

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 223 / 45. KW 2009

## Seite 1

### Schweinegrippe und Kommunikation 2.0 - Das Schweigen der deutschen Kliniken

Deutschland im Herbst 2009 - die Schweinegrippe geht um, die Nation hustet und sorgt sich, die Republik kennt nur ein Thema. Die ganze Republik? Nein, wer die Websites der großen deutschen Kliniken anklickt, erfährt dort vieles, doch zum Thema Schweinegrippe halten sich die meisten Gesundheitsdienstleister auffallend zurück. Dabei wären gerade sie es, die kompetent und aus allererster Hand informieren könnten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Publicis Group formiert das PR-Geschäft unter einem Dach

Die bisherigen PR-Units der Publicis Group, MS&L Worldwide, Publicis Consultants und Publicis Events treten ab sofort einheitlich als MS&L Group auf. International fallen darunter auch die Firmen JKL, Winner & Associates, TMG Strategies, PBJs, Relay, Capital MS&L, Hanmer MS&L, Carré Noir, SAS und Masius. Geleitet wird

die globale Formation von Olivier Fleurot, CEO der MS&L Group, er ist damit für alle PR- und Event-Aktivitäten von Publicis verantwortlich. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Gravierende Folgen für die Zukunft des Web 2.0 und Social Media – BGH bestätigt Haftung für User Generated Content

Der Bundesgerichtshof (BGH) hatte am 12. November als dritte und damit letzte zivilrechtliche Instanz über eine Frage zu entscheiden, die für die unzähligen offenen Plattformen des Web 2.0 von immenser Bedeutung ist. Mit dem Urteil (Az. I ZR 166/07), welches bereits entsprechendes mediales Interesse wecken konnte, hat der BGH geurteilt, dass Betreiber solcher Plattformen für rechtsverletzende Inhalte auch für von Dritten eingestellte Inhalte verantwortlich gemacht werden können, wenn sich diese die Inhalte zu eigen machen. Ein Zu-Eigenmachen wurde von den Vorinstanzen im wesentlichen deshalb angenommen, weil die Inhalte redaktionell in die Internetseite eingebunden waren und sich die Plattform die Nutzungsrechte an den Inhalten über die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sehr weitgehend hat einräumen lassen. [Hier online in rechtzweinull.de weiterlesen.](#)

### fischerAppelt Agenturgruppe stellt sich neu auf und gründet PR-Agentur fischerAppelt, relations

fischerAppelt (GPRA), Hamburg baut um und stellt seinen PR-Bereich neu auf. Dazu gründet die



Agenturgruppe zum 1. Januar 2010 die PR-Agentur fischerAppelt, relations. Sie geht aus dem Unternehmen fischerAppelt Kommunikation hervor. Die Leitung von fischerAppelt, relations übernimmt Andreas Vill als Sprecher der Geschäftsführung, gemeinsam mit den Geschäftsführern Sabine Seifert, Lars Cords und Andreas Haas. Andreas und Bernhard Fischer-Appelt wechseln zum 1. Januar 2010 in den Vorstand der ebenfalls neu gegründeten fischerAppelt AG. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### Neue Sprecher in den Bundesministerien

**Steffen Moritz** (41) ist neuer Pressesprecher und Leiter des Presse- und Informationsstabs im Bundesministerium der Verteidigung. Bisher war er Sprecher des Bundeswirtschaftsministeriums und wechselt zusammen mit dem Ressortchef Karl-Theodor zu Guttenberg (CSU) aus dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie in den Bendlerblock. Sein Vorgänger **Thomas Raabe** (44) ist neuer Pressesprecher im Bundesministerium für Arbeit und Soziales. Auch er wechselte mit seinem Minister Franz Josef Jung (CDU). **Christiane Schwarte** (43) ist neue Leiterin des Pressereferats im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU).

**Schroeren** (59), der nun das neue BMU-Grundsatzreferat Ökologische Verbraucherpolitik leitet.

*Hinweis: In der nächsten Ausgabe des PR-Journal Newsletters erscheint eine vollständige Liste aller aktuellen Sprecher von Regierung und Ministerien. Sobald alle Positionen neu besetzt sind, wird die Liste im PR-Journal online veröffentlicht.*

### Personalien compact (20) (46.KW-09)

#### AGENTUREN:

01: **Sonja Schmidt** (27) unterstützt das Team von profitext.com. Die Germanistin arbeitet nun bei der Speyerer Kommunikationsberatung in den Bereichen strategische PR und Online-Marketing mit.

02: **Mark A. Saxer** ist neuer Senior Consultant bei der PR-Agentur Furrer.Hugi&Partner in Bern (CH), wo er ab sofort IT-Kunden betreut. Saxer war als Fraktionssekretär der FDP des Kantons Zürich sowie als Journalist tätig, bevor er Kommunikationsverantwortlicher bei NCR und später Pressesprecher bei EDS Schweiz war.

03: **Matthias Schwarte** (29) ist bei Pleon (GPRA) Event + Sponsoring in Bonn neuer Projektleiter im Team von Patrick Hertner und betreut Projekte für die Kunden Deutsche Post und DHL. In den letzten drei Jahren war der studierte Medienwirt als Projektleiter bei Scholz & Friends Brand Affairs in Hamburg tätig, wo er u.a. Kunden wie die Freie und Hansestadt Hamburg und die Hamburger





Schwarte ist Nachfolgerin von **Michael**

Hochbahn betreute.

04: **Heike David-Gogolin**, die seit Oktober bei der Hamburger Kommunikationsagentur Raike Kommunikation (GPRA) als Seniorberaterin arbeitet, übernimmt ab sofort die Leitung des erweiterten Kompetenzbereiches „Gesundheit und Ernährung. Die gelernte Journalistin und PR-Beraterin sammelte vielfältige Erfahrungen bei unterschiedlichen Verlagen, wie Axel Springer und dem Bauer.

#### UNTERNEHMEN:

05: **Christine Burger** (36) ist seit November Pressesprecherin der Münchener Reisecommunity TripAdvisor in Deutschland. Sie kommt von der Accor Hotellerie Deutschland wo sie als Director Brand & Product Communication die gesamte Marken- und Produktkommunikation der Gruppe verantwortete. Davor betreute die Politikwissenschaftlerin Kunden der PR-Agentur Schwartz.

