christoph Fasel, Hochschule für Wirtschaft und Medien, Calw, Prof. Dr. Mike Friedrichsen, Hochschule der Medien in Stuttgart und Präsidiumsmitglied des DFJV, und viele mehr. Weitere Informationen und das Anmeldeformular unter: [www.dfjk.de](http://www.dfjk.de)

## Ausbildung + Seminare

### Neuer Masterstudiengang “Niederlande-Deutschland-Studien / Interkulturelles Management” der Universitäten Münster und Nijmegen

In der dritten Septemberwoche 2009 beginnen die Radboud Universiteit Nijmegen und die Westfälische Wilhelms-Universität Münster einen zweijährigen Masterstudiengang “Niederlande-Deutschland-Studien” mit dem Schwerpunkt Interkulturelles Management und Public Affairs. Der Studiengang wird durch renommierte Wissenschaftler am Zentrum für Niederlande-Studien (Direktor Prof. Dr. Friso Wielenga, Münster)



und am Centrum voor Duitslandstudies (Direktor Prof. Dr. Helmut Ebert, Nijmegen) versorgt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## PR plus-Absolventenbefragung 2009 zeigt, wie wichtig eine fundierte Ausbildung für eine Karriere in der PR ist

Höhere Gehälter, bessere Chancen bei einem Jobwechsel, gute Aufstiegsmöglichkeiten, erfolgreiche Selbstständigkeit - eine PR-Weiterbildung ist der Schlüssel dazu. Dies sind einige der Kernergebnisse einer Umfrage, die Metis - Kommunikation & Analyse im Auftrag von PR plus in Heidelberg im Frühjahr 2009 unter den Absolventen des 18-monatigen PR-Fernstudiums durchgeführt hat. Genau 302 von 616 Absolventen haben sich an der Onlineumfrage beteiligt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Ausbildung compact (8) (29.+30.KW-09)

01: Zum Wintersemester 2009/2010 vergeben die Deutsche Kreditbank (DKB) und die Universität der Künste Berlin (UdK) jeweils ein **Stipendium für den berufsbegleitenden Masterstudiengang Leadership in Digitaler Kommunikation**. Die mit je 18.000 Euro dotierten Stipendien richten sich an besonders begabte Hochschulabsolventen, die mindestens ein Jahr Berufserfahrung haben und das Studium nicht aus eigenen Mitteln finanzieren können. Der Bewerbungszeitraum für die Stipendien endet parallel zur Bewerbungsfrist für den Studiengang am 15. August. Der nächste Studienbeginn ist der 1. Oktober. Mehr Informationen findet man unter [www.udk-berlin.de/ldk](http://www.udk-berlin.de/ldk)

02: Zum September-Start der **B.A.-Studiengänge Kommunikationsmanagement**, Wirtschaftspsychologie und Mittelstandsmanagement schreibt die University of Management and Communication (UMC) Potsdam (FH) jeweils ein **Stipendium im Wert von 10.620 Euro** aus. Die Ausschreibung ist Teil des Wettbewerbs „Medien 2020. Wo geht es hin?“, der durch die Hochschule ausgerufen wurde. Noch bis zum 14. August können Projektarbeiten, Kollagen, Aufsätze, Videos, Kurzfilme oder Audiobeiträge eingereicht werden. Gern gesehen sind auch cross-mediale Beiträge und Arbeiten. Die Gewinner des Wettbewerbs werden von einer Jury aus Fachexperten ausgewählt. Weitere Informationen zum Wettbewerb sowie zu den Studiengängen auf dieser Website: [www.umc-potsdam.de](http://www.umc-potsdam.de).

03: Immer mehr Unternehmen setzen demnach CSR inzwischen gezielt zur Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit und Vertrauenswürdigkeit ein. Sie erkennen den strategischen Nutzen von CSR und suchen nach Wegen für eine passgenaue Integration. Dabei wird auf eine ökonomisch, ökologisch und sozial ausgewogene Unternehmensführung großen Wert gelegt. Die **Ausbildung zur CSR-Managerin/zum CSR-Manager (FA)** an der Fundraising Akademie in Frankfurt am Main soll zur Übernahme verantwortlicher Tätigkeit in der CSR-Arbeit von Unternehmen und Partnerorganisationen befähigen. Durch die Nutzung der langjährigen Erfahrungen und Kompetenzen im Nonprofit-Bereich und der damit verbundenen Fokussierung, füllt die Ausbildung eine breite Lücke in der deutschen Aus- und Weiterbildungslandschaft. [fundraising-akademie.de](http://fundraising-akademie.de)

