

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 231 / 03. KW 2010

## Seite 1

### Social Media verändert alles - Marketing, PR und die Kommunikation

Immer gewaltiger ist die Aufmerksamkeit, die Meinungen & Kommentare in der Blogosphäre erzeugen können. Das zeigen immer wieder eindrucksvolle Reaktionen auf Social Media-Fails von bekannten bzw. bislang unbekanntem Unternehmen. Beispiele hierfür gibt es wie Sand am Meer, sei es in der jüngsten Vergangenheit die Süddeutsche Zeitung, die sich positive Bloggermeinungen schlichtweg erkaufte, aber auch Jack Wolfskin, Jako, Opel, Burger King, Domino Pizza und und und... [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### PR-Rat, Blogger + Medien: eine notwendige Diskussion?!

Der Deutsche PR-Rat (DRPR), als freiwilliges Selbstkontrollorgan der PR-Branche, fordert Richtlinien für bezahlte Werbung im Web: Blogger und Co. sollen demnach offenlegen, wenn sich sie gegen Geld positiv über Produkte in Blogs und Foren äußern. Dazu gibt es inzwischen interessante Diskussionen per Twitter

und Blog (vor allem von Tapio Liller, Mirko Lange und Björn Eichstädt). Nach einiger Verwirrung scheint nun die auch vom DRPR (leider nur halböffentlich) angeregte Diskussion dem Anliegen zu nutzen. Denn: Die Diskussion um die Transparenzregeln der PR geht weiter. Jetzt sind auch Mitglieder des PR-Rates dabei (interessant vor allem: Heiko Kretschmer, Chef von Johanssen + Kretschmer (GPRA), Berlin). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### Hill & Knowlton Germany verstärkt Beratungsteams in Frankfurt und Berlin

Pascal Frank als Geschäftsführer und Uwe Schaad als Managing Director treiben gemeinsam mit Detlev Geiger, Chairman Germany, den Ausbau des H&K-Standorts in Frankfurt am Main voran. In Berlin verstärken Thomas Knollmann und Sebastian Schwark als Associate Directors das Team um den Geschäftsführer Jens Krämer. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Neue Zuständigkeiten in der Kommunikation des Deutschen Fußball-Bundes (DFB)

Mediendirektor **Harald Stenger** (58) bleibt verantwortlich für die deutsche A-Nationalmannschaft und für die gesamte Pressearbeit bei der WM 2010 – ausdrücklich unter



Bezug auf diese zentrale Aufgabe ist 2007 sein ursprünglich bis Ende Juni 2009 befristeter Vertrag bis zum 31. Dezember 2010 abgeschlossen worden. Andere Aufgaben werden von Kollegen übernommen, um nun alle Kräfte auf die Weltmeisterschaft in Südafrika und das Vorfeld zu konzentrieren. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien compact (17) (03.KW-10)

### AGENTUREN:

01: **Alfred Jansen** ist zum Januar 2010 als Geschäftsführer in die A&B One Kommunikationsagentur eingetreten und verantwortet vom Standort Frankfurt am Main aus den Bereich Corporate. Der studierte Volkswirt war zuvor Managing Partner bei Pleon Deutschland.

02: **Kai Neumann** (28) verstärkt seit Januar als Volontär das Berliner Büro der Agentur Plato Kommunikation. Im Public-Affairs-Team wird er insbesondere für die Bereiche Energie und Green Technology zuständig sein.

03: **Dagmar Hinz** (37) hat die neu geschaffene Position des Director Healthcare bei Cohn & Wolfe Deutschland übernommen. Sie kommt vom britisch-schwedischen Pharmaunternehmen AstraZeneca, wo sie 2001 als Referentin Unternehmenskommunikation startete und 2005 die Position der Pressesprecherin übernahm.

04: **Lars Langhans** (42) verstärkt als Senior Project Manager die [Anfang 2009 neu gegründete Kommunikationsagentur Kienbaum Communications](#) in Gummersbach. Zuvor war er als Marketingleiter beim Holzabsatzfonds für die nationale Absatzförderung der deutschen Forst- und Holzwirtschaft verantwortlich. Davor leitete er bei PleonKetchum (GPRA) (damals KohtesKlewes) als Business Group Director den Bereich Energiewirtschaft.

05: **Anja Barghoorn** (29) verstärkt ab sofort als Pressesprecherin die Deutsche Beamtenversicherung (DBV) und als Medienreferentin Human Resources-Kommunikation die Konzernkommunikation von AXA Deutschland an deren Standort in Köln. Zuvor war sie im Frankfurter Büro von Hering Schuppener Unternehmensberatung für Kommunikation tätig, zuletzt in der Position des Senior Consultant.

06: **Agnieszka Schulze** ist als Senior PR-Consultant, **Juliane Fischer** als Junior PR-Consultant und **Katja Töbelmann** als Team Account Support neu in der Hotel Division der Agentur w&p Wilde & Partner Public Relations in München. **Ute C. Hopfengärtner** leitet das Hotelteam, sie ist Prokuristin und seit 2001 bei Wilde & Partner. Schulze verfügt über eine fast sechsjährige PR-Erfahrung in der Touristik – sowohl auf Agentur-, als auch Unternehmensseite. Fischer sammelte bereits während ihres Studiums der Kommunikationswissenschaft erste Erfahrungen im Journalismus und PR-Bereich, in London vertiefte sie seit 2007 ihre Kenntnisse bei einer dortigen PR-Agentur. Töbelmann studierte Politikwissenschaft und Volkswirtschaftslehre,



komm.passion



Medien-Analysen  
mit Qualitätssiegel!

AUSSCHNITT  
MEDIENBEOBACHTUNG

Auslandserfahrungen sammelte sie während eines Praktikums bei der Konrad-Adenauer-Stiftung in Buenos Aires, Argentinien.

#### UNTERNEHMEN:

07: **Brock McCormack** (42) verstärkt seit Mitte Januar die internationale Pressearbeit der Deutschen Messe in Hannover. Er war seit 1997 bei der Tochtergesellschaft der Deutschen Messe Hannover Fairs USA in Princeton, NJ (USA) als Direktor Marketing und Kommunikation beschäftigt. Vorher arbeitete McCormack in der PR-Agentur Dan Klores Associates in New York City, NY (USA).