06: **Karin Theine** (43) hat bei Vecoplan in Bad Marienberg die Aufgabe der Unternehmens- und Marktkommunikation übernehmen. Zuletzt war sie verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit bei TraQ Hellweg-Sauerland. **Peter Werz**, der seit 2007 für den Bereich Kommunikation bei Vecoplan verantwortlich ist, hat das Unternehmen Ende Oktober 2009 verlassen.

07: **Christoph Freiherr von Speßhardt** (34) übernimmt ab dem 1. November die Position des

Managers Public Affairs Germany beim Dämmstoffhersteller Knauf Insulation in Simbach am Inn. Zuletzt leitete er das Büro des Bundestagsabgeordneten und Vorstandsvorsitzenden des Bundesverbandes Bioenergie **Helmut Lamp**.

08: **Karl Steinle** (39) übernimmt ab sofort die Verantwortung für den Bereich Corporate Communications der Hannover Rückversicherung. Er war bisher Leiter Investor Relations und Rating bei der HSH Nordbank in Hamburg. Steinles Vorgänger **Stefan Schulz** wechselt innerhalb der Hannover Rück in den Bereich Insurance-Linked Securities.

09: **Oliver Schwartz** (41) ist als Head of Corporate Communications Leiter der neu aufgestellten Unternehmenskommunikation von Netviewer in Karlsruhe. Er verfügt über langjährige Erfahrung als Manager und Unternehmenssprecher für Aktiengesellschaften, Hightech-Konzerne, mittelständische Unternehmen und Start-Ups. Seit 2004 war Schwartz Kommunikationsdirektor bei web.de und anschließend Leiter der Unternehmenskommunikation bei ComBots.

10: **Michael Weber** (40) ist neuer Leiter der Unternehmenskommunikation und Pressesprecher bei Vorwerk in Wuppertal. Er tritt damit die Nachfolge von **Jürgen Hardt** an, der bei der Bundestagswahl als Abgeordneter in den Bundestag eingezogen ist. Weber ist seit zehn Jahren im Unternehmen beschäftigt und war bereits als stellvertretender Pressesprecher tätig. Er behält

**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!**

zudem weiterhin die Verantwortung für die interne Kommunikation der Vorwerk Gruppe.

#### **MEDIEN:**

11: **Sylke Zeidler** (37), Pressesprecherin von 9Live, verlässt das Unternehmen, bei dem sie seit 2001 die Senderkommunikation verantwortet. Sie wechselt am 1. Januar 2010 zur neu gegründeten Katzengruber Human Development Group. Dort wird Zeidler künftig als Unternehmenssprecherin die zentrale Kommunikations- und PR-Arbeit verantworten. Ihre Aufgaben im Bereich Senderkommunikation übernimmt **Marcus Prosch** in seiner Funktion als Leiter Unternehmenskommunikation Diversifikation der ProSieben Sat.1 Group.

12: **Christian Ickstadt** (48) wird neuer Leiter Unternehmenskommunikation bei Ströer Out-of-Home Media in Köln, ab dem 16. November leitet er die externe und interne Kommunikation. Ickstadt war bis dato mit seiner Firma ic.consulting als selbständiger Unternehmer tätig. Der gelernte Journalist war von 1988 bis 2002 beim Deutschen Fachverlag für die Titel "Horizont" und "Textilwirtschaft" beim Deutschen Fachverlag in Frankfurt am Main tätig.

13: **Wolfgang A. Eck** (47) verstärkt die Chefredaktion des Kölner Audio-Journalanbieters „Management-Radio“. Gleichzeitig bleibt er als Wirtschaftsjournalist aktiv und Inhaber und Managing Director der in Mittelhessen (Rhein-

Main-Gebiet) ansässigen eckpunkte Kommunikationsberatung. Eck ist Diplom-Kaufmann und hat bis Mitte 2008 hauptsächlich in Dienstleistungsunternehmen gearbeitet - unter anderem als Pressesprecher und Leiter Unternehmenskommunikation der Deutschen Leasing Gruppe und der Provinzial Rheinland Versicherungen.

15: **Michael Weiland** (43) ist neuer Pressesprecher von Radio NRJ in Deutschland. Er kümmert sich am Standort Hamburg hauptsächlich um die Kommunikationsthemen der Marke Energy in Deutschland und unterstützt darüber hinaus die Kommunikation der Energy-Stationen in Berlin, Hamburg, München, Stuttgart und Nürnberg. Zuvor war der studierte Publizist in gleicher Position bei der TOP Radiovermarktung in Berlin, SAT.1, sowie 104.6 RTL und RTL Radio Deutschland. Weiland ist außerdem Geschäftsführer der Kommunikations- und Strategieberatung Positioning first Media, die 2000 in Berlin gegründet wurde.

#### **VERBÄNDE UND INSTITUTE:**

16: **Ina Diepold** (30) übernimmt ab sofort die Position der Leitung Kommunikation und Marketing der Handwerkskammer Hamburg. Die studierte Journalistin und Politikwissenschaftlerin war zuletzt stellvertretende Pressesprecherin der CDU Deutschland. Sie folgt auf **Heinz Oberlach** (53), der die Position seit April 2007 ausgeübt hatte.

16: **Benedikt Dederichs** (35) ist neuer Bundespressesprecher beim Sozialverband

**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!**

Deutschland (SoVD) in Berlin. Er kommt vom Deutschen Bundestag, wo er von November 2004 bis Oktober 2009 Pressereferent und Büroleiter war. Dederichs hat Politikwissenschaft studiert und die Prüfung zum PR-Berater an der Deutschen Akademie für Public Relations absolviert.

17: **Sandra Lades** (41) ist Leiterin der neu geschaffenen Pressestelle des GfK-Vereins in Nürnberg. Die Diplom-Kauffrau begann ihre Marktforschungslaufbahn 1994 in der Fernseh Zuschauerforschung der GfK. In den Jahren 2001 und 2002 leitete sie als Direktor PR & Marketing die Pressestelle des Unternehmens Jupiter MMXI. Zuletzt war sie im Sektor Custom Research der GfK Gruppe für das internationale Marketing verantwortlich.

