

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 230 / 02. KW 2010

Seite 1

Kocks: Nicht der Kapitalismus muss sich verändern, sondern seine Vermarktung

PR-Berater Klaus Kocks (57), Horbach bei Montabaur, ehemals Kommunikationsvorstand der Volkswagen AG in Wolfsburg, kritisiert die Politik für die Boni-Debatte. „Die Politik hat es geschafft, den Banken ein Neid-Schafott zu errichten und mit Boni als Brandbeschleuniger anzustecken. So inszeniert sie einen Volkszorn auf Banker, obwohl sie weiß, dass die Boni für die Krise weniger verantwortlich sind als die Geschäftspolitik der Finanzinstitute an sich“, sagte Kocks im Interview mit dem Wirtschaftsmagazin "€uro", Ausgabe 2/2010, die am 20. Januar erscheint. "€uro" ist das Monatsmagazin der Axel Springer Financial Media Gruppe.

Das dem "PR-Journal" vorab exklusiv zur Verfügung gestellte Interview mit Klaus Kocks [hier im Wortlaut online lesen](#) (beim €uro-Magazin aus München). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Web 2.0: Warum Unternehmen twittern müssen

Müssen Unternehmen in Zeiten des Web 2.0 twittern, um erfolgreich zu sein? Nicole Simon, Buchautorin und Expertin für den Microblogging-Dienst, erklärt, für wen Twitter eine Chance auf mehr Umsatz sein kann, gibt Tipps zum richtigen Umgang mit dem Dienst – und wo seine Risiken und Grenzen liegen.

Das Interview von Michael Milewski mit Niocole Simon am 14. Januar in Handelsblatt.com [hier online weiterlesen](#).

Personalien

Personalien compact (21) (02.KW-10)

AGENTUREN:

01: Die Münchener PR-Agentur Schwartz Public Relations übernimmt drei Berater von HWP Communications (Hill & Knowlton), deren Münchener Standort zum Jahresende 2009 aufgegeben wurde:

- **Angelika Dester** (30) betreut als Account Manager Kunden in der B2B-Kommunikation wie IT und Industrietechnologie.
- **Viktor Deleski** (31) wird als Senior Account Executive tätig und berät Kunden aus den Bereichen IT-Beratung, Software sowie Gebäudetechnologie. Ausserdem verstärkt der studierte Sozialwissenschaftler das Social Media-Team in führender Rolle.



- **Anja Strunz** (29) ist bereits seit Dezember als Account Executive in den Bereichen Navigation, Telekommunikation und Energie tätig. Zuvor war sie bei HWP für B2C-Kunden zuständig.

02: **Kerstin Buddendiek** verstärkt als Account Manager den Social Media-Bereich der Düsseldorfer PR-Agentur Brandzeichen. Sie kommt von der Akademie Mode & Design, wo sie Modejournalismus/ Medienkommunikation studiert hat und bringt eine breite Expertise aus dem Bereich Online- und Printjournalismus sowie erste Agenturerfahrung mit.

03: **Asse Meyer** (37) ist neuer Account Director bei artundweise in Bremen. In den vergangenen Jahren arbeitete er als Account Director und Projektberater für Agenturen der Werbebranche. Zuletzt betreute er in der Hamburger Werbeagentur weigertpirouzwolf insbesondere die virtuelle Markenwelt sowie diverse Social Media Projekte und Online Kampagnen.

04: **Luise Knarse** verstärkt als Unit Director das "Waschmittel-Team" der Agentur Brandzeichen Markenberatung und Kommunikation in Düsseldorf. Zuvor war die Markenkommunikations-Fachfrau als Senior-Beraterin in einer anderen Agentur tätig.

05: **Andreas Pütz** (41) verstärkt seit Januar 2010 als Director Corporate/Finance den Frankfurter Standort von Burson-Marsteller. Er kommt vom Chemieunternehmen Almatris, wo er in den letzten fünf Jahren als Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher tätig war.

UNTERNEHMEN:

06: **Marcus Brans** (41) leitet künftig die Unternehmensstrategie und Kommunikation der Schaeffler Gruppe. In dieser neu geschaffenen Zentralfunktion verantwortet er die Bereiche

Marketing Services, Unternehmensstrategie und Unternehmenskommunikation. Brans war zuletzt Head of BD & Marketing bei Allen & Overy in Deutschland [wuv.de](http://www.wuv.de)

07: **Athanasios Drougias** (39) ist Abteilungsleiter Unternehmenskommunikation und Unternehmensspreche der neu gestarteten Krankenkasse Barmer GEK in Wuppertal. Er hat zuvor dieses Amt bei der Barmer ausgeübt. Sein Stellvertreter ist Kai Behrens (39), ehemaliger Pressesprecher der Gmünder Ersatzkasse (GEK).

08: **Michael Ebner** (44) wird am 1. Februar neuer Leiter der BMW Group Kommunikation Österreich in Steyr/Salzburg (AT). Er ist seit 20 Jahren in unterschiedlichen Funktionen bei BMW Austria tätig und übernimmt die neue Aufgabe zusätzlich zu seiner bisherigen Funktion als Leiter der Vertriebskommunikation Österreich. **Peter G. Weixelbaumer** (38) übernimmt die Leitung der Werks- und Unternehmenskommunikation bei BMW Motoren in Steyr. Er ist seit 2003 in der BMW-Kommunikation tätig. Ebner und Weixelbaumer folgen auf **Rudolf Handlgruber** (60), der nach mehr als 20 Jahren im Management der BMW Group in den Ruhestand geht.

09: **Lea Mock** (45) wird neue Pressesprecherin der Leipziger Messe. Sie hatte von Herbst 2005 bis Herbst 2009 unter Minister Thomas Jurk (SPD) die



komm.passion



Medien-Analysen
mit Qualitätssiegel!

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBSACHTUNG

Pressearbeit des Sächsischen Wirtschaftsministeriums verantwortet. Der bisherige Messe-Sprecher Thomas Tenzler (47) hat im Herbst das Unternehmen verlassen.

10: **Regina Schnathmann** leitet die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der Beumer Gruppe in Beckum. Die Marketingexpertin war zuvor unter anderem als Global Marketing Communication Manager und Leiterin Marketing-Kommunikation und Public Relations bei führenden Unternehmen der Intralogistik- und Investitionsgüter-Branche beschäftigt.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

11: **Sophia Otto** übernimmt die Leitung des Hauptstadtbüros und die Geschäftsführung für den Bereich Politische Kommunikation beim Bundesverband der Selbständigen (BDS).

12: **Oliver Hahr** (37) und **Gerhard Vilsmeier** (51) lehren an der Fachhochschule Hannover. Im Rahmen des Studiengangs „Public Relations“ bereiten Sie die Studierenden auf die Herausforderungen der internationalen Kommunikation vor. Hahr ist Gründer und Geschäftsführer der Agentur oha communication in Stuttgart. Vilsmeier ist Inhaber von i&e communications in Schweitenkirchen.

13: **Roman Geiser** ist seit Jahresbeginn neuer Präsident des Bundes der Public Relations

Agenturen der Schweiz BPRA in Zürich (CH). Er folgt auf **Peter P. Knobel**, der dem Verband der führenden PR-Agenturen während vier Jahren vorstand. Weiterhin im BPRA-Vorstand wirken **Christian König**, VR-Delegierter der Farner Consulting, **Peter Felber**, Partner der int/ext Communications, Basel, **Eliane Birchmeier**, Managing Partner der Birchmeier Partner, Zug und **Martin Zahner**.

14: **Marcel Sennhauser** (41) ist neuer Leiter Kommunikation beim Verband SGCI Chemie Pharma Schweiz in Zürich (CH). Zuvor war er Leiter Marketing und Kommunikation und Mitglied der Geschäftsleitung bei ricardo.ch und zwischen 1998 bis 2005 in verschiedenen Funktionen bei Tamedia tätig.

15: **Holger Klein** (38) ist neuer Pressesprecher des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg (VRS), er spricht sowohl für den VRS als auch für Nahverkehr Rheinland sowie das KompetenzCenter Marketing NRW (KCM). Klein leitete zuletzt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Handballbundesligisten VfL Gummersbach, davor war er als Journalist beim Kölner Stadt-Anzeiger tätig. Er übernimmt die Nachfolge von **Isabella Stock**, die sich anderen beruflichen Aufgaben zuwendet.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

16: **Frank Schauka** (47) ist neuer Pressesprecher im Ministerium der Justiz des Landes Brandenburg. Der Journalist arbeitete zuvor als Redakteur bei verschiedenen Tageszeitungen in Hagen,

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!

Neuruppin, Frankfurt am Main, Marburg und Potsdam.

17: **Rainer Thumann** (52) hat das Amt des stellvertretenden Sprechers der schleswig-holsteinischen Landesregierung angetreten. Er übernimmt damit die Nachfolge von **Rüdiger Ewald**, der als Sprecher des Sozialministeriums von Mecklenburg-Vorpommern nach Schwerin gewechselt ist. Seit dem Jahr 2000 arbeitete der Journalist Thumann als freiberuflicher PR-Berater und nahm dabei unter anderem die Funktion des Pressesprechers des Baugewerbeverbandes Schleswig-Holstein wahr.

18: **Thomas Schunck** ist zum Sprecher des Schleswig-Holsteinischen Ministerium für Bildung und Kultur (MBK) in Kiel ernannt worden. Er war bis Juli vergangenen Jahres beim Schweriner Zeitungsverlag Chefredakteur der "Schweriner Volkszeitung" (SVZ). Schuncks Chefposten bei der SVZ ist bislang nicht nachbesetzt, kommissarisch haben die beiden CvDs Dirk Buchardt und Matthias Hufmann die Leitung.

19: **Christian Lipicki** ist neuer Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Bundesministerium für Gesundheit von Minister Philipp Rösler (FDP). Er war zuvor Sprecher beim Bundesverband Deutscher Banken. Lipicki übernimmt das Amt von **Klaus Vater**, der die Funktion unter Gesundheitsministerin Ulla Schmidt (SPD) ausgeübt hat.

20: Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble (CDU) besetzt neues Auslandsreferat mit "Financial-Times"-Journalisten. (...) Chef des eigens eingerichteten Referats wird **Bertrand Benoit**, bislang Korrespondent der "Financial Times" in Berlin. spiegel.de

21: **Ulrich Scharlack**, bisher Korrespondent bei der dpa, ist neuer Pressesprecher der CDU/CSU-Bundestagsfraktion. Scharlack folgt in dieser Position auf **Christiane Schwarte**, die bereits im November ins Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit gewechselt ist. politik-kommunikation.de

Etats

F&H Porter Novelli betreut Mamaison Hotels und sorgt für Innovationen bei der productronica

Das Tourismus- und Lifestyle-Team von F&H Porter Novelli in München übernimmt die Public Relations für die Prager Hotelkette Mamaison Hotels & Residences für die Märkte Deutschland, Österreich, Schweiz, England, USA und die einheimischen Märkte Polen, Russland, Slowakei, Tschechien und Ungarn. Ziel der Zusammenarbeit ist es, den Bekanntheitsgrad der Marke zu steigern, die Brand Positionierung zu stärken und die Marktpräsenz zu erhöhen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

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!

Scholz & Friends kommuniziert für das Deutsche Handwerk

Das deutsche Handwerk will zum Jahresbeginn 2010 eine auf zunächst fünf Jahre angelegte Imagekampagne starten. Einen einstimmigen Beschluss fassten in München die Vollversammlungen des Deutschen Handwerkskammertages (DHKT), des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) und des Unternehmerverbandes Deutsches Handwerk (UDH). Für die gesamte Kampagne soll in während der geplanten Laufzeit ein Budget von insgesamt 50 Millionen Euro sowohl bundesweit, als auch regional eingesetzt werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (20) (02.KW-10)

01: Aupeo, Berlin
was: PR-Etat
an: **piäbo**, Berlin

02: Crealytics, Passau
was: PR-Etat
an: **Koschade PR**, München

03: Siglinde Fischer Charming Places, Hochdorf
was: PR-Etat
an: **Think Inc. Communications**, München

04: Asstel Versicherungsgruppe, Köln
was: PR-Etat
an: **achtung!** (GPRA), Hamburg

05: DeviceLock Europe, Ratingen
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **Presse-Seitig & Partner**, München

06: Vileda, Weinheim
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie externes Pressebüro

an: **Publik. Agentur für Kommunikation**, Ludwigshafen

07: Recticel Bedding (Switzerland), Luzern
was: *Produkt-PR der Marken Swissflex und Superba im deutschen Markt*
an: **Ring of Fire**, München

08: Vinci Deutschland, Berlin
was: *strategischen und operativen Aufgaben im Bereich Corporate Communications*
an: **agentur05 / BrandGalaxy Group**, Köln

09: Unilever Deutschland, Hamburg
was: *Etat für die europaweite digitale Kommunikation der Marke Dove als Leadagentur*
an: **Interone**, Hamburg

10: Handelshochschule Leipzig (HHL)
was: *Kommunikation für den Internationalen Verhandlungswettbewerb Negotiation Challenge 2010*
an: **Public Relations v. Hoyningen-Huene** (GPRA), Hamburg

11: fischertechnik, Waldachtal
was: *Verbraucherkommunikation per Microblogging vor und während der Spielwarenmesse 2010*
an: **LässingMüller Public Relations**, Stuttgart

12: One Hotels & Resorts, München
was: *Face-to-Face-Kampagne für Motel One im Rahmen der ersten Red Bull Crashed Ice-WM im Olympiapark in München*
an: **Pact Communication Group**, München

13: Eagle Documents, Berlin
was: *Unternehmenskommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Entwicklung der kompletten Corporate Identity*
an: **Brand+Image**, Eching am Ammersee

14: Bayerische Staatsgemäldesammlungen, München
was: *Social Media Kampagne "Rubens twittert" zur*

aktuellen Rubens-Ausstellung in der Alten Pinakothek in München sowie das Pinakotheken Magazin

an: **wbpr Public Relations (GPRA) / talkabout communications (GPRA)**, Unterföhring / München

15: Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, Cluster Ernährung, München

was: Kommunikation Richtung Fach- und Publikumspress

an: **zweiblick // kommunikation**, München und **CRPR Christine Röger PR für Ernährung, Gesundheit und Wissenschaft**, München

16: Procter & Gamble

was: Social Media Community Management für die Marke Pringles

17: Campari Deutschland

was: Einführung der Marke Wild Turkey auf dem deutschen Markt durch diverse PR-Aktivitäten

an: **RPM – revolutions per minute Gesellschaft für Kommunikation**, Berlin

18: Bitrix, Alexandria VA (USA)

was; PR-Etat für Deutschland, Österreich und die Schweiz

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

19: Sympany Gruppe, Basel (CH)

was: Auftrag für Kundenmagazin und Geschäftsbericht.

an: **Crafft Kommunikation**, Zürich (CH)

20: Ciklum, Zürich (CH)

was: Aufbau und der Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit in der Schweiz

an: **Jenni Kommunikation**, Zürich (CH)

Branche

Das Blog "Fukuoka Project" mit Kassaei und Eichstädt

Das Projekt ist aus einer Twitter-Diskussion zum Thema "Wie sieht die Arbeit eines Kommunikationsberaters der Zukunft aus" zwischen Amir Kassaei und Björn Eichstädt entstanden. Der Titel "The Fukuoka Project" ist so zu erklären: sie schrieben an irgendeiner Stelle ihrer Twitter-Diskussionen, dass man sich auch mal persönlich dazu treffen sollte. Dann ging es hin und her – wer ist wann in Berlin, in München, in Stuttgart, oder doch irgendwo in Shanghai? Eichstädt wird im März in Tokio sein, da ist Kassaei in Shanghai – und dann wurde geschaut, was eigentlich genau dazwischen liegt: die japanische Stadt Fukuoka. Und da sich das auch als Metapher einer Annäherung über die Diskussion eignete und Japan von der Innovation her durchaus voraus ist, wurde das so gewählt (so in etwa geht die Geschichte)...

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

sPRechstunde für Gründer + über den Wert von PR

Sachar Kriwoj und Daniela Hinrichs haben eine webbasierte PR-Fragestunde für Startup-Unternehmen gestartet. Das Experiment nennt sich passenderweise "sPRechstunde" und hat eine ganz einfache Mission: "sPRechstunde soll vor allem solchen Start-Ups und Unternehmensgründern, die über wenig bis keine PR-Ressourcen oder – Erfahrung verfügen, die Chance geben, sich praxisnah zum Thema Kommunikation zu informieren."

Den Artikel vom 11. Januar in massenpublikum.de [hier online weiterlesen](#). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (8) (02.KW-10)

01: Von Gemmingen kritisiert

Öffentlichkeitsarbeit des Vatikan. Der frühere Chef der deutschsprachigen Abteilung von Radio Vatikan, Pater Eberhard von Gemmingen, sieht Papst Benedikt XVI nicht als Organisator, sondern als Vordenker und Theologe. In einem Hörfunkinterview plädierte der Jesuit deshalb für eine vatikanische Organisationsstelle, die den Papst in der Öffentlichkeitsarbeit unterstützen könnte. Zugleich kritisierte von Gemmingen die Kommunikationsarbeit im Vatikan. Der Papst habe zwar wirklich gute Ideen, die aber in der Medienwelt untergingen. Dies sei hauptsächlich die "Schuld der Leute unter ihm, die nicht gut organisieren könnten".

02: Die OMA® Online Marketing Agency in Düsseldorf stellt ihren PR-Bereich auf eigene Füße.

Dazu gründete die Agentur zum 1. Januar 2010 die auf Online PR und Social Media Relations spezialisierte PR-Agentur OMA® Public Relations GmbH, ebenfalls mit Sitz in Düsseldorf. Die geschäftsführende Gesellschafterin der neuen GmbH ist Christina Jacob. In der neuen Gesellschaft bündelt OMA® die über Jahre gewachsene Kompetenz im Dialog mit Gatekeepern und Multiplikatoren im Web 2.0. Da die Grenzen zwischen klassischer Online PR und der Social Web PR immer mehr verschwinden, bietet OMA® Public Relations GmbH sowohl die Ansprache von Online-Medien, die Redaktion von Content als auch den direkten Dialog mit Opinion Leaders in Blogs, Foren und Communitys an.

03: **Pleon Event + Sponsoring** in Bonn und die Berliner **Agentur marqueur** gehen ab sofort in den Bereichen Eventkonzeption und -umsetzung gemeinsam an den Start. Dazu haben die beiden Agenturen für Live-Kommunikation eine **strategische Partnerschaft** vereinbart.

04: Die Public-Relations-Agentur **Sympra** (GPRA) in Stuttgart **erweitert ihr Produktportfolio um einen Social Media Newsroom**

(<http://newsroom.sympra.de>). Die Lösung ermöglicht Kunden, ihre Medienarbeit und Onlinekommunikation an einem zentralen Ort im Internet zusammenzuführen. Ob Pressemitteilungen, Bloginhalte oder Twitterbeiträge: Alle Unternehmens-News werden im Social Media Newsroom in Echtzeit gebündelt. Gleichzeitig kann die Website die Aufgaben des klassischen „Pressebereichs“ für Redaktionen erfüllen.

05: Wie die **Cohn & Wolfe Gruppe** am 12. Januar ankündigte, hat **AxiCom**, die europäische Kommunikationsspezialistin für Technologie und Telekommunikation, die **PR-Division von Enfatico erworben**. Damit entsteht unter dem Dach von

AxiCom ein weltweites Kommunikationsunternehmen. AxiCom ist ein in Europa und den USA unabhängig operierendes Unternehmen der Cohn & Wolfe Gruppe. AxiCom wird auch weiterhin als weltweite PR-Agentur des Technologieführers Dell agieren. Die neue Einsatzzentrale von AxiCom in den USA befindet sich in San Francisco.

06: **Anna Wilhelmy**, Studentin bittet um **Unterstützung ihrer wissenschaftlichen Arbeit**.

In der Arbeit geht es darum, welchen **Einfluss die verschiedenen Möglichkeiten der Online-Kommunikation auf die Arbeit von PR-Agenturen** haben. Zum Hintergrund: Sie ist

Studentin der Medienwirtschaft an der Fachhochschule des Mittelstands Bielefeld. Die Beantwortung nimmt etwa fünf Minuten in Anspruch. Sämtliche Antworten werden selbstverständlich anonym erfasst. Hier der Link, um an der Umfrage teilzunehmen:

<http://studie.mittelstandskommunikation.de>. Als Dankeschön wird sie jedem, der durch seine Beantwortung bei der Umfrage mithilft, ein kostenloses Exemplar der ausgewerteten

Umfrageergebnisse zusenden, wenn diese im April dieses Jahres veröffentlicht werden.

07: Die **Kölner Agentur möller pr ist 2009 gegen den Trend kräftig gewachsen**. Die Agentur konnte ihren Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 15 Prozent auf 840.000 Euro steigern. „Angesichts der insgesamt angespannten Lage der Branche ist dies ein sehr erfreuliches Ergebnis“, sagte Gründer und Geschäftsführer Christoph Möller. So konnte möller pr im Jahr 2009 eine Reihe von Neukunden gewinnen. Im Herbst hatte die in Köln ansässige Agentur zudem eine Niederlassung in München gegründet.

08: Der Ausbau des nationalen und internationalen Netzwerkes ist einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren von **Raiko Kommunikation** (GPRA), Hamburg. Aus diesem Grund schloß die Agentur nun eine **strategische Partnerschaft mit der englischen PR-Agentur Prowse & Company**. „Diese Kooperation wird unser Wachstum weiter beschleunigen und unseren international operierenden Kunden optimale Flexibilität und Effizienz im englischen Markt bieten“, so Wolfgang Raiko, Geschäftsführer von Raiko Kommunikation. Zukünftig werden sich die beiden Agenturen bei der Betreuung der Kunden in den jeweiligen Märkten unterstützen. Zahlreiche Neukunden sowie der Auf- und Ausbau neuer Themenfelder und Kompetenzbereiche verhalfen der Hamburger Agentur Raiko Kommunikation zu einer positiven wirtschaftlichen Bilanz in 2009.

Medien

Nachrichtensender N24 soll von Rossmann und Aust gekauft werden

Geschäftsführer Torsten Rossmann und Ex-"Spiegel"-Mann Stefan Aust wollen ProSiebenSat 1 den Nachrichtensender N24 abkaufen. „Wir wissen, was erfolgreiches Newsfernsehen ist“, sagt Rossmann dazu im [Interview mit Joachim Huber](#) vom "Tagesspiegel".

Medientrends: Twittern war gestern

Seriöse Information hat Zukunft. Wer hier investiert, gewinnt – glaubt der Londoner Zeitschriften-Erfinder Tyler Brülé. Henning Hoff befragt ihn am 8. Januar in einem Interview mit "ZeitOnline". [Hier weiterlesen](#).

Ebenfalls zum Thema Twitter schreibt Katrin Schuster am 17. Dezember in einem Blogbeitrag in "der freitag" über eine Tagung der Bayerischen Landeszentrale für Medien (VBLM): "Twitter? Nur ein weiterer PR-Kanal..." [Hier online weiterlesen](#).

Medien compact (13) (02.KW-10)

01: **IVW: Die Auflagen der Tages- und Wochenzeitungen**: Zweigeteiltes Bild bei den neuesten Quartalsauflagen der Zeitungen. Während die überregionalen Tageszeitungen fast alle verlieren, gibt es bei den Wochen- und Sonntagszeitungen einige sehr positive Entwicklungen. So freut sich Die Zeit über die höchste jemals in einem vierten Quartal erreichte verkaufte Auflage, die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung stellte mit 351.873 verkauften Exemplaren sogar einen neuen Alltime-Rekord auf. Zu den Verlierern gehören hingegen Bild und Handelsblatt. [meedia.de](#)

02: IVW: Die Quartalsauflagen der Magazine:

Die Erfolgsstory geht weiter: Laut der neuen IVW-Auflagen hat das Magazin LandLust im vierten Quartal 2009 einen neuen Fabelrekord aufgestellt: 648.866 Hefte wurden verkauft - damit gehört LandLust inzwischen zu den 20 meistverkauften Kiosk-Zeitschriften Deutschlands. Zu den größten Verlierern des Quartals gehören unterdessen Springers TV Digital, sowie das Burda-Duo Focus und TV Spielfilm plus. Der Focus ist mit seinen 579.787 Verkäufen sogar hinter die LandLust gefallen. meedia.de

03: Immer mehr Bundesbürger kaufen ihre Produkte on- wie offline erst nach einer ausführlichen Recherche im Internet.

Der Stellenwert, dem die Onlinesuche eingeräumt wird, variiert dabei je nach Kategorie in der gesucht wird. Rund 70 Prozent der befragten Internetnutzer nutzen „häufig“ oder „regelmäßig“ das Internet als Recherchehilfe für Informationen über Bücher, CDs und DVDs. In der Kategorie Unterhaltungselektronik sind es 66 Prozent, die das Internet zu Rate ziehen. Dies ergab die TNS-Studie „Kaufentscheidung: Überzeugungskraft kommt aus dem Internet“. tns-infratest.com

04: Zeitungen sind Nachrichtenquelle

Nummer eins: Wer sagt, die Zeitungen, die amerikanischen zumal, seien tot? Außer den Apologeten im Internet, die ihr eigenes, nicht vorhandenes Geschäftsmodell bewerben? Eine Studie des Forschungsinstituts Pew, die am Montag veröffentlicht wurde, hat festgestellt, dass Lokalzeitungen weiter die mit Abstand wichtigste Nachrichtenquelle für Regionales sind. faz.net

05: Deutsche Welle unter Schleichwerbung-

Verdacht: Immer wieder kam der Fruchtgummi-Hersteller Haribo mit seinen Produkten im Programm der Deutschen Welle vor. Ein Beitrag mutete gar an wie ein Werbeclip. Mit den Berichten könnte der deutsche Auslandssender gegen seine Werbe- und Sponsoringrichtlinie

verstoßen haben, nach der die Erwähnung von Produkten nur zulässig ist, wenn dies zwingend erforderlich ist. meedia.de

06: Tarifumgehung der Verlage: In letzter Zeit sind immer mehr Verlage dazu übergegangen, die Tarifbindung zu umgehen. Zu den genutzten Fluchtwegen gehören das Outsourcen von Redakteuren in eigenständige, nicht tarifgebundene Gesellschaften, der Einsatz von Leiharbeitnehmern in den Redaktionen sowie die Mitgliedschaft ohne Tarifbindung im Verlegerverband. Der DJV hat zusammengestellt, welche Verlage welche Form der Tarifflicht nutzen: dju.de

07: Nach jahrelangem Streit haben sich die Gerätehersteller der IT-Branche in Deutschland mit den Verwertungsgesellschaften auf eine **Urheberrechtspauschale für Computer** geeinigt. Die Vereinbarung sieht vor, dass für jeden vom 1. Januar 2008 bis Ende dieses Jahres verkauften Personalcomputer (PC) mit eingebautem Brenner 13,65 Euro zuzüglich Umsatzsteuer fällig wird. Für PCs ohne Brenner müssen die Hersteller 12,15 Euro plus Steuer als Abgabe entrichten. ftd.de

08: Anzahl der Fernsehkanäle und Multikanal-Plattformen in Europa steigt trotz Krise weiter.

2009 sind in Europa über 245 neue Fernsehkanäle an den Start gegangen. An der Spitze der Beliebtheitsskala standen hierbei Sportkanäle (38 neue Sender 2009), gefolgt von Kinderkanälen (17 neue Sender). (...) Im gleichen Zeitraum haben ca. 220 Sender ihren Betrieb eingestellt. (...) Effektiv haben nur ca. 100 überregionale Sender 2009 den Betrieb eingestellt. obs.coe.int

09: Bruttowerbemarkt schliesst 2009 mit

leichtem Minus ab. Nach der aktuellen Erhebung des Medien- und Werbeforschungsunternehmens Nielsen ist der Bruttowerbedruck in den Above-the-line-Medien mit rund 20,8 Milliarden Euro in 2009 gegenüber dem Vorjahr um minus 50 Millionen Euro oder minus 0,2 Prozent (bereinigt: minus 0,4 Prozent) leicht rückläufig. Nach den Reduzierungen

in den ersten beiden Quartalen und der Stagnation im dritten Quartal, schloss der deutsche Bruttowerbemarkt im vierten Quartal bereits mit einem deutlichen Plus von 5,1 Prozent ab. nielsen-media.de

10: Die Deutsche Presse-Agentur (dpa) hat gegen den Konkurrenten Deutscher Depeschendienst (ddp) juristische Schritte eingeleitet. Im Schreiben einer Großkanzlei vom 6. Januar, das der SZ vorliegt, bezeichnet der Anwalt der dpa Behauptungen des ddp über seine Mandantin als "nicht nur bekanntermaßen falsch", sondern auch "geschäftsschädigend". sueddeutsche.de

11: Verlegerverbände reichen beim Bundeskartellamt Beschwerde gegen Google ein. Sie wollen eine Entschädigung für ihre in Google News angezeigten Artikel. Außerdem fordern sie eine faire Reihenfolge bei den Suchergebnissen. Auch die Microsoft-Tochter Ciao und der Kartendienstanbieter Euro-Cities gehen gegen Google vor. zdnet.de

12: Image von Schlecker wird immer schlechter: Der aktuelle Lohndumping-Skandal kommt Schlecker teuer zu stehen: Das Image der Drogeriekette ist in der vergangenen Woche noch schlechter geworden als es ohnehin schon war. Damit fällt das Unternehmen weiter hinter Rossmann und Co. zurück. wiwo.de

13: Online-Nachrichtenportale boomten im Jahr 2009 wie nie zuvor. Die Zahl der Besucher auf den Top20-Nachrichtenseiten im Internet lag bei über 6,5 Milliarden – 33,7 Prozent mehr als 2008. „2009 gab es den höchsten Zuwachs von Besuchern auf Online-Nachrichtenseiten seit Beginn unserer Analysen im Jahr 2005“, sagte Achim Berg, Vizepräsident des BITKOM. Seit 2005 hat sich die Zahl der Besuche, der so genannten Visits, mehr als verdoppelt. bitkom.org

Services + Tipps

Deutsche lieben Musik und Gemütlichkeit

Musik hören und es sich zuhause gemütlich machen sind die liebsten Freizeitbeschäftigungen der Deutschen. Gerne wird dabei ein Buch oder eine Zeitschrift gelesen. Ebenfalls beliebt sind soziale Kontakte. Zeit mit Freunden zu verbringen, Gäste zu empfangen sowie Unternehmungen mit der eigenen Familie stehen weit oben auf der Liste der bevorzugten Freizeitaktivitäten. Eine Analyse der GfK Panel Services Deutschland zeigt bei den meisten Hobbys eine schwindende Popularität. Deutlich an Beliebtheit gewonnen haben in den letzten Jahren Kinobesuche und die Beschäftigung mit dem Computer. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Telekommunikationskosten im Jahresdurchschnitt 2009: minus 2,4% gegenüber 2008

Die Preise für Telekommunikationsdienstleistungen im Festnetz, Internet und Mobilfunk haben für die privaten Haushalte in Deutschland im Jahr 2009 im Schnitt erneut unter denen des Vorjahres gelegen: Der Verbraucherpreisindex für Telekommunikationsdienstleistungen lag nach Mitteilung des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden im Jahresdurchschnitt 2009 um 2,4 Prozent unter dem Niveau des Jahres 2008. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

presstext.de mit neuem Konzept

Dem zunehmenden Frust von Redaktionen und Journalisten über die Flut von echten und falschen Pressemitteilungen per eMail trägt das Portal

www.prestext.de mit einem neuen Konzept Rechnung. Chefredakteur Jörg Neikes am Firmensitz in Niederkrüchten: "Wir veröffentlichen nur Pressemitteilungen, die den Kriterien des Deutschen Presserates entsprechen und verschicken sie nicht als eMail. Den Empfängern geben wir Gelegenheit, die Qualität der Pressemitteilungen zu bewerten, wovon wir uns eine Qualitätssteigerung erhoffen." [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (6) (02.KW-10)

01: **Ab sofort decken die globalen Nachrichtenverteiler von Business Wire neben Europa, Nordamerika, Latein-Amerika und dem asiatisch-pazifischen Raum auch den Mittleren Osten und Afrika ab.** 2010 ist das Jahr der WM in Südafrika. Pünktlich zu diesem Ereignis hat Business Wire seine globalen Nachrichtenverteiler um eine Medienabdeckung Afrikas und des Mittleren Ostens erweitert. Die internationale Nachrichtenagentur Agence France-Presse (AFP) sowie die regionale Nachrichtenagentur Middle East Newswires übermitteln die Nachrichten an Medien und die Öffentlichkeit. Alle globalen Nachrichtenverteiler beinhalten Volltextübersetzungen der englischsprachigen Originalmeldung in eine Vielzahl von Sprachen, ab sofort auch ins Arabische.

02: Die **Storymaker Agentur** für Public Relations in Tübingen und **econet china** geben den **ersten "Green Media" Führer für China** heraus. Das Handbuch bietet einen aktuellen Überblick über Medien, die Umwelt bezogene Themen abdecken, mit einem Schwerpunkt auf Print- und Online-Publikationen. Der „Green Media“ Führer ist in die drei Rubriken unterteilt: Gebäudetechnologie, Umwelttechnologie sowie Energie. Das Handbuch erscheint in einer Zeit des wachsenden Umweltbewusstseins in China.

03: Wenn es beim Erstellen eines Presseverteilers einmal wieder richtig schnell gehen muss, dann können ab sofort die Datenbanken-Spezialisten von **Gorkana** helfen. **Adhoc-Listen mit Journalistenkontakten** werden auf Anfrage für die Bereiche B2B und Finanzkommunikation vom Gorkana Team zusammen gestellt. Das Angebot gilt für Daten aus Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Italien und den Benelux-Ländern. Zum Service hier entlang www.gorkana.com/eu.

04: **Roland Berger Studie zum Luxusmarkt in Deutschland:** Starke Marken sind Gewinner in der Krise. Trotz Krise ist der deutsche Luxusmarkt 2009 stabil geblieben. Rückgänge bei Automobilen und Möbeln wurden von anderen Segmenten kompensiert. Der deutsche Markt befindet sich mit seiner Positionierung in den einzelnen Bereichen insgesamt unter den Top 3 der globalen Luxusmärkte. In 60 Interviews mit führenden Markenherstellern und Händlern hat Roland Berger Strategy Consultants die Entwicklung 2009 sowie wichtige Trends für die Zukunft exklusiver Marken in Deutschland ermittelt. presseportal.de

05: Patrick Brauckmann (Hg.) hat Anfang 2010 im UVK-Verlag das **Buch "Web-Monitoring. Gewinnung und Analyse von Daten über das Kommunikationsverhalten im Internet"** herausgegeben (412 Seiten, 39,00 Euro). ISBN: 978-3-86764-215-6. Im vorliegenden Sammelband beleuchten Wissenschaftler, IT-Spezialisten und Manager dieses spannende Feld und geben ihre Erkenntnisse und Erfahrungen weiter. Sie gehen auf die Zielsetzung des Web-Monitorings ein, stellen verschiedene Methoden vor und liefern Tools und Kennzahlen, mit denen sich die Ergebnisse analysieren und bewerten lassen. Einige Best-Practice-Beispiele für gelungenes Web-Monitoring runden den Band ab.

06: Mit einem erstmals veröffentlichten **Jahresbericht** (Download unter <http://bit.ly/5YTac4> als PDF-Dokument, 42 Seiten) informiert die

Abteilung Kommunikationsmanagement und Public Relations der Universität Leipzig über die wichtigsten Aktivitäten des Jahres 2009 wie Studien, Publikationen, Auszeichnungen für Absolventen und anderes.

- Campaigning – Wirkungsvolle Kampagnen-PR am 11. und 12. März
 - Konfliktmanagement als Führungsstärke am 29. und 30. März.
 Weitere Infos: www.media-workshop.de.

Termine + Tagungen

Termine compact (3) (02.KW-120)

01: Branchensoftwareanbieter Convento in Neuss lädt für den 23. Februar zum nächsten **Convento-PR-Frühstück** nach Berlin ein. German Lewizki von der Kommunikationsagentur Sunbeam berichtet über die **Energiesparkampagne** des rheinland-pfälzischen Umweltministeriums. Infos: www.convento.de/de/events.

02: Das Branchenmagazin "PR Report" veranstaltet ein **Experten-Seminar zum Thema "Change Management & Interne Kommunikation - Interne Veränderungen erfolgreich kommunizieren"**. Als Experten referieren: Dieter Weirich, Leiter Unternehmenskommunikation bei der Fraport, Frank Weber, Direktor Konzernentwicklung & Kommunikation der Wüstenrot & Württembergische sowie Susanne Arndt und Lutz Zimmermann von Düsseldorf Kommunikation & Deekeling Arndt Advisors. Termine: 9. bis 10. März in Frankfurt am Main und 27. bis 28. April in Köln. Infos: <http://prreport.de/index.php?id=619>.

03: Einige Termine für Seminare der **Reihe "media workshop" von news aktuell** im ersten Quartal 2010:
 - Change Communication – Veränderungsprozesse kommunizieren und steuern am 28. und 29. Januar
 - BWL für die PR - Von der PR-Kampagne zum Business Case am 1. und 2. März

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (4) (02.KW-10)

01: Die **Deutsche Presseakademie** (depak) in Berlin hat jetzt sein ihr **Seminarprogramm 2010** veröffentlicht. Die Broschüre kann über die Homepage angefordert werden. Weitere Informationen auch auf der Website www.depak.de/seminare.

02: Ab 05. März wird an der **Württembergischen VWA in Stuttgart der KontaktKompakt-Studiengang Integrierte Unternehmenskommunikation** angeboten. Die berufsbegleitende Zusatzqualifikation umfasst insgesamt zehn Veranstaltungswochenenden (jeweils freitagabends und samstagsvormittags) im Zeitraum bis 10. Juli 2010. Der Kontaktstudiengang, der in Zusammenarbeit mit Professor Jörg Jacobi von der Hochschule Furtwangen konzipiert wurde, integriert die Marketingkommunikation, die Public und Investor Relations sowie die interne Kommunikation zu einem systematischen Gesamtkonzept. Weitere Infos: www.w-vwa.de.

03: Beim letzten **Vortragsabend „Studenten fragen – Journalisten antworten“** und der dritten Master Lecture im Wintersemester 2009/10 der **Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation MHMK München** stehen der Focus-Relaunch (am 20. Januar) und das Thema „Games aus Sicht traditioneller Medienunternehmen“ (am 22. Januar) im Mittelpunkt der Veranstaltungsreihen. Die Referenten der offenen Reihen sind Michael Hilbig (Focus) und Dr. Marcus Englert (ProSiebenSat.1

Media AG/ SevenOne Intermedia). Infos:
www.macromedia-hochschule.de.

04: Start des **neuen Ausbildungsmodells der WAK** Westdeutsche Akademie für Kommunikation in Köln: **Volontariatsausbildung Communications Manager**. Alles über den Abend-Studiengang Communications Manager, der am 1. März startet, unter:
www.wak.de/content/view/100/158. Die WAK und ihre Mitglieder sehen in der Volontariatsausbildung eine gelungene Alternative der betriebsgerechten und kostengünstigen Nachwuchsförderung für Agenturen, Organisationen oder Unternehmen mit einer eigenen Marketing- und Werbeabteilung. Das Hauptstudium des Communications Manager besteht aus 23 Studienfächern.

Rezensionen

Luhmann: Die Realität der Massenmedien

Niklas Luhmann: "Die Realität der Massenmedien". VS Verlag, Wiesbaden, 4. Auflage, Okt. 2009, 151 Seiten. Preis: 19,90 Euro. ISBN: 978-3-531-16666-7.

*Rezension von **Sebastian Wuwer**, Referent für die Europa-Kommunikation im Landtag Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf. Absolvent von PR Plus (www.prplus.de).*

In der Ausgabe 50/2009 wagte das Magazin der Süddeutschen Zeitung ein kühnes Experiment. Es versuchte, die Medienkarrieren nachrichtlicher Themen in Organigrammen darzustellen und so den „Lauf der Geschichten“ auf einen Blick zu erfassen. Im Mittelpunkt standen dabei die Fragen, welche Medien zu welchem Zeitpunkt über welche Aspekte zu einem bestimmten

Thema berichtet und auf welche anderen medialen Quellen sie sich dabei bezogen hatten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Dienstleistungen: Was Kunden wichtig ist

Schlechter Service ist eines der größten Ärgernisse für Kunden. Und die sind gnadenlos: Wer sie einfach nur schnell abfertigt, um seine Vorgaben zu erfüllen, vergrault sie womöglich für immer. Eine Studie zeigt, was guter Service leisten muss. *Den Artikel von Dave Dougherty und Ajay Murthy am 12. Januar in "HarvardBusinessManger" [hier online weiterlesen](#).*

Geschäftsgeheimnisse ins Netz

Der Internet-Berater Don Tapscott fordert Unternehmen auf, sich endlich auf das Mitmach-Netz einzulassen, um von der Transparenz zu profitieren. Spätestens seit seinem Bestseller Wikinomics hat die Stimme von Don Tapscott Gewicht in der Internetgemeinde. Der Kanadier berät Firmen ebenso wie Regierungen weltweit. Unternehmen empfiehlt er, jetzt die Chancen von Internetseiten zu nutzen, deren Inhalte von Kunden und Mitarbeiter mitgestaltet werden. Die Rezession sei ideal, um Geschäftsmodelle ganzer Branchen zu überdenken. Mehr Offenheit im Internet würde der gesamten Welt nutzen, sagt er. *Das Interview mit Don Tapscott am 14. Januar in sueddeutsche.de [hier online weiterlesen](#).*

Ideen fehlen: Unternehmen blocken Anregungen von außen ab

Die Unternehmen tun sich schwer mit neuen Ideen. Angesichts der allmählich zu Ende gehenden Krise gefährden sie damit ihre eigene Zukunft. Wissenschaftler raten zum Paradigmenwechsel von der Verteidigung der eigenen Ideen hin zum Teilen, Partizipieren und gemeinsamen Diskutieren. Wie das geht. Die Ohrfeige sitzt. "Entgegen anders lautenden Bekundungen sind viele Personen und auch hohe und höchste Führungskräfte nicht unglücklich, wenn sich in den Geschäftsmodellen, Produkten, Prozessen, Abläufen und Strukturen ihres Unternehmens nicht allzu viel ändert", klagt Walter Brenner, der Direktor des Instituts für Wirtschaftsinformatik der Universität St. Gallen, beim Blick auf die Innovationskraft der Unternehmen.

Den Artikel von Jens Koenen in "Handelsblatt.com" am 18. Januar [hier online weiterlesen](#).

Jobangebote

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

Gesuche

Die 16 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 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[Mitarbeiter/in für Projektorganisation in Köln gesucht](#)

[WBCO Public Relations \(Frankfurt\) sucht PR Account Manager](#)

[Nord Event GmbH in Hamburg sucht Junior Eventmanager / in](#)

[Bachinger Öffentlichkeitsarbeit in Frankfurt sucht PR Junior Berater/in](#)

[be: public relations sucht PR-Berater/in für die Bereiche Lifestyle & Kosmetik, Hamburg](#)

[PR-Juniorberater \(m/w\) Unternehmens- und B2B-Kommunikation, Frankfurt](#)

[Trainee \(m/w\) Unternehmens- und B2B-Kommunikation, Frankfurt](#)

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

Unternehmen

[Projektassistent/in bei der B. Braun Melsungen AG](#)

[oekom research sucht Verstärkung für den Bereich Corporate Communications, München](#)

Mitarbeiter (m/w) Presse, Öffentlichkeitsarbeit und interne Kommunikation in Eschborn

Verbände (Non-Profit)

Online-Campaigner/-in mit Schwerpunkt Social Media, Berlin

Freelancer

Erfahrene PR-Redakteurin sucht interessante Textprojekte

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 18. Januar 2010 – 23:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.404 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 Karte 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.