

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 233 / 05. KW 2010

Seite 1

SZ-Serie: Wozu noch Journalismus? Digitale Neandertaler

Eine wichtige und lesenswerte Artikel-Serie: Wie bisher kann es nicht weitergehen - Journalisten müssen über ihren Job nachdenken. Das machen nun namhafte Kollegen auf sueddeutsche.de.

Schieben wir einmal alle Bedenken beiseite, hören auf zu zaudern und vergessen die Panikattacken der vergangenen Monate. Ignorieren wir also die Krise, die all das zu bedrohen scheint, wofür in Deutschland rund 50.000 hauptberufliche Journalisten stehen: professionelle Recherche, Aufbereitung und Vermittlung von Informationen. Stellen wir uns der Einfachheit halber vor, wir seien die Bewohner einer neuen Steinzeit, die mit der Erfindung des Internet begann: Gemessen daran, wie wenig die Potenziale der Netzkommunikation heute erst genutzt werden, sind Journalisten die Neandertaler der digitalen Ära.

Den Artikel von Stephan Weichert und Leif Kramp am 5. Februar in sueddeutsche.de [hier online weiterlesen](#).

Kocks im complus-Interview über: PR-Ethik, Doppelmoral des PR-Rates und Essing

Ausbildungsinstitut com+plus, Münster schreibt in seinem neuen Newsletter: "Wenn man Klaus Kocks nach der Rolle der PR fragt, so zieht er dem "Wahrnehmungsmanagement gesellschaftlicher Relevanz" das "Rosstäuschen" vor. Wieso dem so ist und was dies mit dem Verhältnis von Mythos, Logos und Empirie zu tun hat, [lesen Sie im Redemanuskript](#) zu seinem Vortrag vom 22. Januar an der Westfälischen Wilhelms-Universität, Münster. Weiterhin konnten wir (com+plus/Klaus Merten) Kocks für ein kurzes Interview gewinnen". [Lesen Sie hier](#) seine interessanten Antworten u.a. zu PR-Ethik, Doppelmoral des Deutschen PR-Rates und Essing. Diskussionsbedarf?

Steingart wird Chefredakteur beim Handelsblatt, Ziesemer wechselt ins Fach Corporate Publishing

Gabor Steingart (47) wurde von Verleger Dieter von Holtzbrinck zum Chefredakteur des Düsseldorfer „Handelsblatts“ berufen, er wird zum frühestmöglichen Zeitpunkt seine Arbeit aufnehmen. Steingart absolvierte die Georg von Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten, bevor er 1989 als Reporter für die konzerneigene "WirtschaftsWoche" eingestellt wurde. 1990 wechselte er zum Nachrichtenmagazin "Spiegel", bereits mit 32 Jahren wurde Steingart dann in Hamburg Leiter des Wirtschaftsressorts und sechs Jahre später Leiter des Berliner Hauptstadtbüros.

Im Sommer 2007 wurde er zum Büroleiter des



„Spiegel“ in Washington berufen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Medienmogul und Mäzen: Großverleger Hubert Burda wird 70

Er verlegt mehr als 260 Zeitschriftentitel weltweit, ist Kunstkenner, Mäzen und Stifter zahlreicher Preise. Das Haus ist gut bestellt und das Familienerbe enorm gewachsen: Hubert Burda könnte sich mit seinem 70. Geburtstag am Dienstag (9. Februar) eigentlich zur Ruhe setzen und den verdienten Lebensabend genießen. Doch erwartet das niemand wirklich von dem agilen Badener, der als einer der ersten die Chancen des Internetzeitalters erkannt hat und seit Jahren Präsident der deutschen Zeitschriftenverleger ist. newsroom.de

Personalien compact (23) (05.KW-2010)

AGENTUREN:

01: wbpr Public Relations (GPRA) erweitert mit vier neuen Kollegen und zwei Beförderungen das Berliner Agenturteam:

-**Christian Gombert-Proksch** (35) kehrt nach gut vier Jahren als Senior Berater und Teamleiter zu wbpr Berlin zurück. Zuvor verantwortete der

Volljurist als Head of Corporate Communications die Kommunikation der Aon Jauch & Hübener Unternehmensgruppe und leitete die von ihm mitbegründeten Agentur Bergzwo.

- **Laura Vetter** (25), **Mareike Oetting** (25) und **Dirk Bornkessel** (31) sind als Trainees neu an Bord bei wbpr Berlin.

- **Christine Mayer** (35), Kommunikationswirtin und **Susanne Schlegel** (29), studierte Germanistin, sind beide innerhalb der Agentur aufgestiegen und seit Januar als Beraterinnen tätig.