#### POLITIK UND BEHÖRDEN:

18: **Frank Zabel** (40) wird ab 1. Dezember neuer Sprecher der FDP-Fraktion im Schleswig-Holsteinischen Landtag. Er ist seit fast 20 Jahren als Journalist tätig und war in den vergangenen neun Jahren stellvertretender Chefredakteur und Leiter der Lokalredaktion bei Boyens Medien (Dithmarscher Landeszeitung, Brunsbütteler Zeitung, Marner Zeitung, Dithmarscher Kurier). Zabel wird Nachfolger von **Christian Albrecht**, der ab 1. Dezember in die Vertretung des Landes Schleswig-Holstein beim Bund nach Berlin wechselt.

19: **Heiko Kusche** (37) ist neuer Pressesprecher der CDU-Fraktion im Landtag von Baden-Württemberg. Der studierte Politikwissenschaftler folgt auf **Christoph Hermes** (42), der seit Herbst 2008 Pressesprecher in Stuttgart war.

20: **Isabel Siebert** (32) ist neue Pressesprecherin und Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Sächsischen

Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr in Dresden. Ihre Vorgängerin **Lea Mock** (45) wird eine neue Aufgabe im Wirtschaftsministerium übernehmen. Siebert wurde dieses Jahres zur Landtagsabgeordneten gewählt, zuvor war sie in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der FDP im Europäischen Parlament beschäftigt.

## Etats

### Etats compact (14) (46.KW-09)

01: Ponant Yachtkreuzfahrten, Hamburg  
was: *PR-Etat*  
an: **IT-PR**, Hamburg

02: Oystar-Gruppe  
was: *Gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*  
an: **möller pr**, München

03: Deutsche Gesellschaft für Pneumologie und Beatmungsmedizin (DGP), Werne  
was: *Externe Pressestelle für die Fachpressearbeit*  
an: **Agentur Konsens**, Werne

04: Die Paramount Home Entertainment (Germany), München  
was: *Verlängerung des Etats für Print-, Radio und TV-PR*  
an: **Weber Shandwick** (GPRA), München

06: TBV ProVital Lemgo  
was: *Entwicklung eines strategischen Kommunikationskonzeptes*  
an: **inMedias Kommunikation**, Lohmar

07: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Wiesbaden  
was: *Standort- und Imagebroschüre „Biotechnologie-Standort Hessen“*  
an: **Flad & Flad Communication**, Heroldsberg

08: Astaro, Karlsruhe  
*was: PR-Arbeit in Fachpresse, Wirtschafts- und Tageszeitungen sowie Social Media-Kampagnen in Deutschland*  
an: **Hotwire**, Frankfurt am Main

09: Bundesindustrieverband Deutschland Haus-, Energie- und Umwelttechnik (BDH), Köln  
Bundesverband WärmePumpe (BWP), Berlin  
*was: Pressearbeit für die Wärmepumpen-Aktionswochen 2010*  
an: **Sage & Schreibe Public Relations**, München

10: Servicing Advisors Deutschland, Frankfurt am Main  
*was: Produkt- und Markenstrategie, Corporate Identity*

11: Research in Motion (RIM/Blackberry), Bochum  
*was: Instore-Konzept und -Design, modulares Shop-System*

12: Lighting Accents, Offenbach  
*was: Leadagentur für Markenauftritt und strategische Markenführung*

13: Corporation Pretty Good Privacy (PGP), Offenbach  
*was: Leadagentur für komplette Print- und Online-Kommunikationsmaßnahmen*

14: Institut WAR (TU Darmstadt, Fachbereich Abwassertechnik), Darmstadt  
Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Berlin  
*was: Ausstellungs- und Kommunikationskonzept für die EXPO 2010 in Shanghai*  
an: Cosalux, Offenbach

## Branche

### Fink & Fuchs erweitert Forschungs-kooperation mit der Universität Leipzig

Nach erfolgreicher dreijähriger Zusammenarbeit verlängert Fink & Fuchs Public Relations, Wiesbaden, die strategische Partnerschaft mit der Universität Leipzig um weitere drei Jahre. Die bislang bestehende Kooperation mit der Abteilung Kommunikationsmanagement und Public Relations im Bereich Innovation & Technologie wird auf das Themenfeld Online-Kommunikation ausgedehnt. Um die Forschung zu dieser zukunftssträchtigen Kommunikationsdisziplin weiter voranzutreiben, wird zudem ein dreijähriges Promotionsstipendium zum Themenschwerpunkt "Online-Kommunikation" (Online-PR, Social Media) an der Universität Leipzig ausgeschrieben. Die Eckdaten sind unter [www.ffpr.de](http://www.ffpr.de) und [www.communicationmanagement.de](http://www.communicationmanagement.de) verfügbar. Interessenten können sich bis zum 20. Dezember 2009 bewerben. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Branche compact (6) (46.KW-09)

01: **Eine neue Studie des PR- und Kommunikationsberatungsunternehmens Burson-Marsteller** zeigt, dass nur die Hälfte der europäischen Unternehmen über einen Krisenplan verfügt. Dies, obwohl eine sorgfältig getroffene Vorbereitung im Krisenfall grosse finanzielle Vorteile bietet und Reputationsverlust vermeiden kann. Die neu lancierte Studie über die Crisis Preparedness in der Unternehmenswelt zeigt auf, dass nur 53 Prozent der Unternehmen über einen Krisenplan verfügen. Dies obwohl 60 Prozent schon einmal eine Krise erlebt haben, von welchen die Hälfte im letzten Jahr stattfand. [bursonmarsteller-online.eu](http://bursonmarsteller-online.eu)

02: **Weber Shandwick wurde von der britischen Public Relations Consultants Association (PRCA) mit dem Titel "International Consultancy of the Year" ausgezeichnet.** Damit ist Weber Shandwick die einzige PR-Agentur, die im gleichen Jahr sowohl bei den PRCA Awards als auch den PRWeek UK Awards zur "International Consultancy of the Year" gekürt wurde. Colin Byrne, Europa-CEO von Weber Shandwick, dazu: "Wir alle bei Weber Shandwick sind sehr stolz auf das, was wir in diesem wirtschaftlich schwierigen Jahr erreicht haben. In 2009 von den beiden angesehensten PR-Organisationen als 'International Consultancy of the Year' ausgezeichnet zu werden, ist Beweis und Anerkennung für das Engagement unserer Mitarbeiter auf der ganzen Welt. Ich möchte mich bei unseren Kunden und allen Teams innerhalb des internationalen Weber Shandwick Netzwerks für ihren großartigen Beitrag zu diesem erfolgreichen Jahr bedanken."

03: **Ethischer Konflikt um Erfolgshonorar in der schweizer PR-Branche.** Mit seinem Angebot einer "100-Prozent-Honorar-Zurück-Garantie" hat der PR-Berater Harald Burgener von der Berner Agentur Dreizweieins für mittleres Aufsehen in der Branche gesorgt. Sein Angebot widerspricht diametral dem Artikel 10 des Kodexes von Lissabon, der seit Juni 1989 als Verhaltensnorm der Schweizer Public-Relations-Gesellschaft (SPRG) gilt: "Public-Relations-Fachleute dürfen keine vertragliche Vereinbarungen eingehen, in denen sie ihrem Auftrag- oder Arbeitgeber messbare Erfolgsgarantien abgeben", lautet diese Bestimmung.

[www.kleinreport.ch/meld.phtml?id=53967](http://www.kleinreport.ch/meld.phtml?id=53967)

04: Die Gesellschaft Public Relations Agenturen (**GPRA**), Frankfurt am Main **hat** im November **ECCO Düsseldorf/EC Public Relations, Düsseldorf als 35. Mitglied aufgenommen.** Die 2005 gegründete Agentur arbeitet unter Geschäftsführung von Lutz Cleffmann vor allem

für Kunden in den Bereichen Telekommunikation, Energieversorgung, IT, Investitionsgüter und Versicherungswirtschaft. Ein Schwerpunkt der Agenturarbeit ist dabei die Kommunikation im Bereich der nachhaltigen Entwicklung. EC Public Relations/ECCO Düsseldorf koordiniert das ECCO Deutschland Agenturnetz, das vier Agenturen in Berlin, Düsseldorf, Hamburg und München umfasst (PRGS, EC PR, Bellmann, Gröning & Partner sowie relatio PR).

05: **Vier Stiftungen haben für ihre vorbildliche Öffentlichkeitsarbeit den Kommunikationspreis KOMPASS 2009 erhalten.** Der Bundesverband Deutscher Stiftungen übergab die Preise am 12. November in Berlin. In der **Kategorie „Gesamtauftritt“** konnte die Stiftung "Zeit für Menschen" aus Nürtingen überzeugen. Die Stiftung errichtete ein Netzwerk und motivierte so bislang rund 1.500 Freiwillige zu Zeit-, Wissens- und Geldspenden, die vor allem alten, kranken und behinderten Menschen zugutekommen. In der **Kategorie „Projektkommunikation“** ging der Preis an die Kommunalen Stiftungen Münster für die Ausrichtung des regionalen Stiftungstages Münster Westfalen, der dieses Jahr zum ersten Mal stattfand. Die PR-Kampagne zum Stiftungstag erzeugte hohe Aufmerksamkeit und zog mehr als 1.500 Besucher an. Die CaritasStiftung im Erzbistum Köln empfing den Preis in der **Kategorie „Einzelne Kommunikationsmaßnahmen“** für ihre Wanderausstellung „Aus unserer Mitte“. Mit emotionalen Bildern sensibilisiert die Foto-Ausstellung für die alltägliche, nicht auf den ersten Blick sichtbare Armut in der Nachbarschaft. Den **Sonderpreis für die beste Internetseite** erhielt die Stiftung Kulturregion Hannover. Sie informiert im Internet transparent, übersichtlich und originell über ihre Projekte.

06: Fünf führende, hochspezialisierte Beratungsfirmen aus der Schweiz, Deutschland, Österreich, Grossbritannien und den USA haben am 16. November die **Gründung der ersten internationalen Allianz für Krisen- und**

**Rechtskommunikation** bekanntgegeben. Die CLC-Alliance (Crisis & Litigation Communicators Alliance) entspricht dem zunehmenden Trend nach strategisch abgestimmter, länderübergreifender Kommunikation in Krisen- und Konfliktfällen. Die Repräsentanten der CLC-Alliance sind Hellerman Baretz Communications (USA), Bell Yard (Grossbritannien), Results: S. Holzinger! (Deutschland), preventK (Österreich) und Roland Binz Kommunikation & Image (Schweiz). Stephan Holzinger aus Starnberg wurde Gründungsvorsitzender. ([www.clc-alliance.com](http://www.clc-alliance.com))

## Medien

### Studie zum Image Deutschlands in chinesischen Medien

Wie berichten chinesische Medien über Deutschland? Anhand welcher Themen wird Deutschland von den Medien in China wahrgenommen? Ausgehend von diesen Fragen hat Meta Communication International, Spezialist für Medien-Monitoring und Medienanalyse, über einen Untersuchungszeitraum von Juli 2008 bis Juli 2009, das Medienimage Deutschlands in 18 chinesischen Leitmedien untersucht. Die Ergebnisse der Studie liegen jetzt vor. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Die Balance zwischen PR und Journalismus verschiebt sich - nicht

"Deutschlands Medien stecken tief in der Krise. Redaktionen schrumpfen weiter, die Zeit für gründliche Recherche sinkt beständig. Gerät das Verhältnis von Journalismus und PR immer mehr aus der Balance?" - Diese Frage stellte mir das Magazin "Pressesprecher" für seine aktuelle

Ausgabe. Die Antwort mag überraschen: Nein, hier gerät nichts aus der Balance. Die Qualität des Journalismus sinkt nicht. Denn: In dieser Frage stecken gleich mehrere Feststellungen, die in ihrer Verallgemeinerung nicht zutreffend sind, auch wenn inzwischen jeder in unserer Branche glaubt, es handle sich dabei um Tatsachen.

*Den Beitrag von Carsten Knop im FAZ-Blog "Ad hoc" am 16. November [hier online weiterlesen](#).*

### Medien compact (4) (46.KW-09)

01: Eine von Virtual Identity in Kooperation mit Google Deutschland durchgeführte Studie zeigt, dass **das Web auch bei deutschen B2B Entscheidern fester Bestandteil ihres Arbeitsalltags** geworden ist. Unabhängig von Branche und Investitionsvolumen ist das Web bereits heute der einflussreichste Informationskanal zur Vorbereitung von Investitionsentscheidungen. [virtual-identity.com](http://virtual-identity.com)

02: **Rupert Murdoch erwägt, Googles Nachrichtencrawler von seinen News-Websites fernzuhalten.** Der Chef des Medienunternehmens News Corporation hatte bei früherer Gelegenheit schon gefordert, dass Suchmaschinenbetreiber für das Abgreifen von Nachrichten zahlen sollen. Im Interview mit dem australischen Sender Sky News wurde er nun gefragt, warum Google nicht einfach am Indexieren der Nachrichten gehindert werde. [heise.de](http://heise.de)

03: **Das Internet gräbt den klassischen Medien langsam aber sicher das Wasser ab.** Während TV-Sender und Zeitschriften nach wie vor unter sinkenden Werbeerlösen leiden, werden die Markenartikler ihre Ausgaben für Banner, Interstitials und Co im kommenden Jahr deutlich anheben. (...) Besonders stark sollen die Online-Spendings in Deutschland ansteigen. Laut "Internet Ad Barometer" rechnen die befragten Media-



Verantwortlichen im kommenden Jahr mit einem Wachstum von 20 Prozent. [horizont.net](http://horizont.net)

04: **Frauen von heute kaufen anders ein:** Die neue Studie "Winning With Millennial Women Shoppers" vom Marktforscher Information Resources zeigt, was US-Frauen zwischen 20 und 30 Jahren heute alles anders machen als ihre Vorgängerinnen. Sie kaufen beispielsweise seltener ein, geben jedoch pro Einkauf mehr aus und besuchen Discounter häufiger als die Generationen zuvor. Sie schätzen Eigenmarken des Handels als qualitativ hochwertig ein, was Werber nachdenklich macht. [bigtrends.blog.de](http://bigtrends.blog.de)

## Services + Tipps

### Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes nimmt Arbeit auf

Das beim Rationalisierungs- und Innovationszentrum der deutschen Wirtschaft (RKW) in Eschborn neu eingerichtete Kompetenzzentrum wird die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung bei der Etablierung des Wirtschaftszweiges als einer zentralen Säule der zunehmend wissensbasierten Volkswirtschaft unterstützen. Dabei soll es insbesondere als Mittler zwischen den kreativ Tätigen mit ihren besonderen Bedürfnissen und den wirtschafts- und kulturpolitischen Entscheidungsträgern wirken. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Service compact (12) (46.KW-09)

01: **Online Social Media Newsroom – Was? Warum? Wozu?** Nicht nur Global Player wie BMW & Co. nutzen Online Social Media

Newsrooms, sondern auch immer mehr kleinere Unternehmen bieten ihren Multiplikatoren ihre Inhalte auf einer zentralen Kommunikationsplattform an. Trotzdem wissen noch viele Unternehmen und Agenturen zu wenig über Online Newsrooms. Mediaquell zeigt, was Online Newsrooms sind und warum diese zunehmend die klassischen Pressebereiche und Kommunikationsabläufe ersetzen. [mediaquell.com](http://mediaquell.com)

02: PR 2.0 ist eine spannende Frage, aber nicht nur für die Kommunikationsabteilungen, sondern auch für Betriebsräte. Schließlich stehen im kommenden Jahr Wahlen zum Betriebsrat und Aufsichtsrat an. **Wie können moderne Kommunikationsformen auf Wahlkämpfe von Betriebsräten übertragen werden?** Mit dieser Fragestellung beschäftigt sich die Beratungsfirma Caido Consultants im Themenfeld Kommunikationsmanagement. In der Studie Betriebsratswahlkampf 2010 wird der Frage nachgegangen, welche Kampagnenerfahrungen Betriebsräte selbst gesammelt haben und welche moderne Formen politischer Kommunikation auf BR-Wahlkämpfe übertragbar sind. [caidao.de](http://caidao.de)

03: **Studie zum Konsumverhalten: Hilfe, mein Kunde denkt!** Die Finanz- und Wirtschaftskrise krepelt auch das Verhalten der Verbraucher in Europa um. War in den 90er-Jahren ein fröhliches Anhäufen von materiellen Gütern in, streben die Kunden nun danach, Überflüssiges wegzulassen. Das ist eines der Ergebnisse einer repräsentativen Studie der Werbeagentur BBDO, die FTD.de vorliegt. Für die Untersuchung wurden europaweit knapp 15.000 Personen befragt. [ftd.de](http://ftd.de)

04: **Die aktuellen Ergebnisse des vierteljährlichen Konjunktur- und Trendbarometers** der IP Deutschland zeigen nicht nur, dass die Wirtschaftskrise bisher an der Mehrzahl der Konsumenten vorbeigerauscht ist. Nun sinkt auch der Anteil derjenigen, die eine Verschlechterung ihrer persönlichen Situation wahrnehmen: Nur noch 33 Prozent der Befragten gaben an, dass sich ihre persönliche finanzielle

Situation im Vergleich zum Vorjahr verschlechtert habe. Vor vier Monaten lag dieser Wert noch bei 38 Prozent. Gut ein Drittel der Befragten (36%) schätzt aktuell die persönliche finanzielle Lage als unverändert gegenüber dem Vorjahr ein, 29 Prozent geben an, dass sich ihre Situation sogar verbessert habe. [presseportal.de](http://presseportal.de)

05: Nach Mitteilung des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden haben Frauen in Deutschland im Jahr 2008 mit durchschnittlich 14,51 Euro pro Stunde 4,39 Euro weniger als ihre männlichen Kollegen verdient. **Damit lag der Gender Pay Gap, das heißt der prozentuale Unterschied im durchschnittlichen Bruttostundenverdienst von Frauen und Männern, wie bereits in den Vorjahren konstant bei 23%.** Differenziert nach Branchen bestand der höchste Gender Pay Gap mit 34% im Wirtschaftszweig "Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen". Große Lohnabstände zwischen Frauen und Männern gab es auch in den Bereichen "Kunst, Unterhaltung und Erholung" (31%).

06: **In Krisenzeiten sind es oft die Bereiche Marketing und Werbung, in denen Unternehmen zuerst auf die Kostenbremse treten. Das zahlt sich allerdings längst nicht immer aus,** bestenfalls kurzfristig, glaubt Marketingexperte Franz-Rudolf Esch, Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Justus-Liebig-Universität Gießen. Im Gespräch mit dem Mittelstandsmagazin "Initiativbanking" ([www.initiativbanking.de](http://www.initiativbanking.de)) erläutert er zwar, dass „viele Unternehmer glauben, über diese Stellschraube am einfachsten sparen zu können. Die Erfahrung lehrt aber, dass gerade in Krisenzeiten nachhaltiges Wachstum sicherzustellen ist.“ Mit Blick auf Analysen der Krisenjahre 2001 und 2002 berichtet Esch von Unternehmen, die auch in der Krise steigende Umsätze verzeichneten. Neben antizyklischen Investitionen in Innovation führt er dies auch auf

Budgetsteigerungen in Werbung und Kommunikation zurück. „Ebenso wichtig ist es, den persönlichen Kontakt zu den Kunden zu intensivieren und gemeinsam mit ihnen an Optimierungen oder Innovationen zu arbeiten. Zieht der Markt dann wieder an, ist das Unternehmen gut positioniert“, so seine Prognose.

07: **Im Rahmen einer engen Kooperation bauen PressFile Europe und der Wiener Multimedia-Datenbank-Spezialist mediamid jetzt das PR-Software-Paket PressFile deutlich aus.** So wird nicht nur das Clipping-Management funktional erweitert, beispielsweise mit neuen Möglichkeiten für die Medienresonanz- oder Reichweitenanalyse. PressFile erhält auch eine direkte Anbindung an das für die PR-Branche optimierte Media-Asset-Managementsystem AMID PR. Damit können die Anwender künftig aus dem Clipping-Management direkt die gescannten Veröffentlichungen verwalten, egal ob es sich dabei um PDFs, Grafik-Dateien oder Video-Mitschnitte handelt. Textversion der Presseinformation: [www.press-relations.de/uploads/tt\\_news/PF-mediamid\\_final.doc](http://www.press-relations.de/uploads/tt_news/PF-mediamid_final.doc).

08: Für management-radio (Audio-Journal für Führungskräfte) hat **Wolfgang Eck**, Weilburg ein interessantes **Interview für PR-Leute und Pressesprecher – insbesondere aus der Bankenbranche –** eingestellt. Er spricht mit dem für Banken zuständigen FAZ-Redakteur über Kommunikationsmanagement der Banken. Hier geht's zum Anhören: <http://kommunikationsmanagement.podspot.de/post/interview-hanno-mussler/>

09: **Intelligente Software für die Kommunikationsbranche: Die cobra PR-Edition ist da.** Ausgeklügelte Medienverteiler erstellen, personalisierte E-Mails verschicken, Mediadaten erfassen und zuordnen – das sind nur einige der Funktionen, die mit der neuen cobra PR-Edition nun ganz reibungslos den Arbeitsalltag erleichtern. Speziell auf die Anforderungen des Bereichs

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zugeschnitten, bietet diese Software eine hohe Transparenz sowohl für die Nutzer als auch für deren Kunden. Demo-Version und weitere Informationen unter [www.cobra.de/pr](http://www.cobra.de/pr).

10: Im Freiburger Verlag creativ collection ist der neue **Etat-Kalkulator 2009/2010** erschienen. Er gibt nicht nur Antwort auf die Frage "was kostet WSerbung?", sondern nennt vielfältige Honorare, Stundensätze und Fremdkosten für die verschiedenen Einsatzbereiche der Kommunikationsarbeit. [www.ccvision.de](http://www.ccvision.de)

11: Die **dpa Deutsche Presse-Agentur, Hamburg und der Redaktionsdienstleister Raufeld Medien, Berlin kooperieren** und bieten Verlagen künftig **druckfertige redaktionelle Seiten und Beilagen** mit Inhalten des dpa-Themendienstes an. Zeitungen und Zeitschriften können damit die Angebote des dpa-Themendienstes regionalisiert und in ihrem individuellen Layout beziehen. Die Geschäftsführerin und Chefredakteurin des dpa-Themendienstes, Hilke Segbers, reagiert mit dem neuen Angebot auf den Wunsch vieler Kunden nach gestalteten Seiten und regionalen Inhalten. Voraussetzung für den Bezug der Fertigseiten ist ein Abonnement des dpa-Themendienstes. Das Angebot umfasst die Themen Bauen und Wohnen, Beruf und Bildung, Computer und Multimedia, Tourismus und Reise, Auto und Verkehr, Ernährung und Gesundheit, Technik und Kommunikation, Geld und Finanzen, Recht und Verbraucher, Garten, Tiere, Jugend, Frauen, Familie und Senioren.

12: Die Hamburger Kommunikationsagentur **Faktenkontor hat eine Methode entwickelt, die den konkreten PR-Beitrag zum Unternehmens-erfolg erfasst. Das Erfolgskontrolle-Tool "PProof"** wurde in Anlehnung an die Werbewirkungsforschung erarbeitet und misst den Beitrag der Pressearbeit zu Bekanntheit, Sympathie, Kaufbereitschaft und

Kauf. Pressestellen und Agenturen können dadurch ihre PR-Aktivitäten besser steuern und der Geschäftsleitung den Nachweis liefern, dass sich die Investitionen in die Kommunikation rentieren. PProof wurde durch Lothar Rolke, Professor an der Fachhochschule Mainz begutachtet und als solide und belastbar bewertet. Pilotstudien haben die Einsetzbarkeit in der Praxis bestätigt.

Weiterführende Informationen:

<http://faktenkontor.de/proof>.

## Termine + Tagungen

### Media.Talk 09: Google Dir Deine Bildung - Was ist Web-Wissen wert?

Das Internet bietet ein immenses Wissenspotenzial – so der Konsens des Media.Talk 09 der staatlich anerkannten, privaten Fachhochschule des Mittelstands (FHM) in Bielefeld. Am 9. November fanden sich über 700 Gäste aus Wirtschaft und Medien im Bielefelder Ringlokschuppen ein, um die Podiumsdiskussion zum Thema „Google Dir Deine Bildung – Was ist Web-Wissen wert?“ zu verfolgen. Ein hochkarätiges Podium diskutierte die aktuellen Trends und Entwicklungen aus den Bereichen Wissen – Bildung – Medien. Zu Gast waren Hartmut Ostrowski, Vorsitzender des Vorstands von Bertelsmann, Stefan Keuchel, Pressesprecher von Google Deutschland, Katharina Borchert, Chefredakteurin des WAZ-Medienportals und Thomas Hallet, Leiter der Programmgruppe Wissenschaft des WDR. Moderiert wurde die Veranstaltung von Matthias Wolk, WDR. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Termine compact (4) (46.KW-09)

01: **DPRG-Landesgruppe Norddeutschland lädt zur Veranstaltung „Interne Kommunikation“** am

26. November, ab 18:30 Uhr bei HanseNet in Hamburg ein. Das Forum Interne Kommunikation (IK) hat diesmal das Thema: „Intranet – lebendige Informationsplattform oder kostspieliger Ladenhüter?“ Als Referentin diskutiert mit uns Claudia Wagner, Leiterin Communications & Public Affairs beim Chemieunternehmen Sasol Olefins & Surfactants, über ihre Erfahrungen bei der Planung, Einführung und Etablierung des hauseigenen Intranets. Nach dem erfolgreichen Auftakt am 1. Oktober ist auch dieses Forum IK wieder eine gemeinsame Veranstaltung der DPRG Landesgruppe Norddeutschland und von MontuaDicker. Anmeldung: [a.montua@montua-dicker.de](mailto:a.montua@montua-dicker.de).

02: Wie genau läuft die Gesetzgebung in Deutschland und auf europäischer Ebene ab? Wie vertreten Unternehmen und Non-Government-Organisationen dabei ihre Interessen? Und welche Rolle spielen die "Public Affairs" für ihre Adressaten, die Politiker? Hochkarätige **Experten aus Politik-Agenturen, Unternehmen, der Politik und NGOs geben exklusive Einblicke in den Politikbetrieb in Berlin und Brüssel**. Die Vorträge werden von der **TU Berlin** und der TU Berlin Servicegesellschaft veranstaltet. Sie sind öffentlich und kostenlos. Infos: [www.tu-servicegmbh.de/master](http://www.tu-servicegmbh.de/master) (Link: Vorlesungsreihe Public Affairs)

03: "Deutsche sind Social Media Muffel" besagt eine aktuelle Studie von Lightspeed Research. Trotzdem lässt sich auch hier ein Umbruch der PR-Branche verzeichnen: Immer häufiger werden das Internet und Social Media Plattformen als Quelle für Informationen genutzt, traditionelle Medien verlieren zunehmend an Bedeutung. **Kostenfreies Webinar am 26. November** um 14 Uhr **von Business Wire**: "PR 2.0 - Erfolgreiche Online-Kommunikation mit SEO, Social Media-Bookmarks, Bildern, Videos & Co." Anmeldung und Infos:

<https://www1.gotomeeting.com/register/734082360>.

04: Am 19. und 20. Januar 2010 veranstalten das Fachmedium "Horizont" und der The Conference Group in Frankfurt am Main den **Deutschen Medienkongress 2010** (mit Kongressmesse Best Media). Thema. "The future of media - was wird die Kommunikation von morgen prägen?" Infos: [www.deutscher-medienkongress.de](http://www.deutscher-medienkongress.de).

## Ausbildung + Seminare

### Erste Absolventin des variablen Systems schließt ihr com+plus-Studium erfolgreich ab

Die erste Teilnehmerin des variablen Studiensystems, Melanie Meder, hat erfolgreich am 15. November ihr PR-Studium bei com+plus, Münster nach sechs Monaten abgeschlossen. „Das com+plus-Studium bietet mir nach zehn Jahren praktischer PR-Arbeit eine spezifische Zusatzqualifikation, die theoretisch fundiert ist und einen ausgezeichneten Ruf in der Branche hat“, erklärt Meder. *Zum vollständigen Artikel auf der [Homepage](#)*

### Raike Kommunikation entwickelt neues Ausbildungskonzept für den PR-Nachwuchs

Auf die Straße gehen und gegen Ausbeutung und für faire Regeln demonstrieren, muss bei Raike Kommunikation (GPRA), Hamburg kein Praktikant. Im Oktober startete die Agentur ein Ausbildungskonzept, mit dem sie der „Generation Praktikum“ endgültig den Rücken zukehrt. „Mit dem Orientierungs-Volontariat setzen wir neue Maßstäbe für den Berufseinstieg in die Kommunikationsbranche“, sagt Wolfgang Raike,

Inhaber und Geschäftsführer von Raiko Kommunikation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Ausbildung compact (1) (46.KW-09)

01: Die Universität Leipzig und die **Fink & Fuchs** Public Relations AG, Wiesbaden, vergeben zum zweiten Mal ein **Promotionsstipendium für Kommunikations- und Medienwissenschaftler**. Das damit verbundene Forschungsvorhaben liegt im zukunftssträchtigen Gebiet der Online-Kommunikation (Online-PR, Social Media). Das Stipendium in Höhe von monatlich 1.250 Euro wird für drei Jahre gewährt. Zudem wird die Wiesbadener PR-Agentur weitere empirische Studien im beforschten Themenfeld unterstützen. Das Promotionsstipendium beinhaltet die Chance zur Mitarbeit im Team von Ansgar Zerfaß am Leipziger Institut, einer der Top-Adressen für Kommunikationsmanagement und Public Relations in Deutschland. Informationen sind unter [www.communicationmanagement.de](http://www.communicationmanagement.de) und [www.ffpr.de](http://www.ffpr.de) verfügbar; Bewerbungsschluss ist der 20. Dezember 2009.

## Rezensionen

### Schulz-Bruhdoel/Bechtel: Medienarbeit 2.0

Norbert Schulz-Bruhdoel/Michael Bechtel: Medienarbeit 2.0. Cross-Media-Lösungen. Das Praxisbuch für PR und Journalismus von morgen. 224 Seiten. Frankfurter Allgemeine Buch 2009. Preis: 24,90 € ISBN: 978-3-89981-193-3. *Rezension von Thomas Mavridis, Inhaber Die PR-Kanzlei ([www.pr-kanzlei.de](http://www.pr-kanzlei.de)), Lehrbeauftragter für PR und Kommunikation an*

*der Universität Bamberg, der MD.H München und der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Ravensburg.*

Millionen Menschen weltweit tun es: Sie nutzen Weblogs, Podcasts, Twitter, Facebook und andere soziale Netzwerke. Den rasant steigenden Nutzerzahlen der Community-Plattformen steht die sich weiter reduzierende Themen- und Meinungshoheit von Zeitung, Fernsehen und Radio gegenüber. Nicht nur Journalisten und Verleger verfolgen die Entwicklungen ratlos oder ignorieren sie sogar gänzlich. Auch PR-Fachleute haben Schwierigkeiten damit. Zum Teil werden Web 2.0-Kanäle noch immer als technischer Schnickschnack abgetan. Warum eine solche Einstellung ziemlich gefährlich ist, zeigt Norbert Schulz-Bruhdoel, Inhaber der Agentur Punktum PR + Dialog und Autor des Standardwerks "Die PR- und Pressefibel". Gemeinsam mit Michael Bechtel, einstmalig Mitglied der Bundespressekonferenz und heute Freier Journalist, hat er das Buch "Medienarbeit 2.0" vorgelegt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

### Nutzerschaft von Twitter sowie twitternde Organisationen und Einzelpersonen



Eine Artikelserie von Jörg Hoepfner, Montabaur. In dem zweiten Teil seiner Reihe „Kompendium Corporate Twitter“ beschäftigt sich der Kommunikationswissenschaftler und -berater Jörg Hoepfner mit der Nutzerschaft von Twitter. Hier arbeitet er heraus, welche Nutzergruppen Twitter nutzen. Ferner geht er auf die Fragen ein, warum und wie Organisationen sowie Einzelpersonen (z.B.

Politiker, Stars) aktuell twittern und welche Rolle sogenannte Fake-Accounts in diesem Zusammenhang spielen. [Den kompletten Beitrag hier als PDF herunterladen.](#)

## PR-Digest (Lesehinweise)

### Digitales Leben: Das Internet spaltet die Gesellschaft

Spätestens in zehn Jahren werden 95 Prozent der Erwachsenen in Deutschland das Internet regelmäßig nutzen. Und spätestens in 15 Jahren ist das Internet das Unterhaltungsmedium Nummer eins in Deutschland. Zu diesen Ergebnissen kommt eine Umfrage unter 550 Fachleuten aus Politik, Industrie und Wissenschaft zur Zukunft der Informationsgesellschaft bis zum Jahr 2030. Als Kernaufgabe dieser Entwicklung wird gesehen, alle Menschen auf diesem Weg mitzunehmen, um die digitale Spaltung zu überwinden. „Die Kluft zwischen Gesellschaftsgruppen, die am digitalen Leben teilhaben, und denen, die hiervon nicht profitieren, gilt es zu überwinden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Welche Informationen Manager brauchen

Informationen sind essentiell - vor allem als Entscheidungsgrundlage von Führungskräften. Es stellt sich die Frage, welche Informationen wertvoll sind, und welche überflüssig. **Management-Guru Peter F. Drucker** sagt [hier in havardbusinessmanager.de](#) am 13. November, welchem Zweck heute Informationen dienen. Seitdem vor 30 oder 40 Jahren die ersten Datenverarbeitungsprogramme auf den Markt kamen, haben Geschäftsleute die Bedeutung von

Informationen in der Organisation sowohl über- als auch unterbewertet. Wir - ich schließe mich da selbst mit ein - haben die Möglichkeiten insoweit überbewertet, als wir von computerbasierten Geschäftsmodellen sprachen, die Entscheidungen treffen und möglicherweise sogar das Geschäft in vielen Bereichen selbstständig führen könnten. Aber wir haben die neuen Werkzeuge auch grob unterschätzt. Wir haben in ihnen eine Möglichkeit gesehen, das besser zu tun, was Manager bei der Führung ihres Unternehmens ohnehin bereits taten.

### Kodex-Chef Müller: Ich räume ein, dass wir zu oft geschwiegen haben

Der Vorsitzende der Corporate-Governance-Kommission, Klaus-Peter Müller, hat scharfe Kritik an der Gehaltspolitik der Investmentbanken geübt. Im Interview spricht er über exzessive Managerbezahlung, aber auch über die Gehaltsgarantie für Arcandor-Chef Karl-Gerhard Eick durch einen Großaktionär und das Verhältnis von Staat und Wirtschaft.

*Das Interview in Handelsblatt.com am 15. November [hier online weiterlesen.](#)*

## Jobangebote

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

### Gesuche

Die 14 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

### Angebote

## Volontariat/Trainee

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

## Praktikum

Das 1 aktuelle Angebot für diesen Bereich finden Sie hier:

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

## Agenturen

fischerAppelt, ziegler sucht Volontäre Finance (m/w), Hamburg und Frankfurt a.M.

[Junior PR-Berater \(m/w\) | PR-Berater \(m/w\) | Senior PR-Berater \(m/w\) Wiesbaden und München](#)

[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](#)

## Medien

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

## Unternehmen

[Volontär \(w/m\) für Unternehmenskommunikation gesucht, Berlin](#)

[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](#)

[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, 16. November 2009 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **19.262 Empfänger** versandt.

---

## Impressum:.....

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg



### Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

**Verlag:**

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Ulzburg Telefon: +49 (0)4193 75.83.99 Telefax: +49 (0)4193 75.83.88 E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de

**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.

**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

**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).

**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.

**Ständige Kommentatoren:**

Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg

**Korrespondenten:**

Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver\_buehler[at]web.de); Michael Bürker, München, Agentur ComMenDo (muenchen[at]pr-journal.de); Oliver Jorzik und Dominik Ruisinger, Berlin, Agentur add-pr (berlin[at]pr-journal.de); Frauke Scheben, New York/USA (frauke.scheben[at]gmx.de).

**Autoren + Rezensionen:** (siehe PRJ-Homepage)

**Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:**

TwinShore Ltd., Eschenweg 55, 24558 Henstedt-