

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 224 / 47. KW 2009

Seite 1

Verbändestudie 2009 deckt einige kommunikative Irrwege auf

In ihrer umfassenden „Verbändestudie 2009 – Wie Politische Kommunikation und Public Relations in Zukunft zusammenwirken“ haben die Autoren Ulrike Propach und Jens Fuderholz wertvolle Erkenntnis für die zukünftige Arbeit und Ausrichtung von Verbänden zusammengefasst. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Hubert Burda Media neuer Hauptaktionär bei Xing

Burda Digital, eine 100 Prozent Tochter der Hubert Burda Media in München, hat dem Vorstand des Online Business Netzwerks Xing in Hamburg mitgeteilt, dass sie insgesamt 1.323.041 Aktien von Cinco Capital erworben hat. Mit 25,1 Prozent Anteilsbesitz ist das Tochterunternehmen der Hubert Burda Media somit größter Aktionär des börsennotierten Unternehmens Xing.

Carsten Tilger neuer Henkel-Kommunikationschef

Carsten Tilger (42) übernimmt am 1. März 2010 die Leitung der Henkel-Unternehmenskommunikation. In seiner Funktion wird er als Corporate Senior Vice President direkt an den Vorsitzenden des Vorstands, Kasper Rorsted, berichten. Er wird die Nachfolge von Marcus Kuhnert antreten, der die Unternehmenskommunikation derzeit zusätzlich zu seiner Funktion als Strategie-Chef leitet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Heimo Prokop verlässt Continental

Heimo Prokop (52), seit März 2001 Leiter der Unternehmenskommunikation bei Continental in Hannover, wird das Unternehmen zum Jahreswechsel 2009/2010 verlassen. Bis zur Regelung einer Nachfolge wird der jetzige Pressesprecher und Leiter Medien, Hannes Boekhoff, die Leitung der Unternehmenskommunikation kommissarisch übernehmen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ex-Journalist mit Berlin-Erfahrung neuer UN-Sprecher: Martin Nesirky wird Nachfolger von Michele Montas

Der frühere Reporter der Nachrichtenagentur Reuters Martin Nesirky wird neuer Sprecher von



UN-Generalsekretär Ban Ki Moon. Der 49-Jährige werde Nachfolger von Michele Montas, wie die Vereinten Nationen am Dienstag in New York mitteilten. Die Haitianerin beendet mit dem November ihre knapp zweijährige Amtszeit. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (14) (47.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Marion Schmidt** (34) ist neu als Kundenberaterin bei Neuland PR in Leipzig eingestiegen, um die Markenkommunikation der Agentur zu leiten. Die studierte PR-Frau hat eine achtjährige Erfahrungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, unter anderem als Pressesprecherin für Radio PSR und als PR-Referentin bei mir.) marketing im radio. **Simone Schütze** (27) bereichert als neue PR-Assistentin mit Schwerpunkt Online-Kommunikation das Markenkommunikationsteam. Bereits während des Studiums der Soziologie, Medienwissenschaften und Psychologie in Jena absolvierte sie diverse PR-Praktika.

02: **Mona Loft-Kokott** ist als Account Director neu bei der Agentur antwerpes in Köln. Dort ist sie für B. Braun, Astellas und Essex verantwortlich. Die Oecotrophologin blickt auf fast sieben Jahre Erfahrung in der Healthcare-Kommunikation bei der Agentur Liedler zurück. **Clarissa Mindnich** ist als medizinisch-wissenschaftliche Junior-Beraterin mit an Bord. Sie ist nicht nur fachkompetente Background-Texterin, sondern sie verstärkt auch Beratung

und Konzeption. Mindnich bringt Erfahrung aus der klinischen Forschung und im Marketing mit.

03: **Petra Kischkat** erweitert das Führungsteam der Bremer Agentur artundweise und wird Director New Business. Die studierte Philosophin und Linguistin soll Entwicklung von Kommunikationslösungen und Geschäftsmodellen für Tageszeitungen forcieren. Sie ist seit 1990 in der Publishing-Branche für verschiedene marktführende Software- und Systemhäuser als Consultant und Key Account Managerin tätig gewesen.


04: **Caroline Schwarz** (38) verstärkt als PR-Beraterin die PR-Agentur WPR Communication in Berlin, davor war sie als freier Consultant tätig. Erfahrungen im Food- und Agrarmarkt sammelte Schwarz als Beraterin in den Agenturen czwei communication:coaching und der Jeschenko MedienAgentur Berlin.

05: **Jan M. Blumenkamp**, seit 2007 bei Flad & Flad Communication in Heroldsberg als Geschäftsführer tätig, **Simone Seibel**, Leiterin Beratung und Strategie, **Andreas Jungbluth**, Leiter Wissenschafts- und Technologiekommunikation und **Marcus Pohlenk**, der den Bereich Finanzbuchhaltung und Controlling leitet, werden Verantwortung als Gesellschafter der Agentur übernehmen. Seibel wird ab dem 1. Januar 2010 darüber hinaus zur Geschäftsführerin berufen, Jungbluth und Pohlenk erhalten Prokura.

06: **Michael Martell** (55) übernimmt ab 2010 die Geschäftsführung der Stuttgarter PR-Agentur newswerk Public Relations, die PR-Unit der Schmittgall Werbeagentur. Er folgt auf **Markus Hardenbicker**, der als [Pressesprecher zum](#)



komm.passion



Medien-Analysen
mit Qualitätssiegel!

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBSACHTUNG

Pharmakonzern **GlaxoSmithKline** nach München wechselte. **Martell kommt von der Agentur MS&L** in Frankfurt am Main, wo er seit 1994 tätig war, zuletzt als Geschäftsführer

UNTERNEHMEN:

07: **Antje Schabacker** (43), bisher Leiterin Interne Kommunikation der Wintershall-Holding in Kassel, ist zur Muttergesellschaft BASF in Ludwigshafen in die Einheit Energy and Climate Policy gewechselt. **Michael Sasse** (42), derzeit Leiter Externe Kommunikation, übernimmt zunächst kommissarisch ihre Aufgaben.