02: Die Stuttgarter PR- und Eventagentur RA&P verstärkt ihr Team:

- **Simone Bierbrauer** (35) ist ab sofort zuständig für die Marken und Produkt-PR der von ihr betreuten Agenturkunden. Die studierte Ernährungswissenschaftlerin und erfahrene PR-Managerin war zuvor Produktmanagerin Kosmetik International bei WALA Heilmittel in Bad Boll.

- **Nicole Merz** (28) ist diplomierte Rundfunkmusikjournalistin und unterstützt ab sofort als Junior PR-Beraterin die Life-Style Unit der Agentur.

- **Karin Pfisterer** (25) verstärkt als ausgebildete Handelsfachwirtin und Fachkraft für Eventmanagement die Event-Abteilung, um Veranstaltungen und Seminare der Agenturkunden mit zu organisieren.

03: Personelle Veränderungen bei rw konzept – Agentur für Unternehmenskommunikation in Köln:

-**Jörg Nolte** (31) ist zum Geschäftsführer berufen worden und führt weiterhin das Berliner Büro von rw konzept. Er bringt jahrelange Agenturerfahrungen in verantwortlichen Positionen bei Pleon (GPRA) und Atkon mit.

-**Holger Voskuhl** (42) übernimmt ab sofort die



komm.passion



Medien-Analysen
mit Qualitätssiegel!

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBSACHTUNG

Leitung des Geschäftsbereichs Turnaround. Er ist seit mehr als drei Jahren als Senior Berater an Bord der Kölner Agentur.

04: **Kerstin Lindenau** und **Florian Grob** erweitern die Online- und Social Media-Abteilung der Krefelder Kommunikationsagentur wildcard communications. Lindenau war zuletzt für die Saarbrücker Zeitung tätig und ergänzt als PR-Assistenz wildcard communications. Grob ist für die Entwicklung und Durchführung integrierter Kommunikationskampagnen im Web 2.0-Umfeld und die Produktion von Bewegtbild (Podcast-/Vodcasting) zuständig. Der Junior PR-Berater betreute zuvor die Bereiche Social Networks Community-Management, Online-Marketing sowie Online-TV bei einem Community-Portal der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck.

05: **Benjamin Britten** (31) verstärkt die Agentur für digitale B2B-Kommunikation "Die Firma" in Wiesbaden als Projektleiter. Er hat Digitale Medien/Medieninformatik an der Universität Bremen studiert und war zuvor als Account Manager für die zur Grey Group gehörende Agentur Argonauten G2 tätig. **Stefan Wittemann** (21) macht eine dreijährige Ausbildung an der Dualen Hochschule Ravensburg im Studiengang Mediendesign.

06: **Katja Gehrman-Weide** (33) unterstützt das Health Team bei Edelman in Frankfurt am Main als Account Director. Die Seniorberaterin mit insgesamt über acht Jahren Erfahrung in der Healthcare-PR leitete zuletzt als Direktorin das

internationale Health-Team der Frankfurter Niederlassung von MS&L Worldwide.

07: **Rüdiger Haake** leitet als Geschäftsführer Press'n'Relations III in Haltern am See, die neue Tochtergesellschaft der PR-Agenturgruppe in Ulm. Er leitete zuvor als Geschäftsführer die Fachverbände Energietechnik und Starkstromkondensatoren des Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) sowie das ESCO Forum im ZVEI.

08: **Heiner Wolf** (51) unterstützt die Leipziger Agentur commlab ab sofort als Seniorberater Marketing-Communication. Er war bislang in der Beratung im Bereich klassische Werbung und Event für Top-20-Agenturen tätig. Zuletzt war er bei der Lohmüller Werbeagentur in Berlin Teamleiter und budgetverantwortlicher Etatdirektor.

09: **Jonas Dienst** ist als Volontär neu im Team der Bergisch Gladbacher Agentur Alpha & Omega PR. Der Politikwissenschaftler kommt von der Hamburger Agentur Serviceplan Brand PR.

10: **Peter Littger** (36) übernimmt die neu geschaffene Position des Editorial Director der Agentur KircherBurkhardt in Berlin. Zuvor hat er in mehr als 15 Jahren als Reporter, Blattmacher und Entwicklungsredakteur für Redaktionen wie "Die Welt", "Die Zeit" oder das "Handelsblatt" gearbeitet. Zuletzt war er bis Dezember 2009 Redaktionsleiter für Corporate Publishing bei den Gruner+Jahr Wirtschaftsmedien in Hamburg.

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!

UNTERNEHMEN:

11: **Hartmut Tesseraux** (63) verstarb am 28. Januar nach schwerer Krankheit. Von 1991 bis 2008 war er als Leiter des Bereichs Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die Stimme des Hockenheimrings. Mit seinen Beziehungen in der Region sowie in der Medien- und Motorsportszene hat er viel zum positiven Bild des Hockenheimrings in der Öffentlichkeit beigetragen.

