

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 220 / 43. KW 2009

Seite 1

GPRA-Vertrauensindex: Welcher Branche vertrauen die Deutschen?

Vertrauen ist ein zentrales Element des gesellschaftlichen Miteinanders. Egal ob Konsumverhalten, politische Meinungsbildung oder gesellschaftliche Akzeptanz, stets spielt das Vertrauen der Öffentlichkeit in Institutionen sowie politische und wirtschaftliche Führung eine wesentliche Rolle. In dieses wichtige Kernfeld von PR und Öffentlichkeitsarbeit mehr Transparenz zu bringen steht im Mittelpunkt des von der GPRA konzipierten und von TNS Emnid realisierten GPRA-Vertrauensindex, der künftig quartalsweise einen differenzierten Nachweis der Vertrauensentwicklung in der deutschen Bevölkerung ermöglicht. Der GPRA-Vertrauensindex gibt auf Basis der Differenzierung nach Branchen ein Bild des Vertrauens der Deutschen in Unternehmen und Institutionen wieder. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rangliste der Pressefreiheit 2009: Vorreiterrolle der europäischen Staaten in Gefahr

Mit Sorge betrachtet Reporter ohne Grenzen (ROG) die sukzessive Verschlechterung der Situation von Medien und Journalisten in einigen europäischen Ländern. Anlässlich der Veröffentlichung der neuen ROG-Rangliste zur weltweiten Lage der Pressefreiheit am 20. Oktober warnt die Organisation zur Verteidigung der Presse- und Meinungsfreiheit davor, dass Europa seine langjährige Vorbildfunktion verlieren könnte. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zapp: Wie die HSH Nordbank die Öffentlichkeit verhöhnt

Es war der Moment auf den Journalisten monatelang gewartet haben. Die Manager der HSH Nordbank stellen sich der Presse. Nach ewigem Schweigen der Manager hatten sich so viele Fragen bei den Journalisten angehäuft. Vor allem an den Vorstandsvorsitzenden Dirk Jens Nonnenmacher. Aber beantwortet wurde keine. Statt Statements gab es Schnittchen, statt Antworten Apfelsaft. So unverschämt geht man mit dem berechtigten Interesse der Öffentlichkeit um. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TNS Emnid: Klassische Medien punkten i.d. Informationsgesellschaft 2.0 – noch!

TNS Emnid Medienforschung fragt Bundesbürger nach ihrem Informationsverhalten. In der gegenwärtigen Medienrealität des



„Informationszeitalters 2.0“ haben die klassischen Medien (noch) die Nase vorn, wenn es um das Konsumieren von Informationsangeboten geht. Noch immer gilt: Zeitung und Fernsehen liegen beispielsweise als Informationsquelle für aktuelle Nachrichten auf den Spitzenpositionen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Die besten Forschungs-Pressesprecher des Jahres 2009

Thomas Gazlig, Leiter Kommunikation und Medien der Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren, ist der beste Forschungssprecher in der Kategorie „Forschungsorganisationen und Stiftungen“. Josef König, Leiter der Pressestelle der Ruhr-Universität Bochum, ist „Forschungs-Pressesprecher des Jahres 2009“ in der Kategorie Universitäten und Forschungsinstitute und Ulrich Eberl, Leiter Innovationskommunikation bei Siemens, macht in diesem Jahr die beste Forschungspressarbeit bei „Industrie und andere Unternehmen“. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

VDI-Öffentlichkeitsarbeit neu organisiert

Zum 1. Oktober hat sich die Öffentlichkeitsarbeit im Verein Deutscher Ingenieure (VDI) in Düsseldorf neu organisiert. In dem neu

geschaffenen Bereich „Strategie & Kommunikation“ werden ab sofort Marketing, Presse, politikorientierte sowie allgemeine Öffentlichkeitsarbeit vereinigt. Leiter des neuen Bereichs ist Michael Schwartz (40), der für diese Themen auch in der Geschäftsleitung verantwortlich zeichnet. [Schwartz war von 2001 bis September dieses Jahres beim VDI als Pressesprecher tätig.](#) [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Führungsspitze bei Burson-Marsteller Europe

Roman Geiser wird Chief Operating Officer für Burson-Marsteller Europe, Middle East und Africa und wechselt ins Verwaltungsratspräsidium bei Burson-Marsteller Schweiz in Zürich. Nach sieben Jahren als CEO von Burson-Marsteller Schweiz und mehr als zehnjähriger Tätigkeit bei Burson-Marsteller nimmt Geiser damit eine neue Herausforderung mit internationaler Perspektive an. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutscher Olympischer Sportbund mit neuer Kommunikationsmannschaft

Christian Klaue (34) wird am 1. November neuer Pressesprecher und Leiter des Ressorts Medien- und Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Olympischen Sportbunds (DOSB) in Frankfurt am Main. Er kommt vom Sport-Informations-Dienst (SID), wo er von 2006 bis 2009 als Redakteur mit den Schwerpunkten Sportpolitik/Olympia und Leichtathletik im Berliner Büro arbeitete und tritt die



komm.passion



Medien-Analysen
mit Qualitätssiegel!

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBSACHTUNG

Nachfolge des bisherigen Ressortleiters Gerd Graus an. Klaue wird in seiner neuen Funktion auch Sprecher des DOSB-Präsidiums und des DOSB-Präsidenten Thomas Bach. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (14) (43.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Jörg Nolte** (31) leitet das Büro der Agentur rw Konzept in Berlin als Senior Consultant. Dort zeichnet er als Kundenberater für die Bereiche Turnaround-Kommunikation und integrierte Kommunikation in Nord- und Ostdeutschland verantwortlich. Der Kommunikationswissenschaftler war zuvor fünf Jahre als Berater für Unternehmens- und Krisenkommunikation bei Pleon (GPRA) und atkon tätig.

02: **Wolfgang Nieschalk** (61) und **Horst Poscharsky** (68) verstärken die Aktivitäten der PR-Agentur Symptra (GPRA) im neuen Büro in Berlin-Kreuzberg. Nieschalk war bis Sommer 2009 als geschäftsführender Gesellschafter der Berliner Kommunikationsagentur Zühlke, Scholz & Partner tätig. Poscharsky begann als Drehbuchautor für Vorprogrammserien im ZDF, um danach in internationalen Werbeagenturen als Texter, Konzeptioner und Executive Creative Director zu arbeiten.