08: **Natasja Sommer** (40) übernimmt bei Sunrise Communications in Zürich (CH) die Leitung der Corporate-Communications-Abteilung. Als Kommunikationschefin wird sie ab Januar die Bereiche Medien, Public Affairs und interne Kommunikation verantworten. Derzeit leitet Sommer sämtliche Kommunikationsaktivitäten bei Avaloq in Zürich (CH).

09: **Esther Walter** (37) wird ab dem 1. Dezember den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Konzern bei der Aktiengesellschaft Rhön-Klinikum in Bad Neustadt an der Saale verantworten. Die Stelle wurde neu geschaffen.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

10: **Almut Gaude** (32) gibt zum Ende November

2009 die Leitung der Pressestelle beim Verkehrsclub Deutschland (VCD) in Berlin vorübergehend ab und geht bis voraussichtlich 2011 in Mutterschutz und Elternteilzeit. Vertretungsweise übernimmt **Anna Fehmel** (29) die Position als Leiterin der Pressestelle.

11: **Astrid Ruta** (33) ist seit dem 16. November wieder Pressesprecherin im Design Zentrum Nordrhein- Westfalen in Essen. Ruta war für ein Jahr in Elternzeit. In der Zwischenzeit hatte **Sabine Angelkorte** (34) die Pressearbeit übernommen. Ruta berichtet an den Vorstandsvorsitzenden Peter Zec. Ihre Funktion wird sie zunächst halbtags ausführen.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

12: **Holger Eichele** (36) wird neuer Sprecher der Bundesministerin Ilse Aigner. Der Journalist übernimmt am 1. Dezember die Leitung des Pressereferates im Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Eichele war zuletzt Büroleiter und Hauptstadtkorrespondent der Mediengruppe Ippen in Berlin, zu der Tageszeitungen wie der Münchener Merkur, Hessisch-Niedersächsische Allgemeine, tz und Westfälischer Anzeiger gehören.

13: **Florian Engels** (50) ist seit dem 16. November Pressesprecher im Ministerium für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie in Brandenburg. Engels ist Nachfolger von **Jens Büttner**. Die Position des Pressesprechers der SPD-Fraktion im Brandenburgischen Landtag, die Engels bisher

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!

innehatte, übernimmt vorerst
 Fraktionsgeschäftsführer **Thomas Kralinski**.

14: **Ingrid Mattern** (44) ist seit dem 16. November neue Pressesprecherin des Brandenburgischen Finanzministeriums. Sie folgt auf **Ingo Decker** (43). Die studierte Germanistin und bisherige sächsische Landtagsabgeordnete Mattern ist im September nicht wieder in den Landtag eingezogen.

Etats

Jung von Matt gewinnt EVA Award in Gold

Mit dem nicht nur "größten", sondern auch ungewöhnlichsten Klassik-Konzert der Welt gewinnt Jung von Matt den EVA Award in Gold in der Kategorie "Charity-/Social-/Cultural-Events". Mit der Gold-Auszeichnung honoriert die Jury die unerwartet arrangierte, von 10.000 Menschen besuchte Sinfonie-Vorführung der Hamburger Philharmoniker. Konzipiert und umgesetzt wurde der Event von Jung von Matt/relations gemeinsam mit Jung von Matt/Alster.

Etats compact (16) (47.KW-09)

01: Verband Freier Berufe Berlin (VFB)
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Publiplikator**, Berlin´

02: parameta Projektberatung, Erding / München
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
 an: **Agentur Lorenzoni Public Relations**, Erding / München

03: Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM), Köln
 was: *Kampagnenetat als Lead-Agentur*
 an: **Serviceplan Public Opinion**, Berlin

04: Messe Frankfurt, Frankfurt am Main
 was: *Relaunch des Kundenmagazins Galleria*
 an: **Hoffmann und Campe Corporate Publishing** (Ganske Verlagsgruppe), Hamburg

05: Fahr-Zeit Personalleasing, Kassel
 was: *Fachpresse- und B2B-Öffentlichkeitsarbeit*
 an: **Dr. Haffa & Partner**, München

06: All-Clad Deutschland, Offenbach
 was: *Pressearbeit für den deutschsprachigen Raum*
 an: **Gourmet Connection**, Frankfurt am Main

07: 44spaces
 was: *klassische Pressearbeit im Print- und Online-Bereich*
 an: **Agentur für kreative PR Barbara Schreiter**, Berlin

08: Honeywell, Offenbach
 was: *Pressearbeit, Live-Kommunikation, Produkteinführungs-Event*
 an: **RA&P Marketingkommunikation**, Stuttgart

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!

09: Netzpiloten, Hamburg
was: externe Pressestelle für Unternehmen- als auch Produkt-Kommunikation
an: **cocodibu**, München

10: Hessische Hausstiftung, Kronberg im Taunus
was: Kommunikation für das Schlosshotel Kronberg in Deutschland, Österreich und der Schweiz
an: **Kleber PR Network**, Frankfurt am Main

11: Schott, Mainz
was: Fachkommunikation sowie Ausbau der Medienbeziehungen in ausgewählten Regionen und Marktsegmenten.
an: **oha communication**, Stuttgart

12: Sonae Sierra, Düsseldorf
was: Etat für komplette Pressearbeit, interne und externe Unternehmenskommunikation und strategische Kommunikationsberatung
an: **agentur05**, Köln

13: VR Bank Schwäbisch Hall-Crailsheim, Schwäbisch Hall
was: Konzeption, Redaktion und Umsetzung der Mitglieder- und Kundenzeitschrift „einblicke“ sowie der Mitarbeiterzeitschrift
an: **thak! Werbung & Kommunikation**, Gerabronn

14: helpingpress, Madrid (ES)
was: Pressearbeit vor, während und nach der Messe Mobile World Congress 2010 in Barcelona
an: **Helmut Weissenbach Public Relations**, München

15: Highgate Wealth Management Switzerland, Zürich (CH)
was: Medienarbeit in der Wirtschafts- und Finanzpresse

16: syme Training & Tools, Kreuzlingen (CH)
was: Medienarbeit und Strategische Positionierung

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

Branche

Wegen Wirtschaftskrise mehr Angst und Unsicherheit beim PR-Nachwuchs

Die Auswirkungen der Wirtschaftskrise stimmen die Young Professionals in der Public Relations Branche nachdenklich: Angst vor Jobverlust, Unsicherheit aufgrund schlechter Auftragslage und Gehaltseinbußen sind weit verbreitet. Das ist das ernüchternde Ergebnis einer Blitzumfrage der Junioren der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG), Berlin unter 130 Young Professionals im Oktober und September 2009. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausschnitt Medienbeobachtung gewinnt AMEC Award 2009

Ausschnitt Medienbeobachtung wurde als einziges deutsches Unternehmen Gewinner des internationalen Wettbewerbs um herausragende Methoden der Erfolgsmessung von Kommunikation. Mit dem silbernen AMEC Award in der zukunftsweisenden Kategorie ‚Best Use of Social Media Measurement‘ ist das Projekt ‚Soziale Netzwerkanalyse für Navigon‘ ausgezeichnet worden. Im Rahmen einer Gala hat das Ausschnitt-Team um Robert Fekl, Leiter Medien-Analyse, am 18. November in London den international begehrten Award entgegen genommen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Econ Awards Unternehmenskommunikation 2009: Herausragende Best Practice Beispiele ausgezeichnet

Die Jury vergab bei der Preisverleihung am 20. November in Berlin in neun Kategorien die Trophäen viermal in Platin, siebenmal in Gold, sechsmal in Silber, siebenmal in Bronze und viermal den Special Award. Die positive Bilanz herausragender Beispiele der Unternehmenskommunikation bestätigt den Anspruch der Juroren, dass es „in heutigen Zeiten auf Substanz, Relevanz und Resultate in der Kommunikation ankommt“. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (5) (47.KW-09)

01: Die **Storymaker Agentur für Public Relations** mit Sitz in Tübingen **bündelt ihre Kompetenzbereiche** Corporate Publishing, Multimedia (Video und Foto), Online-PR und Social Media **in einer „Corporate Media“ Einheit**. Ziel des internen „Think Tank“ ist es, aktuelle Entwicklungen in den Bereichen zu bewerten, neue Ansätze für die integrierte Umsetzung von Corporate Content zu entwerfen und kreative Konzepte zu entwickeln, die eine Kommunikation und Distribution über alle strategisch relevanten Kanäle ermöglichen. „Unternehmen standen noch nie so viele unterschiedliche Kanäle, Technologien und Medienformate für die direkte Distribution ihrer strategischen Botschaften zur Verfügung“, sagt Björn Eichstädt, Geschäftsführer von Storymaker und Initiator der Arbeitsgruppe.

02: Die **Münchener PR-Agentur unicat communications** **blickt auf zwei Dekaden wirkungsvolle Pressearbeit und strategische Kommunikation** für Kunden aus der IT- und Kommunikationsbranche (ITK) sowie für

Technologiekonzerne **zurück**. 1989 begann die Geschichte von unicat communications mit Digital Equipment als erstem PR-Mandat. Seither betreut unicat internationale Großkonzerne genauso wie Kunden aus dem Mittelstand, Start-Ups und kleine Nischenanbieter. Zu den Referenzen zählen namhafte ITK-Anbieter wie Avaya, Compaq, Lucent und Fujitsu Siemens Computers sowie die Technologiekonzerne Siemens AG und Evonik Industries. Das heute 12köpfige Team der inhabergeführten Agentur unter der Leitung der beiden Geschäftsführerinnen Gabi Eckart und Anja Seubert deckt alle Felder der Unternehmenskommunikation ab. Schwerpunkte sind die klassische Pressearbeit sowie die kommunikative Unterstützung des sozialen Engagements von Unternehmen. Services wie Social Media Relations, Online Reputation Management, Speaker Placement, Award Management und Analyst Relations runden das Portfolio ab.

03: **Die beiden PR-Agenturen** (und Mitglieder des PR-Wirtschaftsverbandes GPRA) **wbpr Public Relations** (www.wbpr.de) und **talkabout communications** (www.talkabout.de) **kooperieren ab sofort im Leistungsfeld Social Media**. Ziel der Zusammenarbeit ist, gemeinsam die Marktanforderungen in diesem wichtigen Kommunikationsfeld besser bedienen zu können. In einem ersten Schritt werden das beidseitige Social Media Know-how und die Manpower für ausgewählte Akquise- und Konzeptionsprojekte sowie für laufende Social Media Umsetzungen bei Bestandskunden zusammengeführt. Durch die Zusammenarbeit entstehe ein Team von Social-Media-Experten mit PR-Kompetenz, das in Deutschland seinesgleichen sucht.

04: Nach dem Ausscheiden des Geschäftsführers Mathias Scheben wird die **Agentur Scheben Scheurer & Partner ihr Beratungsgeschäft weiter ausbauen**. Dazu kooperiert SSP eng mit der Kölner Beratungsagentur Pe3 (www.pe3.info). Pe3 ist ein Zusammenschluss spezialisierter

Kommunikationsberater. Gegründet wurde die Agentur von SSP-Geschäftsführer Hans Scheurer, dem Juristen und Unternehmensberater Jochen Vogel sowie dem Medienprofi und Grimme-Preisträger Kim Otto. Alle drei sind Dozenten an der Macromedia-Hochschule für Medien und Kommunikation.

05: 20 Jahre Profil Marketing – 20 Jahre High Tech Kommunikation. Die Agentur mit Hauptsitz in Braunschweig und einem Büro in München betreut seit der Gründung im Herbst 1989 vorwiegend Kunden aus der IT-Industrie und mit anspruchsvollen technischen Themen. Gegründet als Full Service-Agentur hat sich Profil Marketing in den letzten zwölf Jahren auf den Bereich Public Relations fokussiert und sich als HighTech Kommunikationsagentur positioniert. „20 Jahre Profil Marketing belegen den Erfolg unseres Agenturkonzepts“, freut sich Geschäftsführer Ulrich Lißner, der gemeinsam mit Katia Grosjean 1989 die Agentur gründete. Dem starken Trend zu Onlinemedien und Social Media begegnet Profil Marketing gut gerüstet. Gerade in Zeiten reduzierter Budgets wurden schlagkräftige Konzepte für die Onlinekommunikation entwickelt.

Medien

Renitente Medienunternehmen: Immer an die Nutzer denken

Mit ihrem Widerstand gegen die Netzlogik und ihrem Griff nach Instrumenten aus uralter Zeit gefährden Medienunternehmen sich selbst und ihre Mitarbeiter, statt sie zu schützen, indem sie sie digital sattelfest machen. Einige deutsche Medienkonzernlenker wehren sich gegen die Restrukturierung ihrer Geschäfte und ihrer Geschäftsmodelle. Sie fordern alternierend neue Gemas, Leistungsschutzrechte,

Steuererleichterungen für den Medienkonsum oder erwägen gar die Kulturfltrate. Die digitale Technologie und deren Nutzer, die einst ihre Kunden waren, laufen ihnen davon. Das liegt aber nicht an der Technologie, sondern an ihrer Ignoranz gegenüber der Nutzergemeinde und ihrer Zeitschinderei durch den Ruf nach Vater Staat. *Den Artikel von Gisela Schmalz am 18. November in "carta" [hier online weiterlesen](#).*

Leitfaden "Social Media Code of Ethics" für Werbungtreibende definiert Kommunikation mit Nutzern

Die Fachgruppe Social Media im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) veröffentlicht Richtlinien für den respektvollen Umgang in Social Media. Mit dem "Social Media Code of Ethics" definiert der BVDW sechs Empfehlungen für Werbungtreibende zur Kommunikation mit Nutzern in Blogs, Social Networks und auf Websites mit Social-Bereichen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Mickeleit über Social Media: Journalisten haben Monopol verloren

Einweg-Kommunikation funktioniert heute nur noch bedingt. Unternehmen, die auf Social-Media-Plattformen schweigen, geben die Kontrolle ganz aus der Hand. Dagegen könnten Sie vom Dialog profitieren. Das bekräftigt auch Thomas Mickeleit, Director of Communications bei Microsoft in Unterschleißheim b.München im Interview mit "Werben & Verkaufen" - [hier online weiterlesen](#).

Warum die Qualität im Journalismus abnimmt

Längst nicht alles, was heute als qualitativer, faktenorientierter Journalismus verkauft wird, ist dies auch tatsächlich. Der Einfluss von Unternehmen und Institutionen auf scheinbar unabhängige Journalisten nimmt immer weiter zu.

Der beste Job der ganzen Welt: einmal für sechs Monate ein Internet-Tagebuch führen. Auf Hamilton Island vor der Küste Australiens. Mit einem Gehalt von umgerechnet 78.000 Euro. Der Sieger aus über 35.000 Bewerbungen weltweit, der vor den Kameras der amerikanischen Nachrichtenagentur Associated Press schließlich sein Traumhaus am Strand bezog, konnte sich freuen. Noch mehr freuen aber konnte sich die Tourismusbehörde von Queensland. Mit einem Werbebudget von nur rund einer Million Dollar hat sie weltweit Schlagzeilen gemacht.

Den Artikel von Brigitte Baetz am 20. November in dradio.de (Deutschlandfunk) [hier online weiterlesen](#). Zum vollständigen Artikel auf der [Homepage](#)

Medien compact (7) (47.KW-09)

01: Kommunikationsdesigner der Hochschule Wismar wieder erfolgreich: Der Animationsfilm „Die unerhörte Leichtigkeit des Heinz“ von Lennard Langanki (Kommunikationsdesign und Medien) hat beim diesjährigen Studentenfilmfestival MV „Goldener Toaster“ am 5. November in Rostock den ersten Preis gewonnen. Die 3-D-Animation „Feierabend“, Diplomfilm von Vico Zabel (KuM), gewann den dritten Preis. Zu dem Wettbewerbsprogramm, das eine Auswahlkommission zuvor aus insgesamt 33 Beiträgen von Hoch- und Fachschulen in MV zusammengestellt hatte, gehörte auch die TYPO-Animation „Staircase“ von Mario Süßbrich (KuM).

02: 1000 Angebote: IVW-Mitgliederbestand nimmt Rekordmarke bei Online-Werbeträgern. Die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) verzeichnet in diesen Tagen das 1000. Internet-Angebot zur Teilnahme an ihrem Kontrollverfahren für Online-Medien. Seine Arbeit aufgenommen hat der Bereich Online-Medien vor zwölf Jahren: Seit 1997 prüft und veröffentlicht die IVW als neutrale und unabhängige Medienkontrollorganisation die monatlichen Nutzungsdaten von Online-Werbeträgern.

03: Verbraucher achten mehr auf Marke: Im Zeichen der Krise gewinnt die Marke an Bedeutung. Das ist ein Ergebnis der aktuellen Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA 2010), die in diesen Tagen erscheint. Im Durchschnitt nimmt der Anteil der Konsumenten, die beim Kauf „eher auf die Marke“ achten um zehn Prozent zu. Von dieser Entwicklung sind, wenn auch in unterschiedlichem Maße, alle Produktbereiche betroffen. Insgesamt wurde für 62 Bereiche ermittelt, ob die Befragten „eher auf die Marke“ oder „eher auf den Preis“ achten. vuma.de

04: Welche Marken sind 2009 cool und angesagt bei der jungen Zielgruppe? Welche dienen sogar als Statussymbol? Wie, wann und warum entstehen Markenbeziehungen? Diesen und anderen Fragen widmet sich die zehnte Ausgabe der Studienreihe "Bravo Faktor Jugend", die die Strategieagentur different im Auftrag von Bauer Media durchgeführt hat. Für die aktuelle Erhebung wurden 2.042 Jugendliche zwischen zwölf und 18 Jahren nach ihren Top-Marken in zwölf Produktkategorien befragt. bauerverlag.de

05: Das PR-Bild des Jahres 2009: Die dpa-Tochter news aktuell hat heute Panasonic Marketing Europe für das beste PR-Bild des Jahres ausgezeichnet. Mit dem Motiv "Panasonic Toughbook CF-30" erzielte das Unternehmen den ersten Platz beim Branchenwettbewerb obs-Awards 2009. Das Bild, eingereicht in der Kategorie

Produktfoto, zeigt einen Laptop, der sich im harten Outdoor-Einsatz bewähren muss. Bereits zum vierten Mal kürt die dpa-Tochter news aktuell die besten PR-Bilder aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. obs-awards.de

06: Bundesregierung will Konzentrationsrecht

überprüfen: Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) hat eine Überprüfung des Pressekartell- und Medienkonzentrationsrecht durch die neue Bundesregierung angekündigt. Für eine Neuregelung sei jedoch das Einvernehmen der Branche über die Veränderungen wichtig, sagte Merkel am 17. November bei den Zeitschriftentagen 2009 in Berlin. Bei der geplanten gesetzlichen Regelung von Leistungsschutzrechten im Online-Bereich will die Bundesregierung sowohl die Belange von Autoren und Endnutzern, aber auch die ökonomischen Interessen der Medienbranche berücksichtigen. epd.de

07: Glaubwürdigkeit von Zeitungen leidet unter fehlerhafter Sprache, Ergebnisse einer Umfrage zur Qualität von Tageszeitungen: Gut 90 Prozent der Leser zweifeln an der Glaubwürdigkeit ihrer Tageszeitung, wenn zu viele sprachliche Fehler auftreten. Das ergab eine Online-Umfrage der Protextbewegung, an der 569 Personen teilnahmen. 65 Prozent der Befragten halten korrekte Sprache für sehr wichtig. Entsprechend groß ist die Verärgerung der Leser über die gefundenen Fehler. protextbewegung.de

Services + Tipps

Warum und mit welchem Ziel betreiben Unternehmen ihre Corporate Christmas Communications

Ja, ist denn heut´ schon Weihnachten? Noch

nicht, aber bald, und dann schwirren wieder Tonnen von Weihnachtskarten beziehungsweise Season Greetings um die Welt. Wie, **warum und mit welchem Ziel Unternehmen ihre Corporate Christmas Communications betreiben**, möchte die Agentur Script in Oberursel/Ts. mit einer unrepräsentativen, aber aufschlussreichen Online-Umfrage herausfinden. Wer also gerade dabei ist, eine Business-Weihnachtskarte auszusuchen, zu entwerfen oder zu unterschreiben, kann sich bis zum 29. November an der Umfrage beteiligen: www.script-com.de/weihnachtskartenumfrage. Mitte Dezember werden die Ergebnisse auf der Agentur-Homepage veröffentlicht.

Service compact (9) (47.KW-09)

01: Die **Berliner PR- und Werbeagentur index bietet ihre Themendatenbank 2010 jetzt zum Frühbucherpreis an.** Das webbasierte Tool listet sämtliche geplanten Sonderthemen und Beilagen zu IT, TK und Technologie in deutschsprachigen Medien. So können Technologieunternehmen ihre Pressearbeit und Anzeigenschaltung rechtzeitig und effektiv planen. Die Themenpläne der 40 wichtigsten IT-, TK- und Wirtschafts-Medien mit den Daten für Redaktionsschluss und Erscheinungstermin können schon jetzt abgerufen werden. Ab Mitte Dezember stehen rund 16.000 Technologiethemata aus rund 300 deutschsprachigen Print- und Online-Medien zur Verfügung. [Kostenloser Testzugang](#)

02: Eine aktuelle Studie von **BBDÖ und Proximity India analysiert die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf das weltweite Konsumentenverhalten.** Im Rahmen der Studie wurden über 15.000 Konsumenten in 15 Märkten untersucht. Kernergebnisse: Inder, aufgefangen durch enge familiäre und soziale Netzwerke, bewältigen die wirtschaftlichen Herausforderungen der Krise weitaus besser als Amerikaner, Asiaten und Europäer. Die Antwort auf die Krise lautet

Zuflucht in Werte wie Familie und Religion. bbdo-consulting.com

03: Die drei Autobauer BMW, Audi und Porsche sind laut einer Umfrage bei Akademikern die beliebtesten Arbeitgeber in Deutschland. Wie die „Wirtschaftswoche“ am 20. November berichtete, rangiert Google auf dem vierten Rang, darauf folgt die Deutsche Lufthansa. Für das Arbeitgeber-Ranking des Wirtschaftsmagazins seien 7 800 Wirtschaftswissenschaftler, Ingenieure, Informatiker und Naturwissenschaftler ab 24 Jahren mit mehr als einem Jahr Berufserfahrung befragt worden. Der krisengeschüttelte Autobauer Opel schaffte es nicht unter die besten 50, Daimler konnte laut „Wirtschaftswoche“ in keiner Kategorie unter den ersten fünf landen. SAP sei bei den Wirtschaftswissenschaftlern vom 8. auf den 20. Platz gefallen, Microsoft vom 13. auf den 35.

04: Eine starke Markenkommunikation ist im Zeitalter des Web 2.0 wichtiger denn je. Das ist die Quintessenz einer Studie über die Web 2.0 Aktivitäten von B2B- und B2C-Unternehmen, die die Strategieberatung Keylens auf dem diesjährigen **CMO Circle** am 17. November in Düsseldorf vorgestellt hat. Für den Erfolg im Web 2.0 Zeitalter müssen Unternehmen die Kundenerwartungen erfüllen und Transparenz zulassen – erst dann kann Social Media in die Marketingaktivitäten gewinnbringend integriert werden. Dennoch wird Social Media noch von vielen Unternehmen vernachlässigt. Darüber waren sich die am CMO Circle 2009 teilnehmenden Führungskräfte aus Marketing und Vertrieb einig.

05: Gorkana erleichtert ab sofort allen PR-Leuten die gezielte Pressearbeit in Großbritannien. Für mehr als 1.000 finanzwirtschaftliche und B2B Fachmagazine stehen die aktuellen Themenpläne für 2010 zur Verfügung. Eine Suche ist sowohl nach

Publikation, Branche oder Keyword möglich und einmal eingerichtet, wird man per Email zu Aktualisierungen oder Ergänzungen seiner Themenauswahl auf dem Laufenden gehalten. Gorkanas Medienspezialisten bieten eine Bandbreite von Produkten und Dienstleistungen für die tägliche Pressearbeit und für Journalisten an. Das Herzstück bildet dabei die Datenbank mit tagesaktuell recherchierten Journalistenkontakten für Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Italien, die Benelux-Länder, Großbritannien und die USA. www.gorkanapr.com

06: Der Social-Media-Experte Lewis PR, München hat eine eigene iPhone-Applikation veröffentlicht: news 360 fasst täglich die wichtigsten Nachrichten aus den Bereichen IT und „Social Media“ übersichtlich zusammen. Bei news 360 handelt es sich um ein intuitiv verwendbares Werkzeug für die Sammlung topaktueller Informationen. Es liefert eine von IT- und Social-Media-Experten handverlesene Auswahl an internationalen Nachrichten. Vorsortierte und nach Ländern beziehungsweise Themen geordnete Informationen ermöglichen iPhone-Anwendern eine schnelle Übersicht über relevante Inhalte. Ergänzend dazu hat Lewis PR das Portal "Lewis news 360" ins Leben gerufen. Die Website wird von einem semi-automatischen System koordiniert und garantiert so konsistente Beiträge in sämtlichen Regionen. <http://news360.lewispr.com>.

07: Volker Klenk und Daniel J. Hanke haben das Buch "Corporate Transparency: Wie Unternehmen im Glashaus-Zeitalter Wettbewerbsvorteile erzielen" geschrieben. Erschienen im Verlag Frankfurter Allgemeine Buch. 240 Seiten, gebunden. Preis: 39,90 Euro. ISBN-10: 3899812107. Es ist das erste umfassende Buch in Deutschland über den Erfolgsfaktor Transparenz. Lidl bespitzelt, Siemens schmiert, die Deutsche Bahn hört ab. Was vor zehn Jahren kaum bis zur Revisionsabteilung drang, führt heute zu Medien-GAU, Rücktritten, Millionenstrafen und Verbraucherboykott. Das Glashaus-Axiom besagt:

Jedes unternehmerische Handeln ist öffentlich. Unternehmen müssen sich daher bewusst werden, dass Offenheit unabdingbar für nachhaltigen Erfolg ist, und umgekehrt jede Form mangelnder Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit unabsehbare Folgen für das Unternehmen zeitigen kann.

08: Franziska Weder hat im facultas.wuv Universitätsverlag in Wien ihr **Buch "Organisationskommunikation und PR"** veröffentlicht. 224 Seiten, broschiert. Preis: 19,50 Euro. ISBN: 978-3-8252-3308-2. Diese Einführung beschäftigt sich mit sämtlicher Kommunikation in, aus und über Organisationen, kurz: Organisationskommunikation. Klassische PR ist ein Teilbereich davon. Erfasst werden die Wurzeln und der aktuelle Stand des Forschungsfeldes, sowohl im US-amerikanischen als auch deutschsprachigen Raum. Ebenso werden neue Anwendungsfelder, für die Organisationskommunikation eine Rolle spielt (CSR, Organisationsentwicklung etc.), vorgestellt.

09: Der **neue PR-Kiosk www.prtoigo.de bietet jetzt kleinen und mittleren IT- und TK-Unternehmen** sowie selbständigen ITK-Beratern einen schnellen, preiswerten und effektiven Weg, eine umfangreiche Berichterstattung über ihre Produkte und Dienstleistungen in den relevanten Fachmedien zu erreichen. prtoigo richtet sich an Unternehmen mit einem kleinen oder begrenzten PR-Budget. prtoigo bietet aber auch Unternehmen, die sich noch nie mit Pressearbeit beschäftigt haben, die Möglichkeit, verschiedene Presse-Maßnahmen erst einmal auszuprobieren und so auf preiswerte Weise in die aktive Pressearbeit einzusteigen. Die Unternehmen bestimmen, wann und wie oft sie mit welchen Maßnahmen Pressearbeit betreiben wollen.

Termine + Tagungen

Termine compact (1) (47.KW-09)

01: Am 28. + 29. Januar 2010 veranstaltet der BDEW Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft in Berlin den **3. BDEW-Kommunikationstag**. Thema: "Branche im Wandel - Kommunikation im Wandel?". Infos: www.ew-online.de.

Ausbildung + Seminare

Wissenschaftsrat: Keine Akkreditierung für UMC Potsdam

Auf seinen Herbstsitzungen hat sich der Wissenschaftsrat mit zwei Akkreditierungsverfahren beschäftigt. In einem Fall gelangte er zu einer positiven Entscheidung (AKAD), im anderen Fall sprach er sich gegen eine Akkreditierung (UMC) aus. *[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

Die UMC Potsdam (FH) stellt sich neu auf - Knödler-Bunte tritt ab

Presseinformation der UMC Potsdam (FH) zur Stellungnahme des Wissenschaftsrats im Verfahren der institutionellen Akkreditierung. Eberhard Knödler-Bunte übernimmt als Hochschulpräsident die Verantwortung für die nicht erfolgreiche Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat. Gleichzeitig macht er den Weg frei für einen auch personellen Neuanfang der Hochschule. Der Deutsche Wissenschaftsrat (WR) hat am 16. November 2009 die Entscheidung bekannt gegeben, dass das Land Brandenburg für die UMC

Potsdam (FH) im ersten Anlauf keine Akkreditierungsempfehlung erhält. Für die Hochschule bedeutet dies die Notwendigkeit zu weiteren Strukturverbesserungen und einen zweiten Anlauf für eine institutionelle Akkreditierung. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (3) (47.KW-09)

01: Systematisch die gesamte Bandbreite moderner PR erfahren. Erarbeiten, analysieren, konzipieren, koordinieren, schreiben, planen, vor allem aber: für die Berufspraxis trainieren. Das steht laut **AFK Akademie Führung und Kommunikation** auf dem Programm des **B1-Basistraining PR, 1. Teil: Einführung und Grundlagen** vom 08. bis 12. Februar 2010 in Alzey. Schwerpunkte des Trainings sind die Wirkweise von PR, Journalistik und Medienarbeit, Konzeptionstechnik (SWOT-Analyse, Strategieentwicklung, Taktikplanung, Controlling), Unternehmens- und Veranstaltungskommunikation. Infos: www.afk-online.com

02: **Die vierte Runde im Mentoring-Programm der Landesgruppe Bayern der Deutschen Public-Relations-Gesellschaft (DPRG) startet am 1. März 2010.** Interessierte Nachwuchskräfte können sich bis 31. Dezember 2009 bewerben. Im März 2010 geht das Mentoring-Programm der DPRG Landesgruppe Bayern in die vierte Runde. Interessierte Nachwuchskräfte, die ihre Karriere voranbringen möchten, können sich als Mentee für das Programm bewerben. Sie werden für etwa ein Jahr im Tandem mit einem erfahrenen PR-Experten, dem Mentor, an ihren Zielen arbeiten. Weitere Informationen für interessierte Mentees und Mentoren sowie die Fragebögen gibt es ab sofort bei Angela Präg, E-Mail: angela.praeg@web.de oder Telefon 0177/600 9292.

03: Am 3. Dezember spricht **Wolf Biermann** - auf Einladung des Hochschul-Kuratoriums - im Rahmen des **Studieninformationstags der Quadriga im Studienzentrum in Berlin**. Die Studieninformationstage am 3. und 4. Dezember bieten anhand von Seminaren, interaktiven praxisnahen Workshops und Hintergrundgesprächen einen detaillierten Einblick in unsere Studienangebote. Weitere Informationen hier: www.quadriga.eu/termine/fokus. Die Teilnahme an den Informationstagen ist Interessierten an den Studiengängen vorbehalten.

Das PR-Interview

Interview Nr. 20: Quadriga Hochschule Berlin

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

Interview mit Professor Peter Voß über die Ausbildungsziele einer neuen Hochschule in Berlin..

PR-Journal: *Wie bilden Sie Kommunikationsmanager aus?*



Peter Voß: Unser Ausbildungsziel ist der Kommunikationsmanager mit einer Betonung auf „Manager“: Frauen und Männer, die steuern, planen, gestalten, die eine verantwortliche Position in ihrer Organisation innehaben. Dazu sind auch bestimmte Kompetenzen notwendig, die Gegenstand unserer Ausbildung sind: Versierte Kenntnisse in PR/Kommunikationsmanagement, in Organisation und Management, in ökonomischen Grundlagen usw. Natürlich gehört dazu auch ein Bewusstsein darüber, welche Verantwortung die Tätigkeit eines Kommunikationsmanagers mit sich bringt, also ein Verständnis ethischer

Anforderungen und auch Konfliktfelder. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über ... reiche Subventionsgeschenke aus leeren Kassen



Guten Tag! Was die neue Regierung aus CDU/CSU und FDP vorhat, das bleibt auch nach der zweitägigen Tagung in Merseburg ziemlich im Dunkeln. Eigentlich sollten die

Absichten bereits im Koalitionsvertrag erkenntlich sein; doch das ist kein Vertrag, hat uns der neue Finanzminister Wolfgang Schäuble (CDU) erklärt, sondern es handle sich nur um Absichtserklärungen. Er hat auch darauf hingewiesen, dass die von der FDP für so dringend gehaltene Steuerreform wegen der leeren Staatskassen nicht möglich sei. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Meckel/Schmid (Hrsg.): Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung

Miriam Meckel und Beat F. Schmid (Hrsg.): "Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung". Verlag: Gabler, Wiesbaden. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage (2008), 556 Seiten. Preis: 34,90. ISBN: 978-3-8349-0973-2
Rezension von Christiane Goldberg,

Pressesprecherin MVV Energie und PR-Beraterin, Absolventin von PR Plus

Mit der zweiten Auflage ihres theoretisch fundierten und praxisbezogenen Buches positionieren Miriam Meckel und Beat Schmidt die Unternehmenskommunikation als strategisches Kapitalmanagement, das sowohl für Wissenschaftler als auch für Studenten und Praktiker gleichermaßen einen Mehrwert bringt. Den Autoren gelingt es, in ihrer Einführung die Unternehmenskommunikation aus Sicht der Unternehmensführung wichtige interdisziplinäre Erkenntnisse zum Themengebiet zusammenzuführen und anschaulich darzustellen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Nutzung von Twitter durch Unternehmen sowie Ziele und Strategien von Corporate Twitter



Eine Artikelserie von Jörg Hoepfner, Montabaur. **Im dritten Teil** seines Kompendiums „Corporate Twitter“ beschäftigt sich der Kommunikationswissenschaftler und -berater Jörg Hoepfner mit der

Nutzung von Twitter durch Unternehmen. Anhand mehrerer Studien stellt er dar, wie Unternehmen in Deutschland, Europa und den USA Twitter nutzen. Anschließend zeigt er Ziele, Einsatzbereiche und Strategien der Nutzung von Twitter in Unternehmen auf. Ein abschließender Schwerpunkt wird auf Couponing bei Twitter gelegt.

Den kompletten 3. Beitrag [hier als PDF herunterladen](#).

[Zum PDF-Download des 2. Beitrages.](#)

[Zum PDF-Download des 1. Beitrages.](#)

Nicht die Größe entscheidet: Erfolgreiche Markenführung im Mittelstand



Markenaufbau und -pflege sind nur etwas für große Konzerne, die Millionenbudgets investieren können? Diese Ansicht hat unter den Geschäftsführern mittelständischer Unternehmen lange Zeit vorgeherrscht. Doch

seit einigen Jahren denkt der Mittelstand um und reagiert damit unter anderem auf die zunehmend schwierigeren Marktbedingungen: wachsender Wettbewerb aus dem In- und Ausland, Kaufzurückhaltung bei den Verbrauchern und nachlassende Kundentreue, um nur einige Faktoren zu nennen, die vielen Mittelstandsunternehmen das (Über-)Leben schwer machen. Vor diesem Hintergrund ist es heute umso wichtiger, das Profil der eigenen Marke zu schärfen: Gelingt es, die Transparenz einer Marke zu erhöhen, d. h. die Einzigartigkeit und den Mehrwert der Marke intern und extern konsistent zu vermitteln, ist das ein wichtiger Baustein für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Den Artikel von Rosabeth Moss Kanter in Heft 11/2009 von "HarvardBusinessManger" [hier online weiterlesen](#).

Gerechtigkeit + Netzwerke: Alle werden gewinnen

Soziale Gerechtigkeit gibt es nicht durch Umverteilung. Sie entsteht durch gesellschaftliche Netzwerke und die Kraft des Einzelnen. Nur Narren verkennen die welthistorische Leistung, die der Wohlfahrtsstaat erbracht hat, nämlich die Integration aller Menschen in die moderne Massendemokratie. Aber wir haben einen hohen Preis dafür zahlen müssen. In seinem Gedicht "Leviathan" nennt Hans Magnus Enzensberger uns Bürger des modernen Staates die "hörigen Angehörigen". Unser Hauptproblem ist ein geistiges. Es geht um die Betreutenmentalität, die man "erlernte Hilflosigkeit" nennt. Diese Mentalität ist der Todfeind von Mut und Initiative des Einzelnen.

Den Artikel von Norbert Bolz am 21. November in FAZ.Net [hier online weiterlesen](#).

Web 2.0: Plädoyer für die Sozialen Medien im Internet

Das Internet ist das digitale Herz der globalisierten Welt. Aus diesem Netz kommen wir nicht mehr heraus. Selbst wenn wir offline sind, sind wir drinnen - und werden es auch bleiben. Menschen bauen gerne Netze. Schon sehr lange, sehr erfolgreich und auf unterschiedlichste Weise: Die Straßen und Aquädukte, die das römische Reich in der Antike durchzogen, waren nicht der Anfang, die elektrischen Stromleitungen, die Telefonkabel und die Pipelines für Öl oder Gas unserer Moderne sind nicht das Ende der Vernetzungsgeschichte. Unsere gesamte Zivilisation ist auch ein Prozess zunehmender Netzverdichtung. Dichter als

PR-Digest (Lesehinweise)

Vordenker: Was würde Peter Drucker sagen?

Peter F. Drucker hat die Managementlehre geprägt wie kein Zweiter; er hat zahlreiche wirtschaftliche Umbrüche vorhergesehen; er war gefragter Ratgeber von Topmanagern und Politikern auf der ganzen Welt. Heute wäre er 100 Jahre alt geworden. Was würde er uns heute raten? Eine langjährige Weggefährtin weiß eine Antwort.

heutzutage allerdings war die Vernetzung noch nie: Und das liegt - Sie ahnen es - am Internet, dessen digitale Fäden mittlerweile die ganze Welt (wenn auch regional unterschiedlich eng) umspinnen halten.

Den Artikel von Suhrkamp-Autor Stefan Münker in der "Edition Unseld" am 22. November auf "SpiegelOnline" [hier weiterlesen](#).

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

Das 1 aktuelle Angebot für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

Junior Consultant Online Public Relations (m/w), Düsseldorf

pr nord sucht Trainee, Braunschweig

VolontärIn in Kölner PR-Agentur gesucht (Schwerpunkt Online-PR, Social Media)

Consultant und Junior-Consultant für Topcom Communications (GPRA) in Frankfurt gesucht

PR-Berater (m/w) und Teilzeit-PR-Berater (m/w) in Hamburg gesucht

2 Consultants für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main

Kölner Agentur sucht Fach-PR-Unterstützung (w/m), Teil-/Vollzeit oder feste freie Mitarbeit

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

Medien

Referent(in) für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit / Marketing, Bremen

Unternehmen

Teamleiter Corporate Communications (m/w), Berlin
Volontär (w/m) für Unternehmenskommunikation gesucht, Berlin

PR-Manager (m/w) für die Pharmabranche gesucht, Aachen

PR-Referent/in für Konzern in München gesucht

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

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 (frauke.scheben[at]gmx.de).

Autoren + Rezensionen: (siehe PRJ-Homepage)

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

TwinShore Ltd., Eschenweg 55, 24558 Henstedt-Ulzburg
Telefon: +49 (0)4193 75.83.99 Telefax: +49 (0)4193 75.83.88 E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de

Anschrift (Herausgeber, Verlag und Redaktion):

Lendersbergstr. 86, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)160 9463.57.77

E-Mail:

mailto:redaktion[at]pr-journal.de, gerhard[at]pfeffer.de

URL:

<http://www.pr-journal.de>, www.pr-journal.at, www.pr-journal.ch, www.pr-journal.com, www.pr-journal.info, www.pr-journal.net.