12: **Gabriela Fricke** (40) unterstützt den High-Tech Gründerfonds in Bonn als Pressesprecherin, in dem neu geschaffenen Bereich „Kommunikation und Marketing“ übernimmt sie gleichzeitig die Marketingaufgaben. Sie war seit 1994 in verschiedenen Positionen in der Automobilbranche tätig, zuletzt arbeitete sie im Bereich Corporate Communications bei dem Automobilzulieferer Leoni in Nürnberg.

13: **Michael Meißner** (47) ist neuer Vice President Corporate Affairs Europe des Direktvertriebs-Unternehmens Amway in Puchheim und übernimmt damit die Verantwortung für Corporate Communications, Public Affairs und CSR in Europa. Meißner hat über 20 Jahre Kommunikationserfahrung, er kommt von der Diehl Stiftung in Nürnberg, wo er Generalbevollmächtigter und Leiter External Affairs war.

14: **Frank Hilgenfeld** ist neuer Pressesprecher

und Leiter Kommunikation des Solarmodulherstellers Emmvee Solar Europe in Berlin, er ist verantwortlich für die nationale und internationale Kommunikation sowie das Marketing. Hilgenfeld war Pressesprecher und PR-Referent in bundesunmittelbaren Institutionen und in Bundesministerien. Er kommt von ddp direct, wo er seit September 2009 Kunden betreut hat.

15: **Robert Dusek** (63) hat die Leitung des Bereiches Kommunikation des Flughafen Wien übernommen. Er ist seit 21 Jahren am Flughafen Wien tätig und war bisher stellvertretender Leiter der Kommunikation und Leiter der Abteilung Investor Relations. Dusek wird damit Nachfolger des bisherigen Bereichsleiters **Michael Kochwalter**, der den Flugbetrieb verlässt.

16: **Claudia Kellert** (40) kommt als neue Verantwortliche für die Bereiche IR und PR zu Colonia Real Estate in Köln. Sie tritt damit die Nachfolge von **Thomas Busch** an, der das Unternehmen verlässt. Zuvor war Kellert seit Ende 2005 bei Patrizia Immobilien in Augsburg als Head of IR & Controlling tätig, dort übernimmt nun **Margit Miller** die Leitung des IR-Bereichs.

MEDIEN:

17: **Andreas Köster** übernimmt die Redaktionsleitung beim selbst produzierten Gesundheitsfernsehen des Gesundheitsportals imedo.de in Berlin, er wird unterstützt von **Marcel Kresin**. Moderator wird **Sven-David Müller**, der erfahrene Medizinjournalist und Fernsehmoderator

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!

tritt die Nachfolge von **Michael Prang** an. Müller hat breite TV-Erfahrung und moderierte drei Jahre lang die Gesundheitssendung "GesundZeit" für Sachsen Fernsehen.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

18: **Volker Knauer** (42) ist neuer Pressesprecher beim Bundesverband deutscher Banken in Berlin. Er folgt auf **Christian Lipicki** der als Leiter der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ins Bundesministerium für Gesundheit gewechselt ist.

19: **Michael Reifenberg** (43) besetzt in der Geschäftsstelle des Bundesverbands Breitbandkommunikation (Breko) in Bonn das Ressort Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit neu. Der gelernte Jurist übernimmt diese Position von seiner Vorgängerin **Gaby Meyerhof**.

20: **Jacqueline Strauss** (44) wird am 1. Mai neue Direktorin des Museums für Kommunikation in Bern (CH). Sie wurde vom Stiftungsrat des Museums gewählt. Strauss ist seit 2006 Vorsteherin der Abteilung Kulturförderung deutsch und stellvertretende Vorsteherin des Amtes für Kultur des Kantons Bern. Sie folgt auf **Jakob Messerli**, der am 1. März die Führung des Historischenn Museums Bern übernimmt.

21: **Holger Sievert** (38) scheidet Ende März als Akademischer Leiter der PZOK Prüfungs- und Zertifizierungskommission der deutschen Kommunikationswirtschaft, Berlin aus. Mitte 2009 hatte er bereits seinen Teilzeitjob als PZOK-Geschäftsführer aufgegeben. Hauptberuflich wirkt er bei der Agentur komm.passion (GPRA) in Düsseldorf. Neuer Akademischer Leiter der finanziell angeschlagenen PZOK wird ab 1. April das BdP-Präsidiumsmitglied **Stephan Rabe** - im Hauptberuf Bereichsleiter Presse/Kommunikation

beim Bundesverband Öffentlicher Banken in Berlin.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

22: **Philipp Wachholz** (31) übernimmt die Aufgabe des Sprechers der CDU Deutschlands in Berlin. Der Diplom-Kaufmann ist seit 2006 im Konrad-Adenauer-Haus tätig und war bislang stellvertretender Sprecher der Partei, zuvor war er bei der BLR in München beschäftigt. **Eva Wüllner** (28) wird stellvertretende Sprecherin der CDU. Nach dem Studium der Politikwissenschaften war sie zunächst als Pressereferentin im nordrhein-westfälischen Arbeitsministerium tätig, 2008 wechselte sie als Pressereferentin in die Pressestelle der Bundes-CDU.