03: **Wang Rongli** verstärkt seit September als

Account Manager das Storymaker-Team in China. Mit einem Abschluss in Computer Science and Technology der Beijing Language and Culture University in der Tasche arbeitete sie zunächst für ein Jahr bei Daren Culture Media Ltd., einer chinesischen Rundfunkanstalt, anschließend ging sie zu einer chinesischen PR Agentur, wo sie die Agenturkontakte zu Wirtschafts- und Fachmedien intensivierte.

UNTERNEHMEN:

04: **Carolin Thomsen** (28) hat die Leitung des Bereichs Marketing und Kommunikation der EHA Energie-Handels-Gesellschaft in Hamburg übernommen. Die studierte Betriebswirtin ist Nachfolgerin von **Sabine Nickel**, die das Unternehmen mit Ziel USA verlassen hat. Thomsen arbeitete zuvor schon als Marketing Managerin für bedeutende Unternehmen aus dem internationalen Investitions- und Konsumgüterbereich.

05: **Harald F. Schäfer** ist zum neuen Unternehmenssprecher sowie Leiter Unternehmenskommunikation und Investor Relations von Sunways in Konstanz bestellt worden. Der promovierter Naturwissenschaftler und Certified Investor Relations Officer (CIRO) war zuvor Director Communications und Investor Relations der Speedel Holding in Basel (CH) sowie Manager Investor Relations beim Chemie- und Pharmakonzern Altana in Bad Homburg.

06: **Matthias Kolbeck** (36) ist neuer Pressesprecher bei Veolia Wasser Deutschland in

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!

Berlin, er übernimmt diese Aufgabe von **Barbara Helten**, die in Elternzeit geht. Zuvor war der Diplom-Politologe Kolbeck Pressesprecher und Büroleiter in der Berliner Senatsverwaltung für Finanzen und hat mehrere Jahre als Hörfunkjournalist für den Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB) gearbeitet.

07: **Lea Treese** (28) übernimmt Leitung der Öffentlichkeitsarbeit bei BuyVIP Deutschland in Frankfurt am Main, dort verantwortet sie die neu geschaffene Position des Managers PR und Corporate Communications. Zuvor war sie fast drei Jahre lang für den japanischen Videospielehersteller Nintendo tätig, wo sie zuletzt in ihrer Funktion als Pressereferentin die Corporate PR des Unternehmens im deutschen Markt verantwortete.

08: **Evelyn Schmidt** (44) übernimmt ab sofort die Leitung der Marketing- und Kommunikations-Abteilung bei HRG Germany in Frankfurt am Main für alle fünf Geschäftsfelder. Die Diplom-Betriebswirtin, die in wechselnden Führungspositionen bereits seit 16 Jahren bei dem Geschäftsreisedienstleister tätig ist und sich zuletzt um Sales und Marketing gekümmert hat, folgt auf **Nicola Seidel**, die das Unternehmen wegen Mutterschutz und Elternzeit verlassen hat.

09: **Laura Wilms** (28) übernimmt die Leitung des Münchener Büros der in Köln beheimateten Agentur möller pr Sie war zuletzt bei den in München ansässigen Agenturen F&H Public Relations und Martin et Karczinski als Projektleiterin beschäftigt und hatte dort

namhafte Etats betreut. Von 2003 bis 2008 war Laura Wilms bereits am Kölner Hauptsitz von möller pr als PR-Beraterin tätig gewesen.

MEDIEN:

10: **Susanne Stärkert** leitet beim Landwirtschaftsverlag in Münster (u.a. "Landlust") den neu geschaffenen Bereich Unternehmenskommunikation/PR. In ihrer neuen Position verantwortet sie den Bereiche Unternehmenskommunikation und Public Relations sowohl intern, als auch extern. Stärkert war zuvor als Marketing- und Vertriebsleiterin bei der VVA Kommunikation in Düsseldorf und Essen tätig.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

11: **Pia Wetzorke** (29) ist neue Referentin für den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbands deutscher Unternehmerinnen (VdU) in Berlin unter der Leitung von Carlotta Köster-Brons, Geschäftsführerin des VdU.

12: **Michael Roither** ist seit Oktober 2009 neuer Leiter des Internationalen Journalismus Zentrums der Donau-Universität Krems. Der Kommunikationswissenschaftler, -trainer und Redakteur zeichnet damit für die Fachbereiche PR und Integrierte Kommunikation, Journalismus und Management am IJZ verantwortlich. Roither übernimmt die Leitung von **Silvia Ettl-Huber**, die sich für ein Jahr in Bildungskarenz befindet.

13: **Christine Fröhler** übernimmt Lehrauftrag für

PMG · Presse-Monitor®



PMGmobil – Pressespiegel aufs Handy

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

Mehr Info? Bitte hier klicken!

Corporate Social Media im neuen Master-Studiengang Kommunikationsmanagement der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim in Stuttgart. Für die Vermittlung praxisnaher Inhalte im Lehrbereich Interaktive Medien- und Onlinekommunikation hat der Lehrstuhl von Prof. Dr. **Thorsten Quandt** die PR-Beraterin und Leiterin Social Media der Stuttgarter PR-Agentur Communication Consultants (CC) gewonnen.

14: **Norbert Faltin** (43) ist neuer Referent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Deutschen Schaustellerbund (DSB) in Berlin. Er folgt auf **Christoph Jansen** (47), der das Amt seit April 2001 innehatte und für den DSB in Zukunft als freier Mitarbeiter tätig sein wird. Faltin arbeitete viele Jahre bei der Nachrichtenagentur Reuters und war zuletzt Pressesprecher beim Bund der Steuerzahler Landesverband Berlin.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

14: **Michael Schroeren** (59) gibt seinen Posten als Sprecher des Bundesumweltministeriums (BMU) auf. Sein Nachfolger wird vom künftigen Bundesumweltminister bestimmt werden. Schroeren wird künftig das neue Grundsatzreferat Ökologische Verbraucherpolitik im BMU leiten. Er ist mit elf Jahren Amtszeit der derzeit dienstälteste Sprecher in der Bundesregierung. pressesprecher.com

Etats

Ausschreibung des Europäischen Parlaments: „Corporate Identity“

Das Europäische Parlament führt derzeit eine offene Ausschreibung zur Gestaltung von „Corporate Identity“-Werbeartikeln durch.

Gegenstand der Ausschreibung ist die Entwicklung eines Kommunikationskonzepts für insgesamt 27 Werbeartikel verschiedener Preiskategorien. Die Ausschreibung umfasst darüber hinaus die Herstellung und Lieferung der Werbeartikel. Zwei Rahmenverträge sollen somit abgeschlossen werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BMW vergibt den Etat für die weltweite Kommunikation im Online-Bereich an Interone

Interone Worldwide (München), Teil des internationalen BBDO-Networks, sichert sich den Etat für die weltweite BMW Online-Kommunikation. Ziel ist, die Markenkommunikation in sämtlichen digitalen Kanälen und speziell im Web 2.0 weiter auszubauen. Interone überzeugte BMW mit einem ganzheitlichen Konzept, das sich konsequent an den Bedürfnissen der Zielgruppe und ihrer Nutzung digitaler Medien orientiert. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (19) (43.KW-09)

01: IndoGerman Trade Network, München
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (pro bono)*
an: **Dr. Haffa & Partner**, München

02: Soundtec, Göttingen,
was: *Pressearbeit und strategisches Marketing*
an: **Köhler+Partner**, Handeloh

03: MTV Networks International, Berlin
was: *PR-Auftrag für MTV Europe Music Awards 2009*
an: **Kruger Media**, Berlin

04: Messe Berlin
was: *Web 2.0- und Social Media-Aktivitäten zur*

ITB-Berlin

an: **Faktor 3** (GPRA), Hamburg

05: Merck Pharma, Darmstadt

was: *Launchkampagne zum Thema „Antidot bei Cyanidvergiftungen“*

an: **Isgro-Gesundheitskommunikation**, Mannheim

06: real,- SB Warenhaus, Mönchengladbach

was: *Konzeption und verantwortlich für das Design des neuem Intranet-Auftritts*

an: **Kuhn, Kammann & Kuhn**, Köln

07: Trägerverein Olympiastützpunkt Stuttgart

was: *PR-Arbeit den Olympiastützpunkt (OSP) Stuttgart bei den Olympischen Spielen 2012*

an: **RA&P**, Stuttgart

08: Scandic Outdoor, Seevetal

was: *Entwicklung und Durchführung einer ganzheitlichen Kommunikationsstrategie für die Marken Woolpower, Isbjörn of Sweden und Baffin*

an: **ten°east communications**, Hamburg

09: Pomadeshop.de, München

was: Produkt-PR

10: Amor, Trust & Truth, Witten

was: *Produkt- und Unternehmens-PR verantwortlich*

an: **extract**, Düsseldorf

11: Sto, Stühlingen

was: *Internationaler Kommunikations-Etat für ein Innenraum-Produktsortiment*

12: Zentrale Elektromarken, Dornburg

was: *Relaunch des kommunikativen Auftritts der beteiligten Unternehmen mit der Kampagne "Elektromarken. Ihre starken Partner"*

an: **RTS Rieger Team**, Stuttgart und Düsseldorf

13: Logistep, Steinhausen (CH)

was: *Koordination die Medienarbeit im deutschsprachigen Raum*

14: coupons4u, Chemnitz

an: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in verbraucherorientierten Online- und Printmedien*

an: **Borgmeier Public Relations**, Hamburg

15: Helvetic Trust, Zürich (CH)

16: Elektro-Material, Zürich (CH)

17: Kottmann Advisory, Zürich

18: Schweizerische Gesellschaft für Organisation und Management (SGO), Glattbrugg (CH)

was: *PR-Etats*

an: **Cecchetto & Hertig**, Urdorf (CH)

19: Associazione Calcio Bellinzona (ACB), Bellinzona (CH)

was: *Verlängerung des Kommunikationsetats*

an: **Ander Group**, Manno (CH)

Branche

Jack Wolfskin eröffnet Abmahn-Herbst

Mit Jack Wolfskin vergreift sich wiederum eine weltweit agierende und sich selbst für integer haltende Marke an den kleinsten und schwächsten Gliedern des Long Tail. Jack Wolfskin, dessen Logo eine Wolfstatze ziert, untersagt allen Anbietern von Pfoten(!)-Designs die Verwendung derselben, denn Jack Wolfskin sieht seine Markenrechte verletzt! Lernen Anwälte und PR-Menschen eigentlich nichts aus den Vorgängen der Vergangenheit?

werbeblogger.de

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Auch in Rumänien wurden erfolgreiche PR-Leute ausgezeichnet

Zum Abschluss der 7. Romanian PR Week am 3. Oktober in Bukarest wurden bei einer Gala im Parlamentspalast die Golden und Silver Awards in

acht unterscheidbaren Kategorien für herausragende PR-Kampagnen vergeben. Eine internationale Jury wählte darüber hinaus den Gouverneur der rumänischen Nationalbank Mugur Isarescu wegen seiner offenen Informationspolitik während der aktuellen Finanzkrise zum "Kommunikator des Jahres". [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

fischerAppelt gründet Social Media Strategy Lab

Die fischerAppelt Föderation der Ideen fokussiert ihre Online-Kompetenz und startet das Social Media Strategy Lab. In der neuen Unit bündelt die Agenturgruppe disziplinübergreifend ihre Strategie- und Social Media Kompetenz. Im offenen Dialog mit Experten aus Unternehmen, Web-Spezialisten, Journalisten und Digital Natives werden praktisch anwendbare Modelle für die strategische Integration von Social Media in die Unternehmenskommunikation entwickelt. „Social Media hat alle Bereiche der Kommunikation nachhaltig verändert,“ sagt Bernhard Fischer-Appelt, Inhaber und Geschäftsführer der Agenturgruppe. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutsche Unternehmen entdecken die soziale Verantwortung

Deutsche Unternehmen bekennen sich besonders stark zu Werten wie "soziale Verantwortung" und "Umweltbewusstsein". Das stellte das internationale PR-Agenturnetz ECCO in seinem Corporate Values Index 2009 fest. In elf Ländern untersuchten die Kommunikationsexperten die Unternehmenswerte von insgesamt 3.732 Firmen, darunter 247 multinationale

Großkonzerne. In Deutschland wurden insgesamt 336 Websites unter die Lupe genommen. 95 Prozent davon enthielten einen klar definierten Wertekanon. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (15) (43.KW-09)

01: **Deutsche Politiker suchen den kritischen Austausch mit Lobbyisten.** Die Mehrheit der politischen Entscheidungsträger in Deutschland wünschen den Austausch mit Lobbyisten, vor allem weil diese wichtiges Fachwissen für die Entscheidungsfindung bereitstellen (61%). In keinem anderen europäischen Land bestehen jedoch so große Bedenken hinsichtlich möglicher negativer Einflüsse auf den demokratischen Entscheidungsfindungsprozess (58%). Das ist das Ergebnis einer europaweiten Studie zu Meinungen über Lobbyismus der internationalen Public Relations und Public Affairs Beratung Burson-Marsteller.

02: Die European Public Relations Education and Research Association (**Euprera**) schreibt erstmals einen **Preis für PR-Studenten aus, die sich besonders sicher im Social Web bewegen** und positionieren. Gesucht werden Studenten oder Absolventen, die sich an der Fachdiskussion zu PR im Social Web beteiligen, beispielsweise durch entsprechende Weblogbeiträge. Die drei Gewinner erwarten je 250 Euro, vor allem aber sind sie eingeladen, an der internationalen Frühjahrskonferenz der Euprera in Ghent, der Euroblog 2010, teilzunehmen und einen kurzen Vortrag zu halten. Bewerbungsschluss für den Wettbewerb ist der 8. Januar 2010. Bis dahin sollten pro Teilnehmer zehn Blogposts oder ähnliche Beiträge veröffentlicht sein. Infos: publicsphere.typepad.com

03: **Das internationale Netzwerk unabhängiger PR-Agenturen 27&More**, das in Deutschland

exklusiv von Public Relations Partners Gesellschaft für Kommunikation in Kronberg vertreten wird, geht ab sofort mit Menedetter PR an in Österreich den Start. Die Agentur ist das 20. Mitglied und die exklusive Partneragentur für Österreich, dank diesem Neuzugang deckt 27&More jetzt die D-A-CH-Region jetzt komplett mit Partneragenturen ab.

04: Die **Schweizer PR-Agenturen erwarten für 2010 eine deutliche Erholung im Markt**. Anlass dafür gibt gemäss der Herbsthebung des Branchenverbandes BPRA der Auftragseingang. Ermutigend sei insbesondere die Nachfrage seitens der Energiewirtschaft, der Pharma-/Medtech-/Biotech-Branche, der Politik und der öffentlichen Hand, schreibt der Verband in einem Communiqué vom Freitag. Die Nachfrage nach PR-Dienstleistungen sei ein verlässlicher Konjunktur-Frühindikator. 2009 hat die Branche eine Talsohle zu durchschreiten, heisst es weiter. Nur gerade jede vierte Agentur meldet Wachstum, während jede zweite Agentur voraussichtlich Umsatzeinbussen zwischen 5 und 30 Prozent in Kauf nehmen müsse.
www.persoendlich.com

05: In jedem Frühjahr **zeichnet das Magazin "PR Report" die erfolgreichsten Menschen und Projekte der deutschsprachigen PR-Wirtschaft aus**. In einem fairen und unabhängigen Wettbewerb können Einreicher der Fachöffentlichkeit zeigen, dass sie für Qualität in ihrer Profession stehen - als Finalist und erst recht als Preisträger. Einreichungsschluss ist am 25. November 2009 - die Preisverleihungs-Gala findet am 22. April 2010 in Berlin statt. <http://prreport.de/bewerben/>

06: Im neuesten **M&A Ranking PR-Agenturen Deutschland** (Januar bis September 2009) konnte sich **Hering Schuppener**, Düsseldorf/Frankfurt am Main mit 15 Transaktionen und einem Gesamtvolumen von

über neun Milliarden Euro weiterhin den ersten Platz im deutschen Markt sichern.

07: Die Kölner PR-Agentur **möller pr hat eine Niederlassung in München eröffnet**. Das Münchner Büro wird künftig eine Reihe von Kunden der Agentur im süddeutschen Raum und der Schweiz betreuen und die Neukundengewinnung in Süddeutschland intensivieren. Die Leitung des Münchner Büros übernimmt Laura Wilms (28). Sie war zuletzt bei den in München ansässigen Agenturen F&H Public Relations und Martin et Karczinski als Projektleiterin beschäftigt.

08: **Ira Wülfing Kommunikation** in München **erweitert das Geschäftsfeld mit der neuen Bewegtbildabteilung IWVK** (Video-Kommunikation). Von der redaktionellen Entwicklung bis zur filmischen Umsetzung und technischen Bereitstellung wird alles geliefert. Die personelle Verstärkung hierfür wird mit Dirc Seemann erreicht.

09: Ralf Rachfahl, Berlin ist als Distriktbeauftragter für Öffentlichkeitsarbeit bei **Rotary International** District 1940 verantwortlich für das neue **Online Magazin "Rotierende Seiten"** (www.rotierende-seiten.de).

10: Claus-Martin Carlsberg und Manfred Richter haben in München die **Agentur Carlsberg & Richter** mit dem Schwerpunkt strategische Kommunikationsberatung **gegründet**. Die Kunden können auf insgesamt mehr als 40 Jahre Erfahrung zurückgreifen, die die beiden Unternehmensgründer in verantwortlichen Positionen in Unternehmen, Verlagen und Agenturen gesammelt haben.

11: **Walter Visuelle PR** aus Wiesbaden hat ihr Portfolio um **Leistungen rund um das Thema Social Media erweitert**. Speziell für jedes Unternehmen berücksichtigt die PR-Agentur in der strategischen Online-PR die jeweils wichtigen Kanäle. Die PR-Agentur bietet parallel zur Beratung

von interessierten Unternehmen rund um Social Media auch Webinare und Seminare zum Thema. Darüber hinaus hat Walter Visuelle PR moderierte Social-Media-Workshops konzipiert, in denen die interessierten Unternehmen Orientierung finden und gemeinsam mit der PR-Agentur Strategien entwickeln.

12: Christian Preiser (41) kehrt in die Medienbranche zurück: Unter dem Namen „**preiserconsorten. publishing. consulting.**“ hat der ehemalige FAZ-Wirtschaftsredakteur in Frankfurt am Main das nach journalistischen Grundsätzen arbeitende Büro für Publikation und Medienberatung **gegründet**. preiserconsorten will Verlage dabei unterstützen, das publizistische Potenzial ihres Medienportfolios zu identifizieren, zu evaluieren und zu stärken.

13: **Bei den in New York vergebenen internationalen "Galaxy-Awards" ist Bayer Leverkusen mit sieben Preisen ausgezeichnet worden.** Sowohl der Bayer-Imagefilm "Elements of Fascination" als auch die Online-Version des Geschäftsberichts erhielten "Gold". Text und Layout des Geschäftsberichts sowie das Bayer-Magazin "Report" bekamen jeweils Bronze. Das Wissenschaftsmagazin "Research" und der Imagefilm in der Kategorie "Stakeholder-Dialog" erhielten die Auszeichnung "Honors".

14: Die Leverkusener PR-Agentur **dako pr** ist in den **Verband AIKA** Allianz Inhabergeführter Kommunikationsagenturen in Deutschland **aufgenommen** worden. Und dies nach einem mehrmonatigen Aufnahmeprozess mit zahlreichen Qualitätsprüfungen.

15: Die Münchener Agentur **unicat communications** bringt ihre **Award Expertise bei Benchmark**, Hamburg ein. Das Online Qualitäts-Portal und führenden Rating-Plattform hat den neuen Bereich "Awards" eingerichtet. Diese bietet Award-Herausgebern und -Teilnehmern die Möglichkeit, Awards auf

das Internetportal zu stellen bzw. eine entsprechende Empfehlung abzugeben. Auf der Ratingplattform Benchmark werden Produkte und Leistungen von Unternehmen, Verbänden und Institutionen aus 24 Branchen (auch PR) empfohlen. Es bietet eine umfassende, branchenübergreifende Anbieter-Datenbank mit Marktmonitoren, Marktstatistiken und -entwicklungen. Der Bereich „Awards“ wird zurzeit aufgebaut und umfasst aktuell zirka 100 Nennungen. Für weitere Informationen bzw. um einen Award zu bewerten oder neu einzustellen, gehen Sie bitte auf www.unicat-communications.de und klicken auf das Symbol „awards@unicat“.

Medien

Medien haben eine Bildungsfunktion

Heutige Gewinnoptimierung genügt nicht mehr, um eine lebendige Zukunft zu garantieren. Nobelpreisträger Richard R. Ernst fordert mehr Verantwortlichkeit, Gemeinsinn und langfristiges Denken. Der 75-jährige ETH-Professor bereist mit seinen Vorträgen die ganze Welt. Am 19. Oktober sprach er im Hotel Baur au Lac an einer IAA Veranstaltung. Im Anschluss gab er "persoenlich.com" [ein exklusives Interview](#). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Fünf Fehler von Printmedien beim Umgang mit Online-Kommentaren

Ulrike Langer, freie Medien- und Marketingjournalistin in Köln schreibt in ihrem Blog "medialdigital": Je mehr ich mich im sozialen Netz bewege, desto unangenehmer stoßen mir die Kommentarregeln und -darstellungen vieler Printmedien auf ihren Online-Seiten auf. Hier sind fünf grundlegende und häufige Fehler, die ich

beheben würde, wenn ich in einer Onlineredaktion Verantwortung trüge: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Presserat: Online-Zuständigkeit führt zu erhöhtem Beschwerdeaufkommen

Beschwerdearbeit 2008/2009

729 Eingaben gab es 2008 von denen 514 anhand des Pressekodex zu überprüfen waren. Von den Beschwerdeausschuss-Vorsitzenden und der Geschäftsstelle wurden insgesamt 140 Fälle im Vorverfahren als offensichtlich unbegründet zurückgewiesen (Vorjahr 182). In drei Fällen gelang eine Vermittlung. Insgesamt 202 Beschwerden aus den Eingaben 2008 wurden in den Beschwerdeausschüssen behandelt. Dazu kamen noch 92 aus dem Vorjahr, so dass die Beschwerdeausschüsse 2008 insgesamt 294 Beschwerden behandelt haben (Vorjahr 328). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (11) (43.KW-09)

01: Cision, Dienstleister im Bereich Mediendaten, Distribution, Monitoring und Analyse für PR und Kommunikation, und LexisNexis, Anbieter von Informations- und Wissenschaftsmanagementlösungen für Wirtschaft und Recht, haben eine **strategische Partnerschaft zur Erweiterung der globalen Kommunikationsplattform CisionPoint** geschlossen. Dadurch sollen CisionPoint-Kunden künftig zusätzlich von dem nationalen und internationalen Nachrichtenangebot von LexisNexis profitieren. Cision-Kunden erhalten noch in diesem Jahr über die Kommunikationsplattform CisionPoint Zugang zur weltweiten LexisNexis-Datenbank. Mithilfe des CisionPoint Online-Übersetzungstools sind auch

sämtliche Inhalte in der gewünschten Sprache verfügbar.

02: Die schwarz-gelbe Koalition will nach Darstellung der FDP eine **Stiftung Datenschutz fürs Internet** nach dem Vorbild der Stiftung Warentest gründen. "Unser Ziel ist es, im Netz eine Art Gütesiegel zu etablieren, das den Nutzer darauf hinweist, bei welchen Anbietern seine Daten sicher sind", sagte die stellvertretende FDP-Fraktionsvorsitzende Sabine Leutheusser-Schnarrenberger der Hamburger Wochenzeitung "Die Zeit". Sie hatte für die FDP die Koalitionsverhandlungen in der Arbeitsgruppe Recht und Inneres geführt. [news.yahoo.com](#)

03: **Digital-Trend: Entertainment-Guides bestimmen das Fernseherlebnis 2014.** Die Idee des Elektronischen Programmführers (EPG), mit dem der Zuschauer durch die kaum überschaubare Programmvielheit navigiert, ist bereits überholt, bevor er sich auf dem deutschen Markt durchsetzen konnte: An seine Stelle tritt bis 2014 der persönliche „Entertainment Guide“. Neben funktionaler Übersichtlichkeit verlangt der Zuschauer attraktives Design und eine Erlebnisqualität, die ihn aktiv zur Entdeckung und Nutzung von digitalen Inhalten motiviert – seien es klassisch-lineare oder zeitversetzte „Catch Up“ TV-Inhalte, Web-TV sowie die gesamte Entertainment-Bibliothek des Nutzers. [goldmedia.com](#)

04: **Überraschende Ergebnisse einer Studie zur Werbewirkung von Advertorials: Advertorials können kaum überzeugen.** Seit geraumer Zeit rücken Advertorials verstärkt ins Zentrum der Aufmerksamkeit der Werbetreibenden. Sie gelten beinahe schon als neuer Trend in der Print-Werbewelt. Der Hintergrund für dieses Interesse ist eine vermutete zunehmende Reaktanz der Konsumenten gegenüber klassischer Anzeigenwerbung, der nachgesagt wird, immer mehr an Wirkung zu verlieren. [mediaanalyzer.com](#)

05: Gruner+Jahr treibt Ausbau des Corporate Publishing-Geschäfts voran. Der neue Name des G+J-Bereichs Corporate Publishing ist Programm: "G+J Corporate Editors" stellt die Kompetenzen, die ein Verlag hat, in den Dienst von Unternehmen. Das gilt für das journalistische Leistungsspektrum ebenso wie für die Expertise von Gruner+Jahr in allen Bereichen des Verlagsgeschäfts: in der Marktforschung, in der Markenberatung, im Vertrieb, in der Anzeigenvermarktung, in der Spezialkommunikation und auf internationalen Märkten.

06: Social Media: News-Seiten profitieren von Facebook und Co., Gatekeeperfunktion von Journalisten überholt. Nachrichten-Webseiten profitieren von der Einbindung von Social-Media-Angeboten. Die Newsangebote im Netz sollen - und wollen auch - immer mehr Gebrauch von sozialen Medien machen. Die BBC beispielsweise arbeitet derzeit an einem Totalumbau ihrer Nachrichtenseite und will gar einen eigenen Social-Media-Redakteur beschäftigen. Dass sich derlei Bemühungen auszahlen, beweist die "Huffington Post". Der Launch einer Social-Newsseite mit Facebook Connect brachte dem Blog-Portal einen kräftigen Traffic-Zuwachs, wie Nielsen-Zahlen von September beweisen. persoenlich.com

07: Die IVW-Quartalsauflagen im Teenie-Segment - Trotz Internet: Jugendzeitschriften boomen. Wer bisher gedacht hatte, die Print-Branche würde deswegen sterben, weil nachwachsende Generationen sich nur noch im Internet herumtreiben würden, muss seine Meinung wohl etwas revidieren. Die neuen Verkaufszahlen der IVW zeigen: Mit für Jugendliche relevanten Inhalten lässt sich auch im Jahr 2009 noch kräftiges Auflagenwachstum bei Teenies generieren. Die vier größten Jugendzeitschriften des Landes haben im dritten Quartal nämlich allesamt zugelegt, Marktführer "Bravo" um heftige 82.807 Exemplare. meedia.de

08: Internetsuche in Echtzeit: Google, Yahoo und Microsoft wollen künftig Einträge aus dem Kurznachrichtendienst Twitter in ihre Suchmaschinen einbinden. Twitter-Nachrichten, die sogenannten Tweets, sollten ohne Verzögerung bei der Suche im Netz berücksichtigt werden. Dies gaben die drei Konzerne am Donnerstag unabhängig voneinander bekannt. Bislang können Googles Suchmaschine oder Microsofts neues Bing die maximal 140 Zeichen langen Tweets des populären Dienstes aus technischen Gründen noch nicht erfassen. Einen konkreten Termin für die neue Vereinbarung nannten die Konzerne nicht. Mit der Einbindung in die Suchmaschinen könnte Twitter künftig erstmals in der Lage sein, Geld zu verdienen. zeit.de

09: Immer online? Wie das Internet unseren Lebensstil verändert. Ständig erreichbar zu sein – das ist für viele Menschen heutzutage Segen und Fluch zugleich. Manche von ihnen, besonders Jugendliche, tauchen immer tiefer in die Netzwelten ab, entwickeln gar Suchtverhalten. Wie realistisch ist ein intelligenter, kontrollierter Umgang mit dem Internet? Wo liegen dessen Potenziale für neue und selbstbestimmte Lebens- und Arbeitsformen? Fragen wie diese diskutieren auf Einladung von NDR Info und der ZEIT-Stiftung profilierte Experten und das Publikum im NDR Radiohaus. Am 28. Oktober sendet NDR Info eine halbstündige Zusammenfassung der Debatte in der Sendung "Forum" um 20:30 Uhr. Die Beiträge werden auch in der NDR Mediathek zum Nachhören sowie als Podcasts angeboten. ndrinfo.de

10: Internet-Seminare, virtuelle Pressekonferenzen und die Verbreitung von Neuigkeiten über „neue Medien“ sind schon seit über zehn Jahren im Gespräch und teilweise erfolglos getestet. Wenn sich Kunden, Verlage und Agenturen verstärkt an Effizienz orientieren, sind in der **Gesundheitsbranche** zeitgemäße Konzepte für klassische PR und auch **Alternativen zur „klassischen“ Pressekonferenz** gefragt, so Jasmin Eickhoff, Leiterin der Patzer PR Köln. Die

Redakteure und Journalisten der Gesundheits-Fachpresse sind für gute Konzepte nach wie vor offen, so eines der Ergebnisse der von der Kölner Agentur durchgeführten Befragung.

11: CSR-Leitfaden für Ein-Personen-Unternehmen (EPU): Richtig umgesetzt bringt CSR den Einzel-Unternehmern Wettbewerbsvorteile, höhere Konflikt- und Krisenresistenz, Kosteneinsparungen, aber auch Informationsvorteile durch mehr Nähe zum Kunden und zu Geschäftspartnern. Gerade das ist für Ein-Personen-Unternehmen besonders relevant, da sie meist stark von guten Kontakten und Netzwerken abhängen. Wichtig ist auch, dass sie mit ihren Ressourcen schonend umgehen, mit ihrer Zeit, ihrer Gesundheit und Arbeitskraft, ihrer Umwelt. Was sich selbstverständlich anhört ist, jedoch mit einer 60-Stunden-Woche und finanziellen Sorgen schwer vereinbar. respect.at

...und dann das noch:

Eigen-PR mit Britischem Humor: Der englische Schauspieler John Cleese, bekannt als Mitglied der Komikertruppe Monty Python, erfreut sich trotz seiner bald siebzig Lenzen bester Gesundheit. Trotzdem lässt er seine Fans anlässlich seines runden Geburtstags [über seine Todesart abstimmen](#). Im Internet können alle Interessierten die von ihnen favorisierte Todesart deponieren. Wie das Newsnetz schreibt steht derzeit die Methode, Cleese solle an der Lektüre der Reisebücher seines alten Weggefährten Michael Palin sterben, am Höchsten im Kurs. persoenlich.com

Services + Tipps

Service compact (5) (43.KW-09)

01: Zum siebten Mal in Folge ist der **Ifo-Geschäftsklima-Index** gestiegen - um 0,6 Punkte gegenüber dem Vormonat auf nunmehr 91,9 Punkte für Oktober. Das ist der höchste Stand seit September 2008. Befragt wurden wieder 7.000 Manager der deutschen Wirtschaft.- Das Konsumklima hat dagegen im Herbst einen leichten Dämpfer erhalten: Der **GfK-Konsumklima-Index** steht für den November 2009 bei 4,0 Punkten - 0,2 Punkte weniger als im Vormonat.

02: „**Mit Erfahrung aus der Krise**“ lautet der Titel des Buches von Klaus-Peter Johanssen. Es erscheint als achter Band der Reihe J + K Wissen, die von der Berliner Kommunikationsberatung Johanssen + Kretschmer (J + K) (GPRA) herausgegeben wird. „Klaus-Peter Johanssen hat mit seiner Erfahrung und seinem Wissen J + K in den vergangenen Jahren stark geprägt.“ resümiert Heiko Kretschmer, Geschäftsführer von J + K. „Er hat sich immer die Frage gestellt, wie er sein Erfahrungswissen systematisieren kann, um es unseren Mitarbeitern, Studierenden und Interessierten weitergeben zu können. Ich freue mich sehr, dass wir nun mit dem neuen Band unserer Reihe seinen Erfahrungsschatz und seine Erkenntnisse der vergangenen Jahre einer breiten Leserschaft zugänglich machen können.“ (www.jk-kom.de)

03: Der Kroll-Verlag, Hofkirchen hat das "**Pressetaschenbuch Immobilien-Wirtschaft 2010/2011**" veröffentlicht (Herausgeber: Union Investment Real Estate, Hamburg). Es enthält 12.550 Personenkontakte rund um die Immobilienwirtschaft. (www.kroll-verlag.de)

04: Vor allem an Redaktionen von Kunden- und Mitarbeitermagazinen richtet sich **das neue Serviceangebot www.vor-ort-foto.de**. Unter

dieser Bezeichnung geht jetzt ein bundesweites Fotografennetz an den Start, das zu günstigen Pauschalpreisen ab 150 Euro pro Auftrag gebucht werden kann. Die Abwicklung erfolgt komplett webbasiert: Der Auftrag wird über ein Briefingformular erteilt, die Bildlieferung erfolgt über ein spezielles Downloadportal.

05: Wie inhabergeführte Agenturen arbeiten und welchen Mehrwert sie ihren Kunden bringen können, ist Thema eines Horizont-Extras, das in Zusammenarbeit mit der Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen **AIKA** entstanden ist. Das Heft beschreibt außerdem die Kriterien, die Kunden an eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Agenturen anlegen, benennt die besonderen Qualitätsanforderungen der Allianz an Ihre Mitglieder und enthält Arbeitsbeispiele sowie Agenturporträts. Zum Horizont-Extra als E-Paper geht es hier:
http://digitalflip.de/a4/demo_books/horizont_extra/flipviewerexpress.html

Termine + Tagungen

Welche Zukunft hat Qualität?

5. IQ-Herbstforum zu den Herausforderungen im Journalismus

Wie lassen sich Qualität und Glaubwürdigkeit von Medien in wirtschaftlich schwierigen Zeiten und bei immer neuen digitalen Informationsquellen sichern? Diese Frage sollte im Zentrum des 5. Herbstforums der [Initiative Qualität im Journalismus](#) stehen. Der Titel der Veranstaltung im Berliner Funkhaus des [Deutschlandradios](#): „Qualität mit Zukunft – Zukunft mit Qualität.“ [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Creativity World Forum in Stuttgart und Ludwigsburg

Hochkarätige Redner und internationaler Austausch zeichnen das Creativity World Forum aus, das vom 1. bis zum 3. Dezember in Stuttgart und Ludwigsburg stattfindet. Rund 1.200 Teilnehmer aus aller Welt werden zu der Kongressveranstaltung, die in diesem Jahr erstmals in Deutschland stattfindet, erwartet. An den beiden Hauptkongresstagen, 1. und 2. Dezember, bringen die Veranstalter – das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg und die MFG Baden-Württemberg – prominente Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Film, Architektur, Musikwirtschaft und Design zusammen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (3) (43.KW-09)

01: DPRG-Nord: Der Markt und die PR-Agenturen: wie wir uns in einem schwierigen Umfeld bewähren. Dinner-Talk mit Andreas Fischer-Appelt über Strategien und Entscheidungen von PR-Unternehmern in den nächsten zwölf Monaten. Der Dinner-Talk wendet sich unter der Moderation von Nicola Sieverling an PR-Unternehmer. Mittwoch, 28. Oktober 2009 um 19:30 Uhr in der Hanse Lounge, Neuer Wall 19, Hamburg-City. Infos und Anmeldung: dprg.de

02: Die Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen AIKA lädt zum Thementag "Wege aus dem Preisdruck". Am 12. November präsentiert der Veranstalter in Düsseldorf fünf Sprecher, die sich den Themen wie Kostenoptimierung und Profit widmen.

03: Business Wire-Webinar: Maximale Online-Präsenz durch Suchmaschinenoptimierung, Bild- und Videoverbreitung. Unter dem Einfluss des Internets verändert sich die Medienlandschaft zunehmend. Kommunikationsabteilungen stehen

vor neuen Aufgaben und Herausforderungen, die neuen Medien in ihre Maßnahmen mit einzubeziehen. Im Webinar von Business Wire erfahren Sie, wie Sie Ihre Pressemeldungen für eine stärkere Online-Präsenz und bessere Suchmaschinenergebnisse optimieren und somit den Traffic auf Ihre Meldung und Webseite erhöhen. Termin: **26. November 2009, 14 Uhr**. Dauer: ca. eine Stunde, Anmeldung über dieses [Kontaktformular](#).

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (1) (43.KW-09)

01: Die **DAPR Deutsche Akademie für Public Relations setzt Erfolgskonzept ihrer berufspraktischen Qualifizierung fort. Die 33. DAPR-Grundausbildung startet am 19. Februar 2010 in Frankfurt am Main.** Um an der DAPR-Grundausbildung teilnehmen zu können, müssen die Teilnehmer/innen Berufserfahrung im Kommunikationsbereich nachweisen. Dadurch können auch eigene Erfahrungen in den Kurs mit eingebracht werden. Die begrenzte Teilnehmerzahl ermöglicht eine intensive Lehrstoffvermittlung, und es bleibt genügend Zeit für Vertiefungen, Praxisbeispiele und Diskussionen. Die DAPR-Grundausbildung ist so konzipiert, dass sie sehr gut berufsbegleitend wahrgenommen werden kann. Die zur PR-Beraterprüfung erforderliche Hausarbeit/Konzeption orientiert sich an einem realen Kundenprojekt mit konkretem Auftraggeber. Infos: www.dapr.de

Das PR-Interview

Interview Nr. 19: Zum Stellenwert von Personality-PR für die Markenentwicklung

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

Interview mit Dr. Hermann Bühlbecker, Lambertz-Gruppe, Aachen zum Thema Personality-PR

PR-Journal: Sie sind oft in den Medien vertreten. Ist Hermann Bühlbecker mittlerweile nicht nur Multiplikator, sondern eine eigene Marke?



Hermann Bühlbecker: Ich trete bei öffentlichen Anlässen als reiner Markenbotschafter für mein Unternehmen auf. Ich sehe es als große Chance, wenn man eine über dreihundert Jahre alte Konsumgütermarke

personifizierbar und noch bekannter machen kann. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über ... teure Milch-Cocktails auf Staatskosten



Mariann Fischer-Boel, als EU-Kommissarin zuständig für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung, hat für ihr Arbeitsgebiet die notwendige Kompetenz; denn sie hat mit ihrem Mann mehrere Bauernhöfe. So erhielt das Ehepaar auch jährlich 50 000 Euro Hilfen aus Brüssel. Ihrer Tochter und ihrem Schwiegersohn hat das Ehepaar bereits einen großen Bauernhof

vermacht. Die dürften ebenfalls aus Brüssel Subventionen erhalten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Ebersbach/Glaser/Heigl: Social Web

Ebersbach, Anja; Glaser, Markus; Heigl, Richard (2008): Social Web. Verlag: UTB/UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz. 278 Seiten. Preis: 19,90 Euro. ISBN: 978-3-8252-3065-4.

Rezension von Katja Fürstenau, PR Plus GmbH, Heidelberg

Wieso schreibe ich eine Rezension zu einem Buch, das bereits 1 ½ Jahre alt ist? Und dann noch zu einem Buch über das "Social Web", von dem man meinen könnte, dass es veraltet ist, kaum ist es publiziert? Ganz einfach: "Social Web" von Anja Ebersbach, Markus Glaser und Richard Heigl war in den letzten 18 Monaten bei meinen Recherchen zur Online-PR mein ständiger Begleiter, doch habe ich es erst jetzt geschafft, es von vorne bis hinten zu lesen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Der Koalitionsvertrag: Ein Dokument der Ziellosigkeit

Eine **Gesamtübersicht** gibt es [hier bei SpiegelOnline](#): **Analyse des Koalitionsvertrags** - So will Schwarz-Gelb die Republik umbauen.

Malte Spitz, B90/Die Grünen schreibt in seinem Blog: Was bringt der Koalitionsvertrag von

Schwarz/Gelb in den Bereichen Innenpolitik, Rechtspolitik und Informationsgesellschaft? Es ist ein Dokument der Ziellosigkeit, das sich in ewig langen Füllsätzen verliert, ohne aufzuzeigen, wohin es eigentlich hingehen soll.

In Hinblick auf die digitale Zukunft Deutschlands und die Stärkung der Bürgerrechte und des Datenschutzes ist von einer schwarz-gelben Bundesregierung nichts zu erwarten. Es mangelt dieser Koalition an einem Verständnis der Herausforderungen, die vor uns stehen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

WWW - willkommen im Weitererzähl-Web

Die ersten Tweets über das Erdbeben kommen noch vor den seismischen Wellen: Unsere digitale Kommunikation wird immer rasanter, unmittelbarer, direkter - nun starten Microsoft und Google eigene Echtzeitsuchen. Christian Stöcker erklärt, wie "Hast Du schon gehört"-Kommunikation das Web verändert. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 15 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee

Die 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[PR-Berater \(m/w\) Bereich Corporate Communications, München](#)

[PR-Volontär \(m/w\) gesucht, Hamburg](#)

[PR-Assistent\(in\) für Starnberg/München gesucht, Fokus: Krisen-/Litigation-PR](#)

[PR-Assistent/in gesucht, München](#)

[PR-Agentur in München sucht Volontär \(m/w\)](#)

[PR-Berater\(in\) mit ca. 3 Jahren Agenturerfahrung gesucht, München](#)

[PR-Junior-Berater \(m/w\) / PR-Berater \(m/w\), München](#)

Unternehmen

[Praktikant \(m/w\) – Pressearbeit – ab 1.1.2010 für 6 Monate \(München\)](#)

[Junior PR-Manager/In für Online-PR gesucht, Berlin](#)

[Communications Manager Oncology \(m/w\), Nürnberg](#)

[PHILIPP PLEIN sucht PR Manager/in, Schweiz](#)

[Mitarbeiter \(m/w\) Konzernkommunikation gesucht, Leipzig](#)

[Werkstudent/in für Unternehmenskommunikation gesucht, Berlin](#)

Verbände (Non-Profit)

[Communications Manager \(f/m\), Bonn](#)

Freelancer

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 26. Oktober 2009 – 22:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **19.185 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 (frauке.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.