08: **Nina Ahrens** (32) wird als neue Pressesprecherin ab sofort das Team der Unternehmenskommunikation von Grundy UFA in Potsdam verstärken und den Bereich Presse des TV-Produktionsunternehmens maßgeblich betreuen. Zuletzt verantwortete sie als Communications Supervisor sowohl die externe, als auch die interne Kommunikation des Franchiseunternehmens Mrs.Sporty.

09. **Anne Jacobs** (28) ist als Corporate Communications Manager neu an Bord des IT-Dienstleisters Computacenter mit Hauptsitz in Kerpen, ihre Tätigkeitsschwerpunkt sind klassische Öffentlichkeitsarbeit und der Ausbau der internen Kommunikation des Unternehmens. Zuvor war die studierte Kommunikationswissen-

schaftlerin fünf Jahre lang auf Agenturseite beschäftigt, zuletzt bei Pleon (GPRA).

10: **Karin Huber** übernimmt die Stelle des Public Relations Officer bei Fiat Group Automobiles Switzerland. Nach sieben Jahren bei Renault Suisse war sie fünf Jahre als Communications Assistant bei Nissan Switzerland tätig, bevor sie nun zu Fiat wechselt. Huber folgt auf **Laura Pedrazzi**, die Ende Januar 2010 Fiat Switzerland nach zweieinhalb Jahren Tätigkeit verlässt, um ein Doktorat an der Università della Svizzera Italiana in Wirtschaft zu machen.

11: **Uwe Ellinghaus** (40) wird in ab 1. Februar die Funktion "Markenführung BMW und BMW Group Marketing Services" übernehmen. Er kam 1998 zur BMW Group und ist seit April 2008 Leiter der Markenkommunikation in München. Ellinghaus folgt auf **Jan-Christiaan Koenders** (45), der die Leitung der BMW Group Vertriebsgesellschaft in den Niederlanden übernehmen wird.

12: **Jan-Malte Kistler** hat als Senior Commercial Manager Germany der Walt Disney Company (Germany) in München zusätzlich zu seinem bisherigen Verantwortungsbereich die Gesamtleitung für Vertrieb, Marketing und PR der Geschäftsbereiche Disneyland Paris, Walt Disney World Resort Florida, Disney Cruise Line und Disneyland Resort California in Deutschland übernommen.

13: **Markus Nepf** (43) leitet als Konzernpressesprecher ab sofort die neu eingerichtete Konzern-

**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!**

abteilung Group Communications der Hypo Investmentbank in Wien (AT). In dieser Funktion ist er auch für die Kommunikation der Hypo Landesbank verantwortlich. Nepf ist nach langjähriger Pressetätigkeit für die Wirtschaftskammer Österreich seit Herbst 2008 bei der Bankengruppe tätig. **Elisabeth Pseiner** (28) zeichnet als stellvertretende Konzernpressesprecherin für die gesamte externe Kommunikation des Konzerns verantwortlich. Sie war zuvor vier Jahre als Consultant bei der Agentur Ecker & Partner Öffentlichkeitsarbeit und Public Affairs tätig.

14: **Franco Gullotti** hat Mitte Januar das Amt des Director Corporate Communication bei Cablecom in Zürich (CH) übernommen und das Unternehmen nach einer Woche wieder verlassen. Zuvor war er Head of Media Relations bei Swiss International Air Lines in Basel (CH).

15: **Catharina Rieder** ist neue Kommunikationsleiterin bei Tele2 Österreich in Wien und übernimmt die Verantwortung für den Bereich Corporate Communications & Public Affairs. Sie ist seit 2003 bei Tele2 in der Marketing-Abteilung tätig und wurde vor drei Jahren zur Werbeleiterin.

16: **Manuela Damianakis** (44) wird im April neue Leiterin der Unternehmenskommunikation beim Immobilienunternehmen Deutsche-Wohnen-Gruppe in Berlin. Dafür verlässt sie die Berliner Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, wo sie seit sechs Jahren als Sprecherin und

Leiterin der Pressestelle tätig ist und .

#### **POLITIK UND BEHÖRDEN:**

17: **Wulf Oehme** ist seit 1. Januar Sprecher der FDP Bundespartei und Chefredakteurs des FDP-Magazins „Liberale Depesche“. Er folgt auf **Robert von Rimscha**, der als Leiter des Planungsstabes in das Auswärtige Amt wechselt. Der gelernte Betonbauer und Diplomjournalist Oehme war zuvor stellvertretender Sprecher der FDP.

## Etats

### Microsoft Deutschland vergibt Corporate Affairs-Etat an fischerAppelt und Hans Bellstedt

fischerAppelt, relations (GPRA) und Hans Bellstedt Public Affairs (hbpa), beide in Berlin, konnten sich in einem mehrstufigen Pitchverfahren den Corporate Affairs-Etat von Microsoft Deutschland sichern. Das Software- und Internetunternehmen hatte den Etat nach mehr als fünf Jahren neu ausgeschrieben. [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!



## Etats compact (20) (03.KW-10)

01: Bayerische Eisenbahngesellschaft (BEG), München

was: *PR-Etat*

an: **Print Communications Consultants**, Unterhaching

02: Mayrhofer & Partner Rechtsanwälte, Steuerberater, München

was: *Pressearbeit*

an: **Pfaffenbach Public Relations**, Kaufering

03: f+m Financial, Frankfurt am Main

was: *Etat für PR- und Medienarbeit*

an: **SEA Public Relations**, Frankfurt am Main

04: Bayerisches Pilgerbüro, München

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Global Communication Experts (GCE)**, Frankfurt am Main

05: General Mills, Hamburg

was: *Pressearbeit für die Marke Häagen-Dazs*

an: **Schoeller & von Rehlingen PR**, Hamburg

06: Landesstiftung Baden-Württemberg, Stuttgart

was: *Etat für kommunikative Gesamtbetreuung*

an: **Flad & Flad Communication Group**, Heroldsberg

07: Arbeitgeberverband Pflege, Berlin

was: *PR-Etat für die gesamte*

*Verbandskommunikation*

an: **fischerAppelt relations** (GPRA), Berlin

08: Tourismusverband Ostbayern, Regensburg

was: *PR-Konzept für die Dachmarke*

*Bayerischer Wald*

an: **Comeo Werbung, PR, Event**, München

09: DPD Dynamic Parcel Distribution,

Aschaffenburg

was: *strategische und operative Aufgaben der*

*Unternehmenskommunikation*

an: **Weber Shandwick** (GPRA), Köln

10: Mineralbrunnen Überkingen-Teinach, Bad Überkingen

was: *Fach-PR der Marken Teinacher, Krumbach, Überkinger, Hirschquelle und Cilly*

an: **RA&P Marketingkommunikation**, Stuttgart

11: Aon Jauch & Hübener Holdings, Hamburg

was: *PR-Etat für interne und externe*

*Kommunikation einer Kundenkampagne in Deutschland*

an: **ad publica**, Hamburg

12: Eggers & Franke, Bremen

was: *Kommunikationsberatung für die*

*südafrikanischen Weinmarken Golden Kaan, KWV und KWV Roodeberg*

an: **Brand Upgrade**, Hamburg

13: Dr. Maier + Partner Unternehmensberatung, Stuttgart

was: *externe Kommunikation, Konzeption,*

*Redaktion und Realisation eines E-Mail-Newsletters an Kunden*

an: **LässigMüller Public Relations**, Stuttgart

14: Thomas Hildebrandt, Henstedt-Ulzburg

was: *Integrierten Kommunikations-Kampagne zum 25-jährige Jubiläum von Sporting Palace und World of Fitness*

an: **public:news, Agentur für**

**Kommunikationsberatung**, Hamburg

15: Take Two Interactive Software, München

was: *klassische PR für Rockstar Games mit Fokus auf Lifestyle- und Consumer-Medien in*

*Deutschland, Österreich und der Schweiz*

an: **häberlein & mauerer**, München

16: New Zealand Trade & Enterprise (NZTE), Hamburg

was: *Media Audit zur Positionierung im deutschen Markt*

17: Industrie- und Handelskammer (IHK)  
Ostthüringen, Gera  
was: *interne Kommunikation und Corporate Wording*  
an: **Raiko Kommunikation** (GPRA), Hamburg

18: Soda-Club, Limburg  
was: *Marken- und Produkt-PR sowie übergreifendes Marketingkonzept*  
19: Guzzini Fratelli Deutschland, Köln  
was: *Kommunikation im Lifestyle-Markt im deutschsprachigen Raum*  
an: **Blume PR**, Hamburg

20: Black Rain Group Foundation, Zürich (CH)  
was: *PR-Etat zum, Spendenaufruf für Hospital nahe Port-au-Prince*  
an: **Tower PR**, Jena

## Branche

### Wie man sich gegen Reklame, PR und andere Propaganda zur Wehr setzt

Ein Kernpunkt der Website von Hugh Rank, Professor an der Governors State University in Illinois/USA ist: „Counter-Propaganda Axioms“ (zu deutsch „Grundsätze der Gegen-Propaganda“), in dem er aus wissenschaftlicher Sicht die Beeinflussung durch Reklame und PR betrachtet und zwei grundsätzliche Arten des Widerstands gegen diese Propaganda vorstellt. Thematisch passt das also perfekt in den Konsumpf!

Den Artikel von Peter Marwitz am 19. Januar in "Konsumpf - Forum für kreative Konsumkritik" [hier online weiterlesen](#).

Und [hier lesen Sie den zweiten Teil](#) des Artikels von Peter Marwitz vom 20. Januar.

### Positive Aussichten für Online-PR für 2010

Toluna, das Online-Marktforschungsportal, hat im Auftrag der Hamburger [Kommunikationsagentur Faktenkontor](#) im Januar 750 Personen in Deutschland in einem Quick-Vote nach ihrer Internetnutzung gefragt. Mehr als 90 Prozent wollen das Internet 2010 häufiger nutzen. Allerdings sind sie nicht bereit für Online-Inhalte Geld zu zahlen. Ähnlich sieht es auch bei den Printprodukten aus. Vier von zehn Bürgern, so die Studie, greifen noch zur Printausgabe einer Tageszeitung. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Branche compact (4) (03.KW-10)

01: Unter dem Label „Brot und Spiele“ bietet **Peter Cramer** (42) ab sofort seine Live-Marketing-Kompetenz Unternehmen wie auch Agenturen an. Neben der Beratungskompetenz, der Kreation von Eventmaßnahmen und der Umsetzung liegt ein Schwerpunkt seiner Tätigkeit in der Konzeption von effizienten Kommunikationsaktivitäten mit einem Event als Mittelpunkt einer Kampagne. Cramer war bis Ende letzten Jahres Geschäftsleiter von „achtung! erlebnis“, der Event-Unit der Kommunikationsagentur „achtung!“ in Hamburg und München. Zuvor war Cramer rund vier Jahre lang als Eventmarketing-Spezialist bei Publicis.

02: **Nach einem schwierigen Jahr 2009 rechnet ein Großteil der AIKA-Agenturen für 2010 wieder mit einer positiven Entwicklung.** Das ergab eine Umfrage, die AIKA, die Allianz Inhabergeführter Kommunikationsagenturen, unter ihren 42 Mitgliedern durchgeführt hat. An der Umfrage beteiligten sich Agenturen aus dem gesamten Spektrum der AIKA-Mitglieder. Etwa ein Drittel der AIKA-Agenturen konnte ihre Umsätze im Jahr 2009 entgegen dem Trend steigern. Bei etwas mehr als der Hälfte der an der Umfrage beteiligten Agenturen verlief 2009 allerdings schlechter bis deutlich

schlechter als das Vorjahr. Gefragt nach den Aussichten für 2010, gaben fast alle AIKA-Agenturen verhalten positive bis sehr gute Erwartungen an.

03: Traditionsagentur mit neuer Marke. **Grayling ist der neue starke Partner auf dem Deutschen PR-Markt. Nach 25 erfolgreichen Jahren ist die Marke Trimedia Geschichte.** Mit Standorten in Berlin, Frankfurt, Düsseldorf und Hamburg ist die Agentur weiterhin regional stark verankert. Als Teil eines weltumspannenden Netzwerks profitiert Grayling zusätzlich vom internationalen Know-how. "Wir waren schon immer nah am Kunden. Jetzt können wir ihm zusätzlich strategische Kommunikation mit internationaler Perspektive liefern", stellt Hanning Kempe klar. Er ist CEO von Grayling Deutschland und bildet mit Ilka Schwarz, Anke Kisters und Stefan Kombüchen die Geschäftsleitung der Agentur.

04: Im Gesamtjahr 2009 des **M&A Rankings PR-Agenturen Deutschland** hat **Hering Schuppener Consultings**, Düsseldorf/Frankfurt am Main **zum sechsten Mal in Folge Platz eins** belegt (das Ranking wird jährlich von mergermarket erhoben). Die Nummer eins betreute im letzten Jahr 21 Transaktionen mit einem Gesamtvolumen von über 16 Milliarden Euro. Auf Platz zwei beim Volumenwert hat sich FD Financial Dynamics behauptet, vom fünften auf den dritten Platz hat sich die Brunswick Group verbessert. Gleich um 20 Plätze nach oben ging es für Citigate Dewe Rogerson: von 24 auf vier.

## Social Media + Web 2.0

### Reputation in Gefahr! Warum Sie jetzt auf Web 2.0 setzen sollten...

Die Welt twittert. Das sollte für Unternehmer Grund genug sein, sich mit dem seit 2006 existierenden Microblogging-Dienst auseinanderzusetzen. Aber braucht man das aus Unternehmenssicht wirklich? Und muss man sich ständig auf jede neue Kommunikationstechnologie einstellen? Das ist – gerade für kleine Unternehmen – zunächst einmal eine Kapazitätsfrage. Und mit Blick auf andere Hypes wie etwa Second Life, aus dem sich viele der großen Unternehmen inzwischen wieder zurückgezogen haben, kann man zu Recht fragen, ob man nicht erst einmal abwarten sollte, ob sich die neue Kommunikationsform überhaupt durchsetzt. Gleiches gilt für Firmenaccounts auf Facebook, Xing oder LinkedIn. Schließlich steht für die meisten Unternehmen die Frage nach dem ökonomischen Nutzen ganz oben auf der Agenda. *Den Artikel von Perry Reisewitz (Compass Communications Agentur für Unternehmenskommunikation in München) am 18. Januar auf der Website "Unternehmer.de" [hier online weiterlesen](#).*

### Der pragmatisch-professionelle Einstieg in Social Media und was eine Agentur dazu beiträgt

Heute hat mir jemand auf Formspring eine sehr gute Frage gestellt, die ich dann auch gleich beantwortet habe. Weil's so schön war, nun auch hier im Blog. Die Frage war: "Eine Firma möchte in den Bereich 'Social Media' einsteigen. Wie gehen Sie vor? Was sind die einzelnen Steps, wie Sie die Firma auf Ihren Einstieg vorbereiten? Was leisten Sie, was muss die Firma leisten?" *[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

## Twitter, Blogger, flickr, Facebook & Co. - Nutzen für Friseure und andere

**Dieser Artikel ist der gestreckte Galopp durch die wichtigsten Dienstleistungs-Plattformen des Internets.** Die Auswahl der Netzwerke ist subjektiv, da ich alle Werkzeuge nutze und in den beschriebenen Social Networks teilweise schon jahrelang Mitglied bin. Es gibt noch eine Menge weiterer Möglichkeiten, sich in der digitalen Welt darzustellen, aber kaum eine Kombination, die in Summe eine solche Menge von Kontakten bietet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Der Social Media Newsroom hält Einzug in Deutschland

Was früher der Pressebereich war, ist heute der Social Media Newsroom. Dieser soll vor allem einfach und schnell Zugang zu aktuellen Nachrichten und Inhalten eines Unternehmens bieten. Jeder Zeit sollen sich die interessierten Journalisten, Blogger, Multiplikatoren aber auch Kunden und Interessenten über die laufenden Aktivitäten informieren können. Was beinhaltet nun aber solch ein Newsroom genau? *Dazu schreibt Mario Grobholz am 20. Januar in seinem Blog "my ON-ID". [Hier online weiterlesen.](#)* [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Social Media Policy 2: Otto Group

Gerade großen und etablierten Traditionsunternehmen fällt es schwer, sich in den sozialen Medien erfolgreich aufzustellen, da die internen Strukturen Innovationen ausbremsen. So oder ähnlich liest sich zumindest eine gern bemühte Behauptung. Dass dem allerdings nicht so sein muss, machen Beispiele wie das von Otto deutlich. Seit geraumer Zeit bewegt sich der Versandhändler mit über 60-

jähriger Geschichte in Social Media und legt dabei eine durchaus beachtliche Souveränität an den Tag.

*Den Beitrag von Klaus Eck am 25. Januar in "PR Blogger" mit den zehn Punkten der **kompletten Social Media Guidelines der Otto Group** [hier online weiterlesen](#). Dort können Sie am Ende des Artikels auch zu den **Guidelines von Coca Cola** weiterklicken.*

## Social Media compact (7) (03.KW-10)

01: **Der Bruttowerbedruck im Internet steigerte sich im Gesamtjahr 2009** im Vergleich zum Vorjahr um plus 9,9 Prozent auf 1,6 Milliarden Euro. Entgegen der Entwicklung in den Above-the-line-Medien schloss das Internet die ersten beiden Quartale mit einem Plus von 15,6 Prozent bzw. plus 4,6 Prozent ab, während der Internet-Werbedruck für das dritte Quartal bei einem Plus von 1,2 Prozent nahezu auf Vorjahresniveau stagnierte. Das vierte Quartal entwickelte sich für das Medium Online analog der Above-the-line-Medien mit einem Plus von 17,3 Prozent als bestes Quartal. [nielsen-media.de](#)

02: Cision und der Fachbereich Strategic Public Relations der George Washington Universität (GWU) in Washington D.C. haben untersucht, ob und in welcher Form **Journalisten aus den USA Social Media für ihre Arbeit nutzen**. Das Ergebnis: Die deutliche Mehrzahl nutzt das Web 2.0, um Informationen, Geschichten und Hintergründe zu recherchieren. Von den befragten Journalisten gaben 89 Prozent an, dass sie für Recherchen Blogs durchsuchen. 65 Prozent greifen auf Social Media wie Facebook oder LinkedIn zurück und 52 Prozent nutzen Microblogging-Dienste. [cisionwire.de](#)

03: **Internet der Zukunft, im Netz der Giganten:** Sie dominieren das World Wide Web, jetzt bauen sie es um. Apple, Google, Facebook & Co. weben



ein neues, mobiles Netz, das sie zu Beinahemonopolisten macht - sogar Amazon plant nun einen App Store, der diesen Trend befeuern soll. [Spiegel Online](#) zeigt, wie das Internet zum konzentrierten Markt der Mächtigen wird.

**04: Mehr als zwei Drittel der Unternehmen der digitalen Branche gehen 2010 von einem Umsatzplus aus.** Dies gab der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) auf seinem Neujahrsempfang in der Düsseldorfer Maschinenhalle bekannt. Selbst im Krisenjahr 2009 steigerten rund 70 Prozent der Unternehmen den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr beziehungsweise erzielten ein gleiches Ergebnis. Entsprechend sehen 90 Prozent den Online-Bereich auch 2010 weiter auf Wachstumskurs. [bvdw.org](#)

**05: Der Priester und die Seelsorge in der digitalen Welt:** Anlässlich des 44. Welttags der sozialen Kommunikationsmittel in Kombination mit dem Jahr des Priesters, stellt Papst Benedikt Papst Benedikt XVI die Kommunikation in der digitalen Welt in den Vordergrund. Die römisch-katholische Kirche hat die Zeichen der Zeit längst erkannt und ist, zumindest was den Vatikan angeht, multimedial bestens aufgestellt. [In seiner Botschaft an die Priester und Seelsorger](#) an der Basis, ruft das katholische Oberhaupt dazu auf, "mit Weisheit die außergewöhnlichen Gelegenheiten zu ergreifen, die sich durch die moderne Kommunikation bieten".

**06: Etwa jede vierte Journalist in Deutschland nutzt bereits Twitter für seine Recherche und Kontaktpflege.** Bei einer Umfrage unter rund 3.000 Politik- und Wirtschaftsredakteuren deutschsprachiger Medien bezeichneten sich 23 Prozent als Twitter-Nutzer für berufliche Zwecke. 77 Prozent sind laut der Umfrage der Cortent Kommunikation AG noch nicht in dem Microblogging-Dienst aktiv. Zwei Drittel der twitternden Journalisten folgen bevorzugt

unabhängigen Experten und Branchenkennern, weniger als zehn Prozent sind Follower von Unternehmens-Pressestellen. [cortent.de](#)

**07: "Blippy": Kreditkartenabrechnungen im Netz:** Dank Blippy können Nachbarn und Freunde im Internet sehen, was der Einzelne per Kreditkarte bezahlt: Musik, Schuhe, Hotel mit der Geliebten. Das soll Spaß machen - Datenschützer sind entsetzt. (...) Die Idee des Internet-Netzwerks ist simpel, der Nutzen für den Anwender fragwürdig. Bei der Anmeldung gibt er seine Kreditkartennummer und/oder Zugangsdaten für Internetkaufhäuser wie Amazon oder Apples iTunes-Store an. Alles, was er anschließend dort einkauft oder in einem beliebigen Geschäft per Kreditkarte bezahlt, wird automatisch in seinem Profil veröffentlicht. [sueddeutsche.de](#)

## Medien

### Bundeskartellamt leitet Verfahren gegen Google ein

Dem Suchkonzern droht ein Bußgeld in Millionenhöhe. Hintergrund ist eine Beschwerde des Rivalen Microsoft und die Nichtverlängerung eines Werbevertrages mit dem Internetportal Ciao. Das Bundeskartellamt will ein Verfahren gegen den Suchmaschinenkonzern einleiten, an dessen Ende ein millionenschweres Bußgeld stehen könnte. Das bestätigte die Bonner Behörde der [WirtschaftsWoche](#).

### ag.ma: Die Gesamtreichweite der Zeitschriften sinkt um 0,62 Prozent

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) veröffentlicht die Reichweiten- und Zielgruppendaten der Zeitschriften. Die Ergebnisse

der neuen ma 2010 Pressemedien<sup>1</sup> basieren auf fast 39.000 Interviews. Über die Nutzung der Zeitschriftengattungen informiert die anliegende Vergleichstabelle. Die wichtigsten Ergebnisse vorab: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## NDR-Zapp zu Käßmann und Markwort

Am 20. Januar gab es nächstens vom Medienmagazin "Zapp" im NDR Norddeutschen Rundfunk zwei interessante Beiträge, die Sie im Folgenden nachlesen und/oder ansehen können/sollten. Einmal zur Antikriegspredigt der Ratsvorsitzenden der Evangelischen Kirche Margot Käßmann sowie zum schweren Abschied des Noch-Chefredakteurs von "Focus" Helmut Markwort.

1. Ethik und Journalismus: Wie die Bischöfin angefeindet wird ([Lesen](#) / [Ansehen](#))
  2. Boulevard/Gesellschaft: Wie sich der Focus-Chef inszeniert ([Lesen](#) / [Ansehen](#))
- Wenn Sie erlauben: ich bin **für** Käßmann und **gegen** Markwort - nicht erst seit diesen Beiträgen . -fff-

## IVW-Zahlen der PR-Branchenpresse des 4. Quartals 2009

Die IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern), Berlin hat die Auflagenzahlen und Verbreitung der gedruckten Fachpublikationen der PR-Branche bekannt gegeben. Hier die wichtigsten IVW-Zahlen und die prozentualen Veränderungen der Quartale IV/2009 und III/2009 im Überblick: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Jeff Jarvis: Wir müssen im Journalismus radikal Neues probieren

Der amerikanische Medienprofessor und bekennende Google-Fan Jeff Jarvis ist ein radikaler Verfechter der Link-Ökonomie: Verlage sollten ihre Inhalte so gut wie möglich im Internet verteilen, um möglichst viele Leser auf ihre Seite zu locken. Google bringe Leser und sei daher ein Freund der Verlage, nicht ihr Feind. Das Bewahren ihres alten Geschäftsmodells in der neuen Internetwelt wird nicht funktionieren, warnt Jarvis am 24. Januar im **Interview mit "Netzökonom" Holger Schmidt** am Rande der Burda-Digitalkonferenz DLD. [Hier weiterlesen.](#)  
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Medien compact (8) (03.KW-10)

**01: Wenig Positives in der Auflagenbilanz der deutschen Presse für das 4. Quartal 2009:** Im direkten Vergleich zum Vorquartal und zum Vorjahr müssen die einzelnen Pressegeattungen zum Teil deutliche Einbußen bei ihrer verkauften Gesamtauflage hinnehmen. Hiervon sind vor allem die Einzelverkäufe am Kiosk betroffen. Hingegen präsentiert sich die Abo-Auflage der Tages- und Wochenzeitungen sowie der Publikumspresse auf dem Niveau des Vorquartals. [ivw.de](#)

**02: IVW IV/2009: "Spiegel", "Stern" und "Focus" lassen Federn.** Das Ziel, die Auflagen wirtschaftlicher zu machen, bezahlen die Verlage mit zum Teil deutlichen Auflagenrückgängen. Auch bei den drei großen Nachrichtenmagazinen "Spiegel", "Stern" und "Focus" zeigt die Bereinigung Wirkung. Die detaillierten Auflagen der IVW zum 4. Quartal 2009 zeigen, dass nicht nur der "Focus" durch eine massive Reduzierung von Bordexemplaren, Freistücken und sonstigen Verkäufen deutlich Federn gelassen hat. [horizont.net](#)

03: **Das Unwort des Jahres 2009 heißt „betriebsratsverseucht“.** In der Sendung "Monitor" (ARD 14.5.2009) berichtete ein Mitarbeiter einer Baumarktkette, dass dieses Wort von Abteilungsleitern verwendet wird, wenn ein Mitarbeiter von einer Filiale mit Betriebsrat in eine Filiale ohne Betriebsrat wechseln will. Dort könnte ihm vorgehalten werden, dass sein bisheriges Vertrauen in eine Arbeitnehmervertretung die Einstellung gefährde. Die Wahrnehmung von Arbeitnehmerinteressen "stört" zwar viele Unternehmen, sie als "Seuche" zu bezeichnen, ist indes ein zumindest sprachlicher Tiefpunkt im Umgang mit Lohnabhängigen. [unwortdesjahres.org](http://unwortdesjahres.org)

04: **Anzeigenmarkt der Fachpresse verliert ein Viertel des Umsatzes.** Das Ergebnis der Werbeträgerstatistik von vertriebsunion meynen für die ersten drei Quartale 2009 liegt vor. Basis bildet die Auswertung von 428 Fachzeitschriften in 54 Fachbranchen. Leider gibt es keine guten Nachrichten aus Eltville. Gegenüber den ersten neun Monaten des Vorjahres schrumpfte das Bruttoumsatzvolumen um 24,9 Prozentpunkte auf jetzt 418 Millionen Euro. Dies entspricht Mindereinnahmen von über 138 Millionen Euro. [vertriebsunion.de](http://vertriebsunion.de)

05: **PMG Presse-Monitor, ein Unternehmen der deutschen Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, ist der AMEC, dem internationalen Verband für Medien- und Kommunikationsauswertung, beigetreten.** Der Aufnahme als drittes Mitgliedsunternehmen aus Deutschland ging eine Prüfung nach den strengen Vorgaben des Verbandes voraus. Mit der Erfüllung des AMEC Quality Assurance Codes bestätigt der Verband der PMG hohe Standards bei der Medienanalyse und -beobachtung sowie professionelle, unabhängige und umfassende Methoden in Kommunikationsplanung, Forschung und Auswertung.

06: **Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) erhält in diesem Jahr den Deutschen Medienpreis.** Die 55-Jährige folgt damit Persönlichkeiten wie dem früheren US-Präsidenten Bill Clinton, dem Dalai Lama und ihren beiden Vorgängern im Amt, Helmut Kohl (CDU) und Gerhard Schröder (SPD). Merkel werde für ihre Berechenbarkeit und Verlässlichkeit ausgezeichnet, heißt es in der Begründung der Jury. Sie stelle in der Außenpolitik die Partnerschaft in den Vordergrund und setze sich konsequent für die Menschenrechte ein, teilte das Medienunternehmen Media Control, das den Preis verleiht, am Freitag in Baden-Baden mit. [www.deutscher-medienpreis.de](http://www.deutscher-medienpreis.de)

07: **"Spiegel" plant Zusammenlegung von Werbung und PR:** Nach dem Wechsel von Christoph Hellerung, bisher Leiter der Werbeabteilung im Spiegel-Verlag, in die Geschäftsführung des Tochterunternehmens Harenberg-Verlag deuten sich weitere Veränderungen beim Nachrichtenmagazin an: Nach [Informationen von horizont.net](http://Informationen von horizont.net) plant der "Spiegel", Hellerungs Werbeabteilung mit dem PR-Bereich zu fusionieren.

08: **Die Unternehmenskommunikation von Gruner + Jahr steht möglicherweise vor einem Umbau.** Nach [Informationen von horizont.net](http://Informationen von horizont.net) kursieren Pläne, die Titel- und Markenkommunikation aus den vier Verlagsgruppen (Stern/Geo/Art, Frauen/Familie/People, Exclusive & Living und Wirtschaftsmedien) herauszulösen und bei der zentralen Unternehmenskommunikation anzusiedeln.

## Services + Tipps

### Service compact (3) (03.KW-10)

01: Die **E-Mail ist als Kommunikationsinstrument im**

**Unternehmensalltag nicht wegzudenken.**

Dieser Meinung ist knapp die Hälfte der Teilnehmer am aktuellen **Dr. Haffa & Partner Expert Call**, einer regelmäßigen Umfrage der Münchner Kommunikationsagentur Dr. Haffa & Partner unter etwa 70 Führungskräften und Meinungsmachern. 48 Prozent des Experten-Panels glauben nicht, dass die E-Mail von anderen Kommunikationswerkzeugen wie Instant Messaging ersetzt werden kann. Dieser Ansicht sind nur zehn Prozent der Umfrageteilnehmer. Ein Viertel der Befragten kann sich zwar die Unternehmenskommunikation ohne E-Mail nicht vorstellen, rechnet aber damit, dass die E-Mail gegenüber anderen Kommunikationsinstrumenten an Bedeutung verlieren wird.

02: Die leichte Abkühlung des Konsumklimas wird sich im Februar fortsetzen. Die Konjunkturerwartung entwickelt sich stabil, die Anschaffungsneigung legt sogar wieder etwas zu. Dagegen muss die Einkommenserwartung Einbußen hinnehmen. Der Gesamtindikator (**GfK-Konsumklima-Index**) prognostiziert nach revidiert 3,4 Punkten im Januar einen Wert von 3,2 Punkten für Februar 2010.

**03: Web-Monitoring gewinnt an Bedeutung.**

Davon sind jedenfalls die Autoren des neuen **Standardwerkes "Web-Monitoring"** überzeugt. Das Autorenteam um Patrick Brauckmann hat damit der steigenden Bedeutung des Themas Rechnung getragen. Der Sammelband behandelt das Thema Web-Monitoring sehr pragmatisch und geht der Frage nach, wie die Gewinnung und Analyse von Daten aus dem Internet für Unternehmen, Verbände und Parteien eingesetzt werden können. Eine Vielzahl von Praxisbeispielen namhafter Experten sollen die Praxistauglichkeit der theoretischen Ansätze unterstreichen. Mehr unter: [www.uvk.de/buch.asp?ISBN=9783867642156](http://www.uvk.de/buch.asp?ISBN=9783867642156). Amazon-Link zum Buch: <http://xlurl.de/lpk2IE>.

**Termine + Tagungen****Termine compact (3) (03.KW-10)**

01: „Mutig, multimedial und meinungsbildend – Keine Demokratie ohne die lokale Tageszeitung“: Das Motto des 18. **Forum Lokaljournalismus der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb** und der WAZ Mediengruppe beschreibt die Anforderungen und Aufgaben der Lokaljournalisten im digitalen Zeitalter. Vom 27. bis 29. Januar diskutieren Experten aus Journalismus, Wissenschaft und Politik mit rund 150 Chef- und leitenden Redakteuren deutscher, österreichischer und schweizer Lokal- und Regionalzeitungen in Dortmund über die Herausforderungen des Lokaljournalismus. Infos: [www.bpb.de/veranstaltungen/2ODPY0](http://www.bpb.de/veranstaltungen/2ODPY0).

02: Am 23. Februar veranstalten eastend communications, adpublica und Mandarin Medien in Hamburg eine **Tagung** zum Thema "**Wie messe ich den Erfolg?**". Drei Agenturen stellen ihre Modelle zur Erfolgsmessung im Bereich Live-Kommunikation, Public Relations und Online-Performance vor. Bitte melden Sie sich bis zum 9. Februar per E-Mail ([heikobiesterfeldt@adpublica.com](mailto:heikobiesterfeldt@adpublica.com)) für die Veranstaltung an.

03: **PR 2.0: Das neue Zusammenspiel von PR, Marketing & Social Media.** In diesem **Webinar** diskutiert Business Wire die veränderten Anforderungen an die Kommunikation, analysiert den Einsatz von Blogs und Social Media, die Rolle des Wire für die Präsenz im Internet, warum für die elektronische Nachrichtenverbreitung die Suchmaschinenoptimierung des Textes (SEO) eine wichtige Rolle spielt, warum Multimedia und mobile Services zunehmend wichtiger werden sowie die Macht der Ergebniskontrolle. Dies wird unter den Aspekten Kosten, Bedarf & Ressourcen von Agenturen und Unternehmen betrachtet. Das ca. einstündige, kostenfreie Webinar findet am 11.



Februar 2010 um 14 Uhr statt. Anmeldungen [über die Business Wire-Webseite](#).

## Ausbildung + Seminare

### Ausbildung compact (6) (03.KW-10)

01: Das **mibeg-Institut Medien Köln** startet am 1. Februar 2010 die **Weiterbildung "Unternehmenskommunikation"** und eröffnet damit Hochschulabsolventen sowie Interessenten mit vergleichbarer Berufserfahrung neue Perspektiven in einem abwechslungsreichen Berufsfeld. Die PR- und Kommunikationsbranche setzt auch weiterhin auf gut qualifizierten Nachwuchs. Für qualifizierte Neueinsteiger mit fundiertem Fachwissen, die idealerweise auch Spezialkenntnisse mitbringen, erschließen sich attraktive Tätigkeitsfelder in Pressestellen und PR-Abteilungen von Unternehmen sowie Nonprofit-Organisationen. Aber auch in Public Relations-, Kommunikations- und Event-Agenturen bieten sich zahlreiche Möglichkeiten. Weitere Informationen: [www.mibeg.de](http://www.mibeg.de).

02: Vier Teilnehmer des **com+plus PR-Fernstudiums schließen erfolgreich ihre ZAK-Prüfung** ab – unter ihnen die 100. ZAK-Absolventin, Beatrice Volkenandt. Zuvor hatten sich die vier Prüflinge ihr Wissen und Können durch ein Fernstudium bei com+plus angeeignet. Nach Bearbeitung von zwölf Studienbriefen und Absolvierung von vier Praxisworkshops waren die Teilnehmer bestens gerüstet für die Prüfung des Zentrums für Angewandte Kommunikation (ZAK) in Münster. Am 15. Januar 2010 mussten die Prüflinge nun auch persönlich überzeugen. Eine mündliche Prüfung, sowie die Ausarbeitung einer Adhoc-Konzeption mit anschließender Präsentation vor der PR-Praktikerin Katja Scheidt stellten die letzte Hürde da.

03: Das **Executive Education-Programm communicate!** der Technischen Universität München startet im April 2010 seinen sechsten Jahrgang. In **Schnupper-Units** (Start am 1. Februar in Köln) gewähren Dozenten deutschlandweit einen tiefen, lebensechten Einblick ins Programm. Der Executive MBA verbindet General-Management-Kenntnisse mit Kommunikations- und Führungskompetenzen und ist daher speziell auf die Anforderungen von Führungskräften konzipiert. Infos: [www.communicate-program.de](http://www.communicate-program.de).

04: Am 26. Februar lädt die **Donau-Universität Krems zu einem Informationstag** im Rahmen des zweiten österreichweiten "Tags der Weiterbildung". Ein vielfältiges Programm gibt Einblick in die Aktivitäten der Universität für Weiterbildung in Lehre und Forschung. Interessierte können sich etwa über berufliche Trends im MBA-Bereich ebenso wie über aktuelle Anforderungen in Kommunikation, PR, Wissensmanagement und IT oder Medizin informieren. MitarbeiterInnen der Universität stehen ebenso wie Vortragende, Studierende und KooperationspartnerInnen für persönliche Gespräche zur Verfügung. Information + Kontakt: [brigitte.hahn@donau-uni.ac.at](mailto:brigitte.hahn@donau-uni.ac.at).

05: **PR-Sekretärinnen, Assistentinnen und Assistenten trainiert die AFK Akademie Führung und Kommunikation, Oberursel/Ts.** vom 08. bis 12. März in Boppard am Rhein. Das BA1 – PR für Assistenz und Sekretariat, 1. Teil vermittelt das nötige fachliche PR-Hintergrundwissen für eine professionelle, souveräne und motivierte Assistenz. Infos: [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com).

06: Am 25. März veranstaltet **Convent Kongresse und Seminare** zusammen mit dem FAZ-Institut in Wiesbaden das Seminar **"Rechtliche Grundlagen für die PR-Arbeit - Der Crashkurs für alle Pressesprecher und PR-Praktiker"**. Infos: [www.conventseminare.de](http://www.conventseminare.de).

## Kommentare

### Kerlikowskys Kommentar über ... Wirtschaftspolitik 2010 auf Kollisionskurs



Guten Tag! Eigentlich könnten wir Bürger doch ganz zufrieden sein. Es wird nach dem Rückgang des Bruttoinlandsprodukts von fünf Prozent 2009 in diesem Jahr wohl ein

Wachstum von anderthalb Prozent geben. Die Regierung sorgt dafür, sagt sie, daß es auf Grund ihrer Konjunkturmaßnahmen bald wieder aufwärts geht und 2013, so Bundeskanzlerin Angela Merkel, wieder das Niveau von 2007 erreicht werden wird. Also wird alles wieder gut?  
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

### Verantwortung im Web 2.0 - Corporate Social Media Responsibility

Ein Beitrag von **Alexander Weber** (37), PR-Berater der Hamburger Kommunikationsberatung Laurich & Kollegen und verantwortlich in der Agentur für das Kompetenzfeld CSR

Zu Anfang drei Thesen:

- 1) Im digitalen Breitbandzeitalter durchlaufen wir eine beispiellose mediale Zeitenwende.
- 2) Parallel befindet sich das internationale Wirtschafts- und Finanzsystem in einer fundamentalen Vertrauenskrise.
- 3) Aus dem passiven Konsumenten ist ein aktiver Prosument geworden, der Kaufentscheidungen und Handlungen zunehmend auch von Bewertungskriterien jenseits des

PreisLeistungsverhältnisses eines Produktes oder einer Dienstleistung abhängig macht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Internes - aus der Redaktion

### Neues Redaktionsressort: Social Media + Web 2.0

So schrieb uns kürzlich eine Leserin: "Vielen Dank für die immer sehr informativen Newsletter, die ich immer aufmerksam lese. Dabei ist mir aufgefallen, daß in den verschiedenen Rubriken immer wieder Artikel zu Social media veröffentlicht werden. Da dies uns alle in der Kommunikationswelt sehr beschäftigt, hier meine Frage: Wäre es möglich, alle Artikel zu diesem Thema in einer neuen, speziell auf Social media ausgerichteten Rubrik zusammenzufassen?"

Danke für diesen guten Vorschlag - wir haben ihn gerne aufgegriffen und deshalb gibt es ab sofort das neue Redaktionsressort "Social Media + Web 2.0". Wir hoffen zu Ihrer aller Nutzen - an Material und Informationen dazu wird es sicher nicht mangeln, denn es ist und bleibt das entscheidende Thema künftiger erfolgreicher, professioneller Kommunikationsarbeit.

### Start PR-Ranking-Umfrage am 18. Februar

Wir bereiten derzeit die neue Umfrage für das PR-Umsatz-Ranking 2009 des PR-Journals vor. Und weil wir bereits Nachfragen erhalten, hier für alle Interessierten zur Information:

**am 18. Februar werden wir den Online-Fragebogen** an alle Teilnehmer des Rankings 2008 **versenden**. Wer noch nicht dabei war, aber teilnehmen möchte - bitte hier für den Zusatzversand vormerken lassen: [ranking@pr-journal.de](mailto:ranking@pr-journal.de). Die Fragebogen sollten dann bis zum

18. März zurück gesandt werden. Die Auswertung wird - wie jedes Jahr - in der ersten Aprilhälfte veröffentlicht. Im "PR-Journal" aber auch in weiteren Kommunikations-Branchenmedien.

## 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 5 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

[Senior PR-Berater internationale PR \(m/w\), Berlin](#)

[DIE WORTWERKSTATT sucht PR-Texter/in mit Schwerpunkt Automobil/Motorrad, Tübingen](#)

[cayenne pr sucht PR-Praktikanten \(m/w\), Düsseldorf](#)

[3K Frankfurt sucht: PR-Berater/in und PR-Seniorberater/in](#)

[Düsseldorf: Mediziner / Junior PR-Berater Healthcare \(m/w\)](#)

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

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

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

[Public Relations Manager/-in, München](#)

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

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

#### Verbände (Non-Profit)

[Online-Campaigner/-in mit Schwerpunkt Social Media, Berlin](#)

#### Freelancer

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

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 25. Januar 2010 – 23:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.434 Empfänger** versandt.

---

**Impressum**.....

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg



**Herausgeber:**

Gerhard A. Pfeffer , Siegburg

**Verlag:**

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

**Redaktion:**

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Patrick Hacker, Leipzig; Ursel Reineke (Internationales) (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben[at]gmx.net), Rengsdorf.

**Realisierung der Redaktionsrubrik "Das PR-Interview":**

Das Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Pit Junker, Ulf Kartte und Gunter Ortlieb (info[at]k1-agentur.de).

**Ständige Kommentatoren:**

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

**Korrespondenten:**

Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver\_buehler[at]web.de); Michael Bürker, München, Agentur ComMenDo (muenchen[at]pr-journal.de); Oliver Jorzik und Dominik Ruisinger,

Berlin, Agentur add-pr (berlin[at]pr-journal.de);  
Frauke Scheben, New York/USA  
(frau.scheben[at]gmx.de).

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

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

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

**Anschrift (Herausgeber, Verlag und Redaktion):**

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

**E-Mail:**

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

**URL:**

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

-----