23: **Karola Lambeck** (37) soll zum 1. März Referatsleiterin Öffentlichkeitsarbeit im Bundesverkehrsministerium (BMVBS) werden. Sie war zuvor Pressesprecherin des Verbands Deutscher Verkehrsunternehmen. Lambeck übernimmt die Position von **Ralf Dittrich**, der nach Bonn gewechselt ist. politik-kommunikation.de

Etats

Lufthansa bleibt Burson-Marsteller treu

Burson-Marsteller hat den Pitch um den europäischen PR-Etat der Lufthansa für sich entschieden. Damit bleibt die Frankfurter Agentur europäische Lead-Agentur des Flugunternehmens, zuständig für die Produkt- und Unternehmenskommunikation. Zu dem mehrstufigen Auswahlverfahren waren laut Burson-Marsteller die "wichtigsten internationalen Netzwerkagenturen" eingeladen. Die Agentur ist seit dreieinhalb Jahren für die PR von Lufthansa verantwortlich.

Deutsche Rentenversicherung sucht Kommunikationskonzept

Die Deutsche Rentenversicherung Bund und die im Verband der Ersatzkassen (vdek) in Berlin organisierten Krankenkassen informieren im Rahmen ihrer gesetzlichen Pflichten in einer gemeinsamen Öffentlichkeitsarbeit ihre annähernd 50 Millionen Wahlberechtigten über die am 1. Juni 2011 stattfindenden Sozialwahlen. Hierfür wird ein umfassendes und detailliertes Strategie- und Kommunikationskonzept benötigt, durch dessen Umsetzung sowohl der Bekanntheitsgrad und die Akzeptanz der Selbstverwaltung und der Sozialwahlen erhöht sowie die Wahlberechtigten mobilisiert werden können. deutsche-rentenversicherung-bund.de

Finanzministerium hat Agenturbedarf

Das Bundesministerium der Finanzen schreibt einen Etat aus. Zu den Aufgaben, die der künftige Betreuer übernehmen soll, heißt es in der EU-weiten Ausschreibung: Beratung, Planung, Realisierung und Steuerung von Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit. Auf dem Plan stehen PR-Maßnahmen, die Organisation von Veranstaltungen, Konzeption, Entwicklung und Durchführung von fachpolitischen Kampagnen inkl. Medienschaltaktivitäten sowie Evaluierungs- und Qualitätssicherungsmaßnahmen. Beziffert wird der Gesamtwert der zweijährigen Rahmenvereinbarung mit einer Summe zwischen zwei bis 2,5 Millionen Euro. publicmarketing.eu

Etats compact (23) (05.KW-2010)

- 01: Verein Straße der Musik, Leipzig
was: *Etat für die Pressearbeit*
an: **commlab**, Leipzig
- 02: Küchen Quelle, Nürnberg
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Euro RSCG ABC** (GPRA), Düsseldorf
- 03: Jockey, Hechingen
was: *Etat für die Marken-und Produkt-PR*
an: **MMK**, Hamburg
- 04: Koelnmesse, Köln
was: *Etat für PR-Betreuung der dmexco 2010*
an: **faktor3** (GPRA), Hamburg
- 05: Ethiopian Tourism Commission, Frankfurt am Main
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*
an: **Kleber PR Network (kprn)**, Frankfurt am Main
- 06: Landeshauptstadt Magdeburg
was: *Kommunikationskampagne "Ottostadt Magdeburg"*
an: **Scholz & Friends Agenda**, Berlin
- 07: Messe Berlin
was: *Presseversand für Aussteller der Internationalen Tourismus Börse (ITB)*
an: **Business Wire**, Frankfurt am Main
- 08: mac messe- und ausstellungcenter Service, Langenlonsheim
was: *Konzeption und Durchführung der PR-Aktivitäten im deutschsprachigen Raum*
an: **Duchstein & Partner**, Mainz
- 09: Schober Group, Ditzingen
was: *strategische Kommunikationsberatung und klassische Medienarbeit sowie Online Relations*
an: **markengold PR**, Berlin

10: ANM Adaptive Neuromodulation, Jülich
was: strategische Beratung und die kreative Umsetzung von Markenaufbau und Kommