

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 222 / 44. KW 2009

Seite 1

Henkel-PR-Manager in Millionen-Betrug verwickelt

Kai von Bargaen, ehemaliger Chefredakteur von Antenne Düsseldorf und seit einigen Jahren Ressort-Chef in der PR-Abteilung von Henkel, erstattete Selbstanzeige. Seitdem wird gegen ihn wegen Betrug und Urkundenfälschung ermittelt. Insgesamt geht es um einen Schaden von 45 Millionen Euro, der einem Hamburger Finanz-Unternehmen entstanden sein soll. Zusammen mit Willy L. soll der ehemalige Journalist Millionen ergaunert haben. wz-newsline.de

Chefsache Issues Management: Erfolgreich aus der Krise

Highlights von der 8. IMAGE-Jahrestagung am 6. November in Frankfurt am Main. Sicherung und Stärkung des Unternehmens durch Reputations- und Markenwahrung - Vorbereitung auf den Tag X - Chefsache Führungskräftekommunikation. Zur Jahreskonferenz „Chefsache Issues Management“ hatte das FAZ-Institut zusammen mit der Issues Management Gesellschaft (IMAGE) Deutschland nach Frankfurt geladen.

Organisation und Durchführung lag auch dieses Mal in den Händen von ConVent Seminare GmbH. Teilnehmer und Referenten spiegelten viele Facetten des Issues Management wieder. Es waren **Beteiligte und Betroffene** (Stakeholders): Vertreter von Unternehmen, NGOs, Agenturen, Medien, aus der Wissenschaft und aus Beratungen mit Verantwortung für Strategie, Kommunikation, Issue Management, Krisenprävention etc. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wie wir alle Opel wurden

Irgendwann ist in der deutschen Öffentlichkeit das Bild von der wirklichen Situation des Autoherstellers Opel durcheinandergeraten. Es schien so, als habe man es mit einem deutschen Unternehmen zu tun, das höchst wettbewerbsfähige Produkte produziert und mit überschaubar großen Anstrengungen zu einer gewinnbringenden Industrieperle werden kann. Von der alten Muttergesellschaft in Amerika, den Pleitiers von General Motors (GM), hatte man sich abgenabelt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Ranking Forecast 2009-Umfrage

Nach einigen Jahren Pause startet das „PR-Journal“ für 2009 wieder eine Forecast-Umfrage fürs PR-Ranking. Die Ergebnisse dürften für dieses sicher schwierige Jahr besonders interessant sein. Die Teilnehmer der letzten Honorarumfrage 2008 wurden direkt angeschrieben. **Es können sich aber auch PR-Agenturen beteiligen, die bisher noch nicht mit dabei waren.** Beantworten Sie



dann bitte die folgenden Fragen und senden die Umfrage an uns zurück. **Einsendeschluss ist am 12. November 2009** (wir wollen die Ergebnisse am 16. November veröffentlichen). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

PR Club Hamburg wählt neuen Vorstand und verleiht Ehrenpräsidentschaft

Wie bereits in einer [Kurzmeldung](#) berichtet, hat der PR Club Hamburg am 26.10.2009 einen neuen Vorstand gewählt. Hier nun die Details: Neuer Vorstandsvorsitzender ist Torsten Panzer (Co-Founder und Managing Director Buzzer Deutschland). Wiedergewählt und im Amt bestätigt wurden Uwe Jens Neumann (Vorstandsvorsitzender Hamburg@work) als stellvertretender Vorsitzender und Schatzmeister sowie Simone Hopf (Projektmanagerin PR Club Hamburg) als Schriftführerin. Mit der neu geschaffenen Ehrenpräsidentschaft bedankt sich der PR Club Hamburg bei Dagmar Winklhofer-Bülow, die nach zehn Jahren von Ihrem Amt als Vorstandsvorsitzende zurückgetreten ist. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die TUI Deutschland stellt die Pressearbeit neu auf

Mario Köpers (45), Executive Director

Unternehmenskommunikation, gliedert die Pressearbeit von TUI Deutschland mit Sitz in Hannover in vier Bereiche, die jeweils direkt an ihn berichten: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Christine Lüders soll Antidiskriminierungsstelle des Bundes leiten

Christine Lüders (56) soll vom Bundeskabinett als neue Leiterin der Antidiskriminierungsstelle (ADS) vorgeschlagen werden. Das Amtsverhältnis der früheren Leiterin der ADS, Martina Köppen, ist durch den Ablauf der gesetzlichen Befristung bereits seit dem 27. Oktober 2009 mit der Konstituierung des neuen Bundestages beendet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wechsel in der Geschäftsführung von PR plus

Christina Fischbach (30) übernimmt am 1. Januar 2010 die Geschäftsführung des Heidelberger PR-Ausbilders PR plus (mit Ausbildungsstätten in Köln und Krems/Österreich). Sie folgt auf **Stefan Kombüchen** (37), der nach zehn Jahren an der Spitze das Unternehmen im besten, freundschaftlichen Einvernehmen verlässt, um neue beruflichen Aufgaben und Herausforderungen in der PR-Branche anzunehmen. Fischbach arbeitet seit mehr als fünf Jahren bei PR plus und verantwortete zuletzt die Master-Lehrgänge PR und Integrierte Kommunikation, die die Heidelberger in



komm.passion



Medien-Analysen
mit Qualitätssiegel!

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBSACHTUNG

Kooperation mit der Donau-Universität Krems anbieten. Kombüchen bleibt auch zukünftig als Gesellschafter, Dozent, Betreuer und Begleiter mit dem Heidelberger Institut verbunden.

Personalien compact (16) (45.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Martin Bialecki** (42) hat die Geschäftsführung von Plato Kommunikation übernommen. Bislang war er Leiter Hauptstadtbüros der Deutschen Presse-Agentur dpa. Dort hat Bialecki seit 1995 in verschiedenen führenden Funktionen gewirkt, um dann 2005 die Leitung des Hauptstadtbüros zu übernehmen.

02: **Volker Böcking** (40) steigt als Senior Consultant und Leiter PR in die Stuttgarter Agentur für Markenkommunikation Roth & Lorenz ein. Der Spezialist für strategische Kommunikationsberatung wechselt von der Hering Schuppener Unternehmensberatung für Kommunikation in Düsseldorf in das Führungsteam der Agentur am Neckar. Er gehört damit zur erweiterten Geschäftsleitung.

03: **Torsten Tragl** (41) ist Geschäftsführer bei HFN Kommunikation und wird die Agentur zukünftig zusammen mit Geschäftsführer und Agenturgründer **Helmut Nollert** führen. Tragl wird insbesondere Unternehmen aus der Immobilienwirtschaft und der Finanzbranche betreuen und das HFN-Team am Standort

Frankfurt am Main führen. Vor seinem Wechsel zu HFN leitete der promovierte Sozialwissenschaftler die Unternehmenskommunikation des Immobilienunternehmens Gagfah, welchem er seit kurz vor dem Börsengang 2006 angehörte.

04: **Christian Wild** (42) unterstützt als PR Consultant das Kreativteam der PR-und Werbeagentur Creatissima mit Sitz im oberbayerischen Lenggries. Er zeichnet für Entwicklung, Koordination und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen für mittelständische Kunden aus unterschiedlichen Technologiebranchen verantwortlich. Wild verfügt über rund zehn Jahre PR-Erfahrung und war bisher in mehreren PR-Agenturen mit Technologiefokus wie etwa in der Münchner Agentur unikat communications tätig.

05: **Alexandra Seibt** (24) unterstützt das Team von Bonne Nouvelle. Die Politologin wird in der Bonner Agentur, die im Oktober 2009 von **Simone Stein-Lücke** gegründet wurde, im Bereich Corporate Social Responsibility und Public Affairs mitwirken sowie die strategische Sozialforschung verstärken.

UNTERNEHMEN:

06: **Henning Juknat** (32) ist neuer Public Relations Manager bei THQ Entertainment in Krefeld. Er war zuvor über drei Jahre bei der Agentur Pleon (GPRA) in Düsseldorf tätig, wo er als Redakteur Media Relations insbesondere Projekte aus den Bereichen Musik, Lifestyle und Entertainment

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!

betreut hat.

07: **Melanie Stöckl** (39) leitet wieder die Kommunikation von Seat Deutschland in Mörfelden-Walldorf. Sie kehrt damit nach Beendigung ihrer Elternzeit seit Dezember 2006 auf ihre ehemalige Position zurück. Stöckl kam 1997 erstmals zu Seat, zuvor leitete sie die Kommunikation bei Hyundai Deutschland.

Alexander Skibbe (37), der zwischenzeitlich Leiter der Kommunikation war, verlässt das Unternehmen mit unbekanntem Ziel. Skibbe war zuvor Pressechef der Gläsernen Manufaktur von Volkswagen in Dresden.

08: **Michaela Fischer-Zernin** (42), Leiterin der Konzernkommunikation, des Vorstandsstabs und des Marketings, hat auf eigenen Wunsch die HSH Nordbank verlassen, um sich neuen beruflichen Herausforderungen zu stellen. Zwischenzeitlich übernimmt der PR-Berater **Frank Laurich** (49) von Laurich & Kollegen, Hamburg die Konzernkommunikation kommissarisch.

09: **Stefan Nünlist** (47), seit 2001 Leiter Unternehmenskommunikation und Public Affairs von Swisscom in Bern (CH), wird neuer Kommunikationschef der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB). Sein Vorgänger, **Werner Nuber** (59), wechselt nach knapp zehnjähriger Tätigkeit in die SBB-interne Consulting Group. Wer Nünlists Nachfolger bei Swisscom wird, ist noch nicht entschieden.

10: **Monika Schmied** (41) übernimmt nach über siebenjähriger Tätigkeit als Unternehmenssprecherin, Public Affairs- und Corporate Social Responsibility-Verantwortliche bei T-Systems die Leitung der Unternehmenskommunikation der Vorsorge Holding in Wien (AT). Sie tritt damit im Bereich der operativen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die Nachfolge von **Reinhard Hübl** an, der sich neuen Herausforderungen widmet.

11: **Melinda Busáné-Bellér** (33) verantwortet die Unternehmenskommunikation für die Beko Engineering & Informatik sowie die Beko Holding in Linz (AT), sie folgt damit auf **Max Höfferer** (46). Die Publizistik- und Finno-Ugristik-Absolventin an der Universität Wien ist seit 2006 im Unternehmen und hatte schon bisher diverse Public Relations-, Investor Relations- und Marketingaktivitäten inne.

12: **Christina Müschen** (36) ist neue Pressesprecherin für die Themen Umwelt und Nachhaltigkeit sowie Innovation bei der Deutschen Post DHL in Bonn. Die Stelle wurde neu geschaffen. Die studierte Politologin berichtet an die Leiterin der weltweiten Medienarbeit beim Logistikdienstleister, **Silje Skogstad**. (*Quelle: presssprecher.com*)

13: **Sebastian Steffen** (33) ist seit Anfang September neuer Sprecher in der Presseabteilung der Deutschen Post DHL in Bonn. Er folgt auf **Nicole Mommsen** (35), die zur Kommunikationsberatungsfirma Brunswick nach Frankfurt gewechselt ist. Steffen verantwortet die Themenfelder Finanzen und den Bereich Global

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!

Business Services bei dem Unternehmen. Er berichtet ebenfalls an **Silje Skogstad**. (Quelle: *pressesprecher.com*)

14: **Jörg Wiedemann** (41) ist der dritte Neuzugang in der DHL-Pressestelle. Seit Anfang September ist er verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von DHL Express Global in Bonn. Er hat diese Funktion bereits seit 2007 im Hauptquartier von DHL Express ausgeübt. Auch der studierte Politikwissenschaftler und frühere Politikberater berichtet an **Silje Skogstad**. (Quelle: *pressesprecher.com*)

15: **Janine Griffel** (35), bisher Senior PR-Managerin beim Browsergames-Anbieter Bigpoint in Hamburg leitet als Head of PR das künftig dreiköpfige PR-Team, welches im Zuge der Internationalisierung der PR-Abteilung erweitert wurde. Ihr zur Seite stehen **René Hamann** (29) als PR Manager Product sowie **Katharina Lohse** (24) als Junior PR Manager. Hamann wird in Hamburg die internationale Produkt-PR verantworten, er kommt von Scholz und Friends Brand Affairs.

MEDIEN:

16: **Carlos R. Zamorano Kranz** (42) ist neuer Sprecher bei RTL II in München. Er ist Geschäftsführer der PR-Agentur Zamcom mit Sitz in Köln und soll die PR-Abteilung des Privatsenders strategisch und operativ beraten. Zamorano leitete zuvor bereits den Presse- und PR-Roll-Out der Marken-Neupositionierung "RTL II - it's fun". Der bisherige Pressesprecher und langjährigen Kommunikationsmitarbeiter **Frank Lilie** verlässt das Unternehmen in gegenseitigem, freundlichem Einvernehmen, wie es offiziell heisst.

Etats

„Friesische Karibik“: Die Nordseeinsel Föhr geht in die Offensive

Frischer Wind im hohen Norden: Mit einer umfassenden strategischen Neuausrichtung macht sich die Nordseeinsel Föhr fit für das nächste Jahrzehnt. Grundlage ist ein neues Tourismuskonzept, das mit fünf so genannten „Themeninseln“ ganzjährig das Übernachtungs- und Gästevolumen weiter erhöhen soll. Passend dazu geht die Insel auch in der Kommunikation neue Wege: Unter dem Motto „Friesische Karibik“ startet Anfang 2010 eine vollkommen veränderte Werbestrategie – mit frischem Logo, emotionalen Werbemotiven und typisch friesischem Humor. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (12) (45.KW-09)

01: Keylens Management Consultants, Düsseldorf
was: *Presse und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Maisberger**, München

02: arejo, Berlin
was: *Kommunikation für AdTiger*
an: **pr://ip - Primus Inter Pares**, Münster

03: Flughafen Bremen
was: *Relaunche der neuen Website*
an: **Interwall | Agentur für digitale Medien und Kommunikation**, Bremen

04: Net at Work, Paderborn
was: *Pressearbeit für den Bereich Softwarehaus*
an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

05: HiPP, Pfaffenhofen
was: *Online-Kommunikation und Betreuung der Internetportale*
an: **Keller & Kollegen**, Nürnberg

06: Kommunale Wasserwerke Leipzig (KWL)
was: Verlängerung des PR-Lead-Etats für zwei Jahre (2008 - 2011)
 an: **wbpr** (GPRA), Potsdam

07: Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) Karlsruher Institut für Technologie, Karlsruhe
was: Presse- und PR-Arbeit der 10. Karlsruher Arbeitsgespräche Produktionsforschung
 an: **Flad & Flad**, Heroldsberg

08: Doggylizer, Köln
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für das Start-Up-Unternehmen und den „Mensch-Hund-Check“
 an: **Bonne Nouvelle**, Bonn

09: Bundesministerium für Bildung und Forschung, Berlin
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie alle kommunikativen Maßnahmen für das Projekt „Spitzencluster“
 an: **We do communication**, Berlin

10: A-DATA Technology, Taipeh (TW)
was: Kommunikationsetat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im deutschsprachigen Markt
 an: **epr**, Augsburg

11: Misapor, Landquart (CH)
was: Konzeptentwicklung, strategischen Beratung und Kommunikationsbetreuung in Deutschland
 an: **Talk of Town. Wächter & Wächter**, München

12: SHS Unternehmensberatung, Salzburg (AT)
was: Öffentlichkeitsarbeit und strategischen PR-Beratung
 an: **Pleon Publico**, Salzburg (AT)

Branche

No more Clustermanagement für Berlinpolis

Die Landesregierung von NRW beendet die Zusammenarbeit mit Berlinpolis und zieht damit die Konsequenzen aus der Debatte um die Auftragsvergabe an die Skandal-Agentur, so die WAZ in ihrer Printausgabe vom 4. November (siehe [Vorabmeldung](#)). Hintergrund ist die Verwicklung von Berlinpolis in verdeckte PR für die Deutsche Bahn und den Verband der Deutschen Biokraftstoffindustrie (VDB). lobbycontrol.de

Was die Unternehmenskommunikation aus dem Fall Lahm lernen kann

Seit Samstag schlagen zwei Herzen in meiner Brust: die des Fußball-Fans und die des Kommunikations-Verantwortlichen. Am Samstag ist in der Süddeutschen Zeitung ein bemerkenswertes Interview mit Philipp Lahm erschienen. Darin kritisiert der Nationalspieler seinen Verein, den FC Bayern: Es fehle eine Spielphilosophie, die große Vereine wie den FC Barcelona oder Manchester United ausmachen würde. Außerdem würden Spieler nur deswegen verpflichtet, weil sie einen großen Namen haben, nicht aber damit sie eine ihnen zugedachte Rolle erfüllen sollen. Im Mittelfeld mangle es an kreativen Mitspielern, die das Zepter schwingen und Überraschendes initiieren könnten. Der FC Bayern hat auf die Äußerungen unverzüglich reagiert: Erst drohte Uli Hoeneß, Lahm werde seine Äußerungen bedauern, anschließend bat man den Verteidiger zur Kasse, der 26-Jährige muss wohl die höchste Strafe in der Vereinsgeschichte zahlen.

Den Artikel im privaten Blog "massenpublikum" von Sachar Kriwoj vom 9. November mit interessanten Kommentaren u.a. von Sascha Stoltenow [hier online weiterlesen](#).

Branche compact (7) (45.KW-09)

01: Beim internationalen Wettbewerb der „League of American Communications Professionals“ hat die **MFG Baden-Württemberg den Platinum-Award für ihren Jahresbericht 08/09** erhalten. Die Publikation belegt mit 99 von 100 möglichen Punkten den 1. Platz in der Kategorie „Annual Report“. Von der Jury wurde sie unter mehr als 1.000 Einreichungen ausgewählt und als „herausragend und außerordentlich kreativ“ bezeichnet. Kurz zuvor erzielte der MFG Jahresbericht 07/08 bei den 39. „Creativity Annual Awards“ eine Auszeichnung in Silber.

02: **LinkedIn (www.linkedin.com) ist für das Personalmarketing führender deutscher Unternehmen das wichtigste Online-Businessnetzwerk.** So sind bereits 87 Prozent (26) aller DAX 30 Unternehmen und 93 Prozent (14) ausgesuchter deutscher Top 15 Arbeitgeber auf LinkedIn mit speziellen Netzwerkgruppen präsent. Das ergab eine aktuelle unabhängige Studie des Beratungsunternehmens complexium für Social Media-Analyse und -Management. Die Studie „Personalmarketing und soziale Netzwerke“ wurde unter den DAX 30 Unternehmen sowie den laut Absolventenbarometer 2009 Top 15 Arbeitgebern in Deutschland durchgeführt. Bei der Analyse der durchschnittlichen Mitgliederzahlen der fünf mitgliederstärksten Gruppen jedes der 39 analysierten Unternehmen liegt das europaweit größte Online-Businessnetzwerk vor der Konkurrenz.

03: Die Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung (HWF) wird den **Kommunikationsetat für die Initiative Hamburg@work** per europaweiter Ausschreibung neu vergeben, bisher ist die Agentur Faktor 3 (GPRA) dafür zuständig. Die künftige Agentur soll ein Konzept erarbeiten, die Initiative fortlaufend betreuen und beraten, PR-

Maßnahmen durchführen, das Corporate Publishing übernehmen und im Eventmanagement unterstützen. Ausgeschrieben ist ein einjähriger Rahmenvertrag, es besteht allerdings die Option, dass die Zusammenarbeit zweimal um jeweils zwölf Monate verlängert wird. Schlusstermin für den Eingang der Teilnahmeanträge ist der 18. November.

04: Bei einem ersten internationalen Treffen haben sich drei europäische Agenturen dem 2008 von der PR-Agentur **messagepool** gegründeten **LOHAS CompetenceCenter (LCC)** angeschlossen. Damit bietet das Expertennetzwerk nun auch über die Grenzen Deutschlands hinaus Beratungs- und Kommunikationsdienstleistungen rund um die Themen LOHAS, Nachhaltigkeit und CSR. Gründungsmitglieder sind neben messagepool die Kommunikationsagentur Portfolio (England), der Beratungsdienstleister Ethicity (Frankreich) sowie die Full-Service-Agentur Stampa (Niederlande). Weitere Länder sollen folgen.

05: Die Berliner Kommunikationsberatung **Johansen + Kretschmer (J + K) (GPRA)** und die Hamburger Beratungsgesellschaft **Faktenkontor werden** ab dem 01. Dezember ihre jeweiligen **Büros gemeinsam nutzen**. Damit stärken beide Partner ihre bundesweite Präsenz und sind nun an insgesamt vier Standorten - Berlin, Hamburg, Bonn und Wiesbaden - aktiv.

06: **Katrin Klemm und John Sealey gründen Consulting-Unternehmen.** Das in Hamburg gegründete Beratungsunternehmen "Die Kernforscher" bietet Coaching speziell für Agenturen, Marketing- und Kommunikationsdienstleister an. Sie helfen Agenturen mit individuellen Lösungswegen ihr Profil zu schärfen, sich im Wettbewerb langfristig als Relevant Player zu positionieren und das Unternehmen und seine Leistung vom Kern heraus zu optimieren. Standardlösungen aus dem "Lösungsautomaten" gibt es bei den Kernforschern nicht. Die 4 P's Positionierung, Portfolio, People

und Prozess bilden die Ansatzpunkte für den individuellen Aktionsplan.

07: McCann HealthCare Worldwide richtet ihr MedComms Geschäft neu aus und baut ihr bestehendes globales Netzwerk weiter aus. Ein Zeichen dieser Expansionsstrategie ist die Ernennung von Charlie Buckwell zum Leiter des Geschäftsbereichs, an den künftig sämtliche MedComms-Einheiten, darunter Complete Medical Group (CMG) und Caudex, berichten.

Medien

brand eins Verlag in Hamburg auf Agentursuche

Fünf Prozent der Deutschen kennen brand eins! Nur fünf Prozent? Das will der Verlag ändern! Und sucht eine Agentur, die dabei hilft - weil Print eine Zukunft haben soll und brand eins sowieso. Wie sich brand eins das vorstellt: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zukunft der Zeitung: Bezahlen Sie für diesen Inhalt?

Der Heilsbringer heißt Rupert Murdoch. Als vor zwei Wochen in Liverpool 160 Zeitungs- und Onlinemenschen aus aller Welt zum Kongress der International Newsmedia Marketing Association zusammenkamen, hieß es zum Thema Bezahlhalte fast einhellig: Wir würden gern. Nur wir wissen nicht, wie. Erst als einer der Referenten ein überlebensgroßes Bild des Gründers der News Corp. auf die Leinwände warf, ging ein Raunen durch die Reihen: Er weiß es. Hat er gesagt. Und wenn er es macht, machen wir es nach. Dann wird alles gut. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (3) (45.KW-09)

01: CSR in Europa: neue Rollen für Unternehmen und Staat. Corporate Social Responsibility in Europa ist so vielseitig wie die Geschichte und Kultur der europäischen Staaten. Auf dem ganzen Kontinent gewinnt das Thema durch gute unternehmerische Beispiele, das Engagement von Nichtregierungsorganisationen und politische Strategien an Bedeutung. Deutliche Unterschiede zeigen sich dabei zwischen West- und Osteuropa, berichtet „A Guide to CSR in Europe“, eine aktuell von CSR Europe veröffentlichte Studie. [csr-news.net](#)

02: Frankreich: 150.000 Jugendliche registrieren sich für Gratisabo. Der französische Kommunikationsminister Frédéric Mitterrand hat nach dem Start der Gratisabo-Kampagne für junge Leser eine Zwischenbilanz vorgelegt. Seit dem Launch der Webseite monjournaloffert.fr am 30. Oktober haben sich demnach bereits 150.000 Nutzer für ein Gratis-Abo registriert. [dvn-online.net](#)

03: Filtertüten-Abmahn-Falle, oder PR-Gag? Ob so mancher deutscher Comedian lustig oder eher nervtötend ist, darüber lässt sich streiten. Melitta zeigt sich allerdings derzeit offenbar ziemlich humorfrei: Der Hersteller konfrontiert Kaffee-Partner, einen Lieferanten von Vollautomaten für Büros und Betriebe, wegen eines Werbespots auf dessen Homepage mit einer Unterlassungserklärung. [horizont.net](#)

Services + Tipps

Social Media und Personalarbeit: Potenzial erkannt. Und genutzt?

IFOK in Bensheim hat für eine Studie 800 Unternehmen zum Thema Social Media & HR befragt. Zentrales Ergebnis: Personaler nutzen

Online-Plattformen wie Facebook, StudiVZ oder Twitter bisher kaum für ihre Arbeit - obwohl die Mehrheit von ihnen absolut davon überzeugt ist, dass Social Media aktuell immens an Bedeutung gewinnt. Und obwohl potenzielle Bewerber und die eigenen Angestellten längst ausgiebig im Web 2.0 unterwegs sind - da sind sie den Personalern ganz klar einen Schritt voraus. Die Studie zeigt auch, welches Potenzial für HR in Social Media steckt - nicht nur für die Bewerbersuche, sondern auch als Spiegel für das eigene Unternehmen: Beispielsweise beobachten nur vier Prozent der Befragten systematisch, was über ihr Unternehmen auf Arbeitgeber-Bewertungsplattformen und anderen Social-Media-Plattformen geschrieben wird. Weitere Infos: http://www.ifok.de/socialmedia_hr.

Delphistudie: Internet wird wichtigstes Unterhaltungsmedium

Studie zur Zukunft der Informationsgesellschaft. Vertreter aus Wirtschaft und Wissenschaft stellten am 5. November in Berlin die internationale Studie „Zukunft und Zukunftsfähigkeit der Informations- und Kommunikationstechnologien und Medien“ vor. Rund 550 IKT-Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft wurden zu wesentlichen Entwicklungen ihrer Branchen für die kommenden zwanzig Jahre befragt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Frei oder abhängig - oder gar scheinselbstständig? Kriterien für die Einstufung von freien Mitarbeitern und "Festen Freien"

Wenn es um die Abgrenzung zum Angestellten-Dasein geht, ist viel von "Freiheit" die Rede. Nur: Was sind eigentlich "Freiberufler", "Freie

Mitarbeiter" oder "Feste Freie"? Wir sorgen für etwas mehr Klarheit im Begriffs-Dschungel rund um abhängige Beschäftigung und selbstständige Tätigkeiten.

Aus Sicht von Auftraggebern spricht eigentlich alles für "freie" Mitarbeiter:

- * Für ihre Renten-, Kranken-, Pflege- und Unfallversicherung müssen diese Mitarbeiter selbst sorgen. Der Arbeitgeberanteil zur Sozialversicherung entfällt.
- * Die aufwendige Lohnbuchhaltung ist entbehrlich: Statt laufender Meldungen und Überweisungen an Sozialversicherungsträger, Finanzamt oder Berufsgenossenschaft gibt es nach getaner Arbeit eine Rechnung, fertig.
- * Während bei Angestellten bereits die pure Anwesenheitszeit entlohnt wird, bekommen "Freie" normalerweise nur für ihre tatsächlichen, produktiven Arbeitszeiten oder sogar nur für bestimmte Arbeitsergebnisse Geld.
- * Anspruch auf Urlaub, Lohnfortzahlung im Krankheitsfall oder Mutterschutz gibt es nicht.
- * "Freie" genießen keinen Kündigungsschutz: Wird die Arbeit knapp, gibt es keine Aufträge.
- * Die höhere Unsicherheit führt dazu, dass die Belastbarkeit und Motivation meist höher ist als die von abhängig Beschäftigten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (11) (45.KW-09)

01: **AIKA**, die Allianz Inhabergeführter Kommunikationsagenturen, stellt den neuen **"Ratgeber für effiziente Kommunikation im B2B-Markt"** vor. Der Leitfaden richtet sich an alle Werbe- und Marketingverantwortlichen, die in der aktuellen Situation neue effiziente und budgetschonende Wege erkunden wollen, um die Unternehmenskommunikation für die Zukunft besser aufzustellen. Die Broschüre kann als PDF-

Datei kostenlos von der AIKA-Website www.aika.de heruntergeladen werden.

02: Otto kauft Quelle-Markenrechte. Nach der gescheiterten Rettung von Quelle kauft Konkurrent Otto die Rechte an der Marke Quelle selbst und an zahlreichen Eigenmarken. Zudem übernimmt der weltweit größte Versandhändler das Geschäft von Quelle in Russland, wie Otto mitteilte. Das Unternehmen zahlte insgesamt einen mittleren zweistelligen Millionenbetrag an den insolventen Konkurrenten, wie aus Branchenkreisen verlautete. n24.de

03: Jugend ohne Auto: Individuelle Mobilität bedeutet den jungen Menschen heute nicht mehr so viel. Schuld ist die permanente Kommunikation über Handy und Internet. Es ist ruhiger geworden in den Kinderzimmern. Leises Klappern der Tastatur, viel mehr dringt nicht durch die stets verschlossenen Türen, Besuch kommt selten. Eltern hören nicht, was ihre Kinder reden, denn sie reden nicht, sie haben keine Freunde da - sie chatten über den Computer mit den Nachbarn, den Klassenkameraden, der ganzen Welt, wer weiß das schon? Teenager können überall hin und brauchen dafür nicht wegzugehen. Ist es dann ein Wunder, dass sie später kein Auto wollen? welt.de

04: Banken eröffnen Facebook-Filialen: Rund zwei von drei Kreditinstituten investieren in den nächsten drei Jahren in die Kundenkommunikation über soziale Internetnetzwerke. Kunden könnten in Zukunft beispielsweise auf Community-Portalen wie Facebook Zugriff zu ihrem persönlichen Konto- und Finanzmanagement erhalten. Die Institute zeigen sich damit zunehmend dort, wo sich ihre Kunden immer häufiger aufhalten. Web-2.0-basierte Konzepte, bei denen die Kunden Produkte und Konditionen mit gestalten können, rücken ebenfalls in den Fokus. Das sind Ergebnisse der Studie „Branchenkompass 2009 Kreditinstitute“ von Steria Mummert Consulting,

die in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut durchgeführt wurde. steria-mummert.de

05: Finanzplanung: So verwirklichen Sie Ihre finanziellen Ziele. Eine strategische Finanzplanung ermöglicht es Ihnen, Ihr Vermögen als Ganzes zu erfassen und Wege zu finden, Ihre persönlichen finanziellen Ziele zu erreichen sowie die richtigen Schlussfolgerungen für die Umsetzung zu ziehen. Die strategische Finanzplanung steht damit ganz unter dem Fokus Ihrer persönlichen finanziellen Ziele und Ihrer persönlichen Anlegermentalität. Wir sagen Ihnen, warum Sie auf eine strategische Finanzplanung nicht verzichten sollten. *Den Artikel von Stefanie Kühn am 21. September in "akademie.de" [hier online weiterlesen](#).*

06: Up to speed: Von Montag bis Donnerstag werden PR-Leute mit den Gorkana Alerts zu Journalistenwechseln und Veränderungen von Verantwortlichkeiten in den Redaktionen auf dem Laufenden gehalten. Der Service steht für Deutschland, Schweiz, Österreich, Frankreich, Italien, die Benelux-Länder, die Niederlande, Großbritannien und die USA zur Verfügung. Besondere Stärke: Gorkana lässt sich alle Meldungen vor Veröffentlichung von den jeweiligen Journalisten oder Redakteuren freigeben. Gorkana wurde 2003 in London von zwei ehemaligen PR-Fachleuten gegründet, hier sitzt auch das Hauptquartier. Das Herzstück bildet die Datenbank mit tagesaktuell recherchierten Journalistenkontakten in den oben genannten Ländern. www.gorkana.com

07: Der Edelman Capital Staffer Index belegt die wachsende Bedeutung und Integration von digitalen Kommunikationswegen in der parlamentarischen Politikgestaltung. Die bislang einzigartige Studie identifiziert deutlich den zunehmenden Einfluss digitaler Medien auf die politische Kommunikation: 98 Prozent der politischen Mitarbeiter im Deutschen Bundestag greifen regelmäßig auf digitale Kanäle und soziale

Netzwerke für ihre Recherche und die Politikgestaltung zurück. Fast die Hälfte (42%) gab an, sich zuerst online über bestimmte politische Problemstellungen zu informieren und jeder Vierte (23%) veränderte tatsächlich seine politische Position auf Grundlage von im Internet gefundenen Informationen und Meinungen. Im internationalen Vergleich ist die Integration von digitalen und traditionellen

Kommunikationswegen unter den deutschen Bundestagsmitarbeitern doppelt soweit fortgeschritten wie in den anderen untersuchten Parlamenten. Informationen zum Edelman Capital Staffer Index:

www.edelman.com/capital_staffers_index.pdf.

08: Die **europäische Marken Wert Studie eurobrand2009** wurde vom European Brand Institute in Wien präsentiert. Mehr als 3.000 Markenunternehmen und deren Einzelmarken wurden in 24 Ländern und 16 Branchen analysiert. Europas wertvollste Markenunternehmen sind: 1. Nokia (EUR 35,220 Mrd) 2. LVMH (EUR 32,365 Mrd) 3. INBEV (EUR 26,927 Mrd) 4. Vodafone (EUR 23,789 Mrd) 5. Unilever (EUR 22,829 Mrd). Detailinformationen unter <http://study.eurobrand.cc>

09: **Wer erzählt was über meine Marke bei Twitter?** Die Antwort darauf liefert ein neuer Service für die Medienbeobachtung, der die Mikroblogging-Plattform analysiert: www.tweetedbrands.com zeigt an, welche Brands in den letzten 24 Stunden am häufigsten von den Usern erwähnt wurden und zwar in der Reihenfolge der Erwähnungshäufigkeit.

10: **Die in Berlin ansässige PR-Agentur PR4You setzt ihre Kunden ab sofort auch mit TV-Sponsoring in Szene.** Das Fernsehen gehört zu den meistgenutzten tagesaktuellen Medien. „Wir platzieren unsere Kunden ab sofort auch im Rahmen von TV-Sendungen und nutzen so die drei wesentlichen Vorteile des Mediums Fernsehen: die große Kontaktzahl, die hohe

Emotionalität und Aktualität“, erläutert Holger Ballwanz, Inhaber und Geschäftsführer der Berliner PR-Agentur PR4YOU. (www.pr4you.de)

11: **Grafiken, Fotos, Videos und andere Multimediadateien sinnvoll und transparent verwalten**, dies war bislang gerade für mittelständische Unternehmen mit großem Aufwand oder mit hohen Kosten für eine entsprechende Software verbunden. Speziell für diese Zielgruppe präsentiert der **Spezialist mediamid nun mit AMID forte** eine webbasierte Lösung, die eine effiziente Verwaltung von multimedialen Dateien ermöglicht – und das zu mittelstandsgerechten Preisen. Mit AMID forte bietet der österreichische Spezialist mediamid erstmals ein speziell auf kleine und mittlere Unternehmen zugeschnittenes Lösungspaket für Media Asset Management. Die webbasierte Lösung ermöglicht das rasche, gezielte Auffinden und Wiederverwerten von Mediendateien wie Bildern, Video-/Audio-Files oder PDFs – und das ortsunabhängig. Ebenso bietet AMID forte den automatisierten Import der Daten und die praktische Verteilung über das Internet. (www.press-n-relations.de)

Termine + Tagungen

Nächstes PR 2.0-Forum in München

Am 1. Dezember findet in München das zweite PR 2.0-Forum statt. Kommunikation im Zeitalter von Social Media und die daraus resultierenden Veränderungen für die Public Relations werden im Fokus stehen. Interessant für Einsteiger und Fortgeschrittene aus der Unternehmenskommunikation oder der PR-Branche – und sicherlich auch für viele Gründer, die sich gerade in der Start-Phase oft selbst um die Kommunikation kümmern müssen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zehn Jahre Technikjournalismus in Sankt Augustin

Vor zehn Jahren war es ein gewagtes Experiment - heute ist es ein erfolgreiches Studienangebot: Technikjournalismus als FH-Diplomstudiengang an der Hochschule Rhein-Sieg in Sankt Augustin. Die beste Anerkennung ist die Nachahmung - zwei weitere Hochschulen in Süddeutschland bieten nun auch einen solchen Studiengang. In Sankt Augustin blickt man inzwischen auf zahlreiche interessante Projekte der technischen Berichterstattung zurück - und auf 200 erfolgreiche Absolventen. Die zuständigen Professoren sind Andreas Schümchen und Uwe Brähler. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (6) (45.KW-09)

01: Welche gesellschaftliche Verantwortung sollen Stiftungen übernehmen? Was können wir von ihnen lernen? Und sind Stiftungen ausreichend legitimiert? Die Stiftung Wertevolle Zukunft lädt gemeinsam mit dem Murmann Verlag und dem CSI – Centrum für soziale Investitionen und Innovationen am 7. Dezember um 19 Uhr zu einer **Podiumsdiskussion zum Thema „Legitime Innovatoren – welche Rolle spielen Stiftungen in Deutschland?“** in Hamburg ein. wertevolle-zukunft.de

02: **Ist der Journalismus am Ende?** Derzeit sprechen viele Faktoren dafür: siechende Auflagen, dramatisch sinkende Verlagslöse, Kündigungswellen bei Redakteuren, kostenlose Informationen direkt aus dem Netz anstelle von teurer Redaktionsarbeit und härterer Wettbewerb bei steigendem Aktualitätsdruck. Obendrein setzen das Web 2.0 und der „Bürgerjournalismus“ die Messlatte für jeden Journalisten noch ein Stück höher. Lohnt es sich da noch, eine journalistische Karriere zu planen?

Oder eröffnen sich vielleicht ganz neue Perspektiven? **Antworten dazu gibt es für studentische Medienmacher bei der 15. Medienwerkstatt „überMorgen“** am 21. und 22. November in Heidelberg (Universität). Anmeldung und weitere Infos unter www.doppelkeks-ev.de.

03: **16. Schweizer PR-Symposium:** Der Mensch muss im Mittelpunkt der Kommunikation stehen und direkt und sinnlich angesprochen werden. Dies ist eines der Erfolgsrezepte zur Herstellung von Vertrauen und Glaubwürdigkeit insbesondere in Krisenzeiten, wie sich am diesjährigen Schweizer PR-Symposium in Bern zeigte. Im Fokus der Veranstaltung, an der über 200 Kommunikationsfachleute aus der ganzen Schweiz teilnahmen, standen die Öffentlichkeitsarbeit des Bundesrates und die besonderen kommunikativen Herausforderungen, die sich aus der weltweiten Finanzkrise für Banken und andere Institutionen ergeben. presseportal.ch

04: Die **DPRG-Regionalgruppe Norddeutschland startet** am 30. November in Hamburg unter der Leitung von Julia Viehrig die **neue Reihe "Event-Talk"**. In verschiedenen Locations wird über Themen rund um die Gestaltung von Events gesprochen. Den Anfang macht das Beatlemania Hamburg in St. Pauli. Bernd Zerbin von der Agentur Octopus und Marc-Alexander Jacobi von der FKP Ausstellungs- und Betriebs GmbH referieren zum Konzept des Ausstellungshauses mit „Erlebnischarakter“. Ab 17:30 Uhr kann die Ausstellung besichtigt werden. Um 18:30 Uhr beginnt der Vortrag, begleitet von einem Catering im Stil der 60er Jahre von Stockheim. Anmeldung über nord@dprg.de.

05: Am 19. November lädt die **DPRG-Regionalgruppe Norddeutschland** in Hamburg zum **Vortrag "Logic Logos - so passt das Logo zum Unternehmen"** (Hotel "Basler Hof" - 19 Uhr). Referent ist Olav Jünke, Gründer und Inhaber von ondesign. Anmeldung unter nord@dprg.de.

06: Die **UMC Potsdam** (FH) veranstaltet am 19. November in Berlin-Mitte (Campus Berlin Klosterstraße) im Rahmen der offenen Vorlesungsreihe "Management & Kommunikation 2009": „**Vom Schönwetterkapitän zum Krisenkommandanten - Perspektivenwechsel der internen Kommunikation**". Anhand des Unternehmens AEG/Matra wird erläutert, welches Managementhandeln und welche Kommunikationsformen nützlich sind, wenn sich Unternehmenssituationen ändern. Infos bei k.grimmer@umc-potsdam.de.

Ausbildung + Seminare

PR plus-Infoveranstaltung "Student for a Day" am 11. Dezember in Heidelberg

Am 11. Dezember findet im Heidelberger Seminarzentrum der kostenlose Infonachmittag "Student for a Day" zum 18-monatigen Fernstudium von PR plus statt. Absolvent Christof Schröder, Leiter Unternehmenskommunikation Freudenberg Nonwovens Group, wird den Nachmittag mit einem Vortrag zum Thema "Veränderungskommunikation in Unternehmen" eröffnen. Er steht den Teilnehmern außerdem zu Fragen rund um Fernstudium und Upgrade zum Communications Master of Science zur Verfügung, die er beide absolviert hat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (2) (45.KW-09)

01: **scm prismus communications** in Berlin hat seine **Seminar- und Tagungstermine** von November 2009 **bis Juni 2010** bekannt gegeben. Weitere Infos: www.scmonline.de/seminar und

www.agendasetting-tagung.de. Eine Themenauswahl: Agenda Setting erfolgreich umsetzen: Strategisches Themen- und Issues-Management, Kampagnen: Menschen erfolgreich mobilisieren, Interne Kommunikation: Das richtige Instrument zur richtigen Zeit, PR für die gute Sache - Nonprofit PR.

02: Die **Quadriga Hochschule Berlin** hat **gemeinsam mit ihren Partnern umfangreiche Stipendienprogramme aufgesetzt**. Damit reagiert die Hochschule auf das große Interesse an den Studiengängen und konkret auf die starke Nachfrage nach Studienförderprogrammen. SAP, BMW und der BDI unterstützen Studierende der Quadriga Hochschule Berlin mit Teilstipendien. SAP fördert die Studierenden des Masterstudiengangs Communications & Leadership, BMW unterstützt Studenten des MBA-Programms Communication & Leadership und der BDI die des MBA-Studiengangs Public Affairs & Leadership. Allen Studieninteressenten bietet die Quadriga Hochschule Berlin zudem einen Online-Stipendien-Check. Nach dem Ausfüllen des Stipendienschnelltests unter www.quadriga.eu/studium/stipendien/stipendiencheck gibt die Hochschule nach Rücksprache mit den Partnern in wenigen Tagen eine Einschätzung der Fördermöglichkeiten. Der Einreichungsschluss der Bewerbung um ein Stipendium ist der 15. Dezember 2009.

Kommentare

Zielgruppe Mann. Wer bitte braucht "Business Punk"?

Als wir das erste Mal lasen, dass Gruner + Jahr eine neue Zeitschrift namens "Business Punk" herausbringen will, dachten wir: Endlich mal eine klar umrissene Zielgruppe, es kann nur einen geben, an den sich diese Zeitschrift richtet - Sascha

Lobo, den Werbefachmann, der den roten Punker-Hahnenkamm zum salonfähigen Markenzeichen gemacht hat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kerlikowskys Kommentar über ... wie mit Klimaschutzparolen anderer Leute Geld kassiert wird



Guten Tag! Die Reportage über Grönlands schmelzende Eisberge, mit großen Fotos illustriert, geht dem Leser nahe. Das Eis schmilzt, die Grönländer müssen ihre Lebensweise umstellen, viele Tierarten verlieren ihren Lebensraum und das Meer wird durch das Schmelzwasser höher steigen, wird berichtet. Eine Hoffnung gegen die Katastrophe soll der Klimagipfel vor Ende des Jahres in Kopenhagen sein. Dort wollen die Europäer gemäß einem EU-Papier, als Vorreiter im Kampf gegen die Erwärmung der Welt, Milliarden Euro zur Verfügung stellen. Die 27 EU-Staaten wollen den Entwicklungs- und Schwellenländern bis zum Jahr 2020 jährlich 15 Milliarden Euro zur Bekämpfung der Erderwärmung überweisen. Deutschland soll davon am meisten zahlen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Holzinger, Wolff: Im Namen der Öffentlichkeit

Holzinger, Stefan und Uwe Wolff: Im Namen der Öffentlichkeit. Litigation-PR als strategisches Instrument bei juristischen Auseinandersetzungen. Wiesbaden: GWF Fachverlage, Wiesbaden (2008). 272 Seiten. Preis: 44,90 Euro. ISBN: 978-3-8349-0839-1

Eine Rezension von Alfred Autischer, Trimedia, Wien (zur Verfügung gestellt von PR Plus, Heidelberg)

„Im Namen der Öffentlichkeit“ ist erstaunlicher Weise das erste deutschsprachige Werk über Litigation-PR. Wer sich bislang mit diesem Thema beschäftigen wollte, war auf amerikanische Fachliteratur oder einzelne Fachartikel angewiesen. Nun gibt es auch ein deutsches Standardwerk dazu. „Im Namen der Öffentlichkeit“ eröffnet dem Leser die in Deutschland, Österreich und der Schweiz noch weitgehend unbekannt Disziplin mit großer Leichtigkeit und erfreulicher Frische. Wer wissen will, ob, wann und wie Kommunikation als strategisches Instrument bei juristischen Auseinandersetzungen sinnvoll eingesetzt werden kann, ist hier richtig. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Charakteristika von Twitter und Third-Party-Applikationen



Eine Artikelserie von Jörg Hoepfner, Montabaur. Der Microblogging-Dienst Twitter ist in aller Munde. Seine Nutzerzahlen wachsen ungebremst. Daher diskutiert derzeit auch nahezu jedes größere Unternehmen, ob und wie es Twitter im Rahmen der Unternehmenskommunikation einsetzen kann. Mit diesen Fragestellungen rund um „Corporate Twitter“ hat sich auch der Kommunikationswissenschaftler und -berater Jörg Hoepfner beschäftigt. Er stellt diesen Dienst in einem sechsteiligen Kompendium „Corporate Twitter“ vor, strukturiert eine Vielzahl nationaler und internationaler Quellen und zeigt detailliert auf, wie Unternehmen Twitter nutzen können.

Der erste Beitrag führt in das Thema ein und beschreibt grundlegende Charakteristika von Twitter sowie die Bedeutung von weiterführenden Diensten, sogenannten Third-Party-Applikationen. [Hier als PDF herunterladen](#). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 12 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[Student/in sucht PR-Einstieg in München?](#)
[Junior-PR-Berater\(in\) gesucht, Hamburg](#)

[Volontär/in oder Jungredakteur/in gesucht, Köln](#)
[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 \(m/w\)](#)

Medien

[Referent\(in\) für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit / Marketing, Bremen](#)

Unternehmen

[PR-Manager \(m/w\) für die Pharmabranche gesucht, Aachen](#)
[PR-Referent/in für Konzern in München gesucht](#)

[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](#)
[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, 09. November 2009 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **19.242 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.