04: **Das Volontariat als clevere Alternative für den Berufseinstieg** - neu entdeckte Nachwuchsförderung für Agenturen und Betriebe. Früher wurde die Ausbildung als langfristige Investition betrachtet, die in den Zeiten der Krise so manchem Rotstift zum Opfer fällt. Dem entgegenzuwirken hat die **WAK Westdeutsche**



Akademie für Kommunikation die Volontariatsausbildung ins Leben gerufen. Der Vorteil dieser Ausbildung ist, dass ein Betrieb sofort über eine Vollzeitkraft verfügt, die sich durch ein berufsbegleitendes Abendstudium sukzessiv zur qualifizierten Fachkraft entwickelt. [wak-koeln.de](http://wak-koeln.de)

**05: IJZ prüft deutsche PR Plus-StudentInnen:** Bereits seit einem Jahr legen die TeilnehmerInnen des Weiterbildungsinstituts PR Plus Fernstudium Public Relations ihre **Fachprüfung zum „Akademische/r PR-Berater/in“ an der Donau-Universität Krems** ab. Die erste Prüfung fand am 22. Mai 2008 statt. Seitdem wurden 77 Studierende geprüft. Das IJZ zählt PR Plus schon mehrere Jahre zu seinem Kooperationspartner und bietet das Fernstudium Public Relations auch in Österreich an. Der fünfte Jahrgang startet am 28. September 2009 in Krems. [donau-uni.ac.at](http://donau-uni.ac.at)

**06: Erstmals veranstaltet die Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK) gemeinsam mit dem Wirtschaftsverband der führenden PR-Agenturen GPRA eine Summer School zum Thema „Kommunikationsstrategie“**, die vom 3. bis 5. September am Campus München der MHMK stattfindet. Die MHMK will diese Entwicklung begleiten und für eine Professionalisierung sorgen. Daher ist die MHMK Summer School auch als Ausblick auf das neue Masterstudium Medien- und Kommunikationsmanagement zu verstehen, das zum Wintersemester 2009 erstmalig in München startet. Der dreitägige Strategieworkshop der MHMK Summer School richtet sich an PR-Berufseinsteiger, Volontäre sowie exzellente Absolventen aus PR und Kommunikationsmanagement. Die Teilnehmerzahl ist auf 25 Personen begrenzt. Interessenten für die Summer School können sich bis zum 20. August mit einem Motivationsschreiben über das Online-Formular [www.mhmk.de/strategy2009](http://www.mhmk.de/strategy2009) bewerben. Dort gibt

es weitere Informationen zum Programm und den Experten.

**07: Beratungskompetenz und Gesprächsführung** sind die Themen des **AFK-Seminars P3 – Erfolgreich beraten, erfolgreich verhandeln, erfolgreich verkaufen**. Die Trainer Wolfgang Gabler und Klaus Januschewski zeigen, wie PR-Fachleute Beratungsprozesse zielführend gestalten. Die Teilnehmer üben, die Führung in Gesprächen zu übernehmen und ihr angestrebtes Ergebnis zu erreichen. Termin: vom 10. bis 11. September in Alzey. Infos: [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com)

**08: Systematisch die gesamte Bandbreite moderner PR erfahren.** 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 21. bis 25. September in Alzey. Drei vorgeschaltete Online-Einheiten bereiten optimal auf das Präsenztraining vor. Schwerpunkte: Wirkweise von PR, Journalistik und Medienarbeit, Konzeptionstechnik (SWOT-Analyse, Strategieentwicklung, Taktikplanung, Controlling), Unternehmens- und Veranstaltungskommunikation. Infos: [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com).

## Das PR-Interview

### Interview 13: Eine Ich-Marke braucht eine Vision

"Das PR-Interview" wird realisiert von **k1** gesellschaft für kommunikation

PR-Interview mit Patricia Riekel über die richtige Ich-Inszenierung in einer personalisierten Medienwelt

**PR-Journal:** Welche persönlichen Voraussetzungen braucht eine Ich-Marke?



**Patricia Riekel:** Eine Ich-Marke braucht eine starke Aussage: eine Idee, eine Vision oder eine Botschaft, die die Menschen bewegt und inspiriert. Die Botschaft muss eine innere

Wahrheit enthalten, glaubwürdig sein. Außerdem muss eine Ich-Marke wie ein Leuchtturm funktionieren und Orientierung bieten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommentare

**Kerlikowskys Kommentar über ... Subventionen im Sand**



Guten Tag! Eine Fata Morgana schwebt über Deutschland. Wir sehen bereits Solarstrom aus der Sahara in dunklen Winternächten nach Deutschland fließen. 400 Milliarden Euro soll das Projekt

kosten und 15 Prozent unseres Strombedarfs decken. Das klingt alles so seriös, sind doch Großkonzerne wie die Münchner Rück, RWE und E.ON sowie andere große Konzerne an dem Projekt beteiligt bzw. wollen sich an dem Projekt mit dem schönen Namen Desertec beteiligen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Der Fall Porsche: Wie schnell muss Pressearbeit sein?**

Der vorläufige Höhepunkt um die Frage, wem Porsche oder VW nun endgültig gehören, ist erreicht. Mit Michael Macht wurde gestern der neue Porsche-Vorstandsvorsitzende der Öffentlichkeit präsentiert. Auch wenn die Poker-Karten noch nicht komplett zu Ende gemischt sind, zeigt sich ein Lösungsweg zu Gunsten von Volkswagen und der damit verbundenen Eingliederung von Porsche in das Marken-Portfolio der

Wolfsburger ab. Doch was macht die Presse- und Medienarbeit von Porsche? [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**Meinungsfreiheit 2.0: ZDF schließt Heute-Journal-Forum**

Der Pilot ist auf Sendung und das neue 30 Millionen Euro teure ZDF-Nachrichtenstudio nun täglich zu bewundern. Nachdem sich Tausende Zuschauer im Online-Forum unter

[www.heute.de/ZDFforum/foren/sendungen/heute/F6898/](http://www.heute.de/ZDFforum/foren/sendungen/heute/F6898/) zumeist negativ über das neue Design der Sendung geäußert haben, folgte nun der drastische Schritt aus Mainz und das Forum zur Sendung wurde geschlossen. Die alten Beiträge können zwar noch nachgelesen, aber keine neuen Beiträge eingestellt oder alte kommentiert werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Rezensionen

**Six, Gleich, Gimmler: Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie**

Ulrike Six, Uli Gleich, Roland Gimmler (Hrsg.): "Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie". Beltz Verlag, Weinheim, Basel. 2007. 496 Seiten. Preis: 49,90 Euro. ISBN-10: 3621275916.

Eine Rezension von **Manfred Piwinger, Wuppertal, Juli 2009.**

Ein Lehrbuch und ein Lernbuch. Dieses Herausgeberwerk ist ein weiterer Beweis dafür, dass Psychologie und Kommunikationswissenschaft in getrennten Welten leben. Ein Beleg dafür ist bereits die Sichtung der Literaturangaben. Hier findet man kaum ein Werk der klassischen Kommunikationswissenschaft zitiert. Das gilt natürlich auch vice versa für die Kommunikationsliteratur. „Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie“ ist als Lehrbuch konzipiert – mit all den Vorteilen eines strukturierten und übersichtlichen Aufbaus. Wichtige Literatur und Lehrsätze sind

gekennzeichnet und gut zu erkennen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

### In der Krise ganz nah am Mitarbeiter

Lean Production als Vorbild: Wie die interne Kommunikation in schwierigen Zeiten die richtigen Kanäle findet

Opel, Hertie, Schiesser, nun auch noch der Versandhändler Quelle: Wenn in diesen Tagen Nachrichten über insolvente Traditionsunternehmen, Rekorde bei der Kurzarbeit und maue Konjunkturprognosen zirkulieren, geht es für viele um die eigene Existenz. Betroffene bangen, ob sie die nächste Rate für die neue Küche oder das Auto bezahlen können. Sehr genau hören Mitarbeiter deshalb in der Krise hin, was ihnen ihre Unternehmensleitung zu sagen hat, wie und wann sie es sagt – auch bei Maßnahmen, die weniger einschneidend ausfallen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### PR-Profis kann die Zukunft gehören...

...denn die Kommunikation der Zukunft ist: Dialog. Auf einer Pressekonferenz hat es schon einmal vorkommen können, dass die für einen Vorstand mit viel Aufwand ausgeklügelte Kommunikation engagiert hinterfragt wurde. Ein Journalist hat aufgepasst, kritisch nachgefragt und insistiert. Das mag für die Profis von der Unternehmenskommunikation kurzzeitig ärgerlich sein. Aber so ist das, wenn es einen unmittelbaren Rückkanal gibt – ein Lackmustest unter Realbedingungen. PR ist aufgrund der Tatsache, dass es diesen Rückkanal stets gegeben hat, auf Dialog und kritisches Hinterfragen eingestellt und entsprechend qualifiziert. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## PR-Digest (Lesehinweise)

### Lesetipp: GEO Magazin Nr. 08/09 - Wie werden wir morgen lesen?

Die digitale Revolution und was sie für uns bedeutet. Stehen wir vor einer „Bücherdämmerung“ und damit vor einem zentralen Wandel in der Aneignung von Wissen und einer Revolution unserer Kultur – dies sind die Fragen, denen das Magazin GEO in der Titelgeschichte seiner August-Ausgabe nachgeht. Darin zitiert GEO Erhebungen, wonach beispielsweise in den USA 60 Prozent der Bürger nach der Highschool nie mehr freiwillig ein Buch anrühren. Und wonach bereits zwei Drittel der unter 20-jährigen Deutschen erklären, es sei ihnen völlig egal, ob sie online oder offline lesen würden. [geo.de](http://geo.de)

### Blogger Knüwer und Sievers und ihr Ärger mit dem DJV

Thomas Knüwer ist Blogger und Redakteur beim "Handelsblatt" in Düsseldorf. In seinem Blog "Indiskretion Ehrensache" setzte sich Knüwer jüngst kritisch mit dem DJV Deutscher Journalisten-Verband, Bonn/Berlin auseinander. Der Verband forderte eine "konzertierte Aktion" der Verlage gegen Google. Knüwer kündigte daraufhin seinen Austritt aus dem Verband an und arbeitet nun mit anderen an einer neuen Interessensvertretung. Erster Schritt soll eine Art Manifest werden, das einen Gegenentwurf zu der "Hamburger Erklärung" verschiedener Verlage darstellt. "Meedia" sprach mit ihm über seine Pläne.

*Das "Meedia"-Interview mit Knüwer [hier online lesen](#). Der **Blogbeitrag von Knüwer** und die vielen **interessanten Kommentare** [sind hier dokumentiert](#).*

***Branchenblogger Björn Sievers** von "Carta" [schrieb einen Offenen Brief](#) an DJV-Chef Michael Konken und [antwortet](#) damit auf die Forderung des Deutschen Journalisten-Verbandes nach einer konzertierten Aktion von Verlegern, Politik und Urhebern gegenüber Google und der "Gratis-Kultur" im Netz.*

*Die **stellv. DJV-Vorsitzende Ulrike Kaiser** [antwortete](#) für den urlaubenden Konken: "Hier wird gutes Geld ohne*

*Beteiligung der Urheber verdient". Die Antwort des DJV auf Sievers.*

## Jobangebote

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

### Gesuche

Die 17 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

### Angebote

#### Volontariat/Trainee

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

#### Praktikum

Die 2 aktuellen Angebot für diesen Bereich finden Sie hier:

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

#### Agenturen

[Akima sucht PR-Berater \(m/w\) mit Agenturerfahrung in München](#)

[Berater/in Standort Essen](#)

[Junior Consultant Online Public Relations \(m/w\), Düsseldorf](#)

[PR-/Marketingberater \(m/w\) mit Schwerpunkt Text und Redaktion, Mannheim](#)

[PR-Director und PR-Manager für renommierte Tourismus Agentur, München](#)

[Agentur für Sozialmarketing sucht Juniorberater/in Kommunikation, Köln](#)

[Junior Berater \(m/w\) gesucht, Münster](#)

[Volontär/in gesucht, Remagen](#)

[fischerAppelt sucht PR-Berater/Campaigner \(m/w\), Standort Hamburg](#)

[Caritas international sucht Leiter/in Öffentlichkeitsarbeit, Freiburg](#)

#### Verbände (Non-Profit)

[Mitarbeiter/in PR & Marketing, Hamburg](#)

[BSW-Solar sucht Bereichsleiter Kommunikation \(w/m\)](#)

#### Freelancer

[Erfahrene PR-Redakteurin sucht interessante Textprojekte](#)

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 27. Juli 2009 – 22:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **18.983 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), Rengsdorf.

### 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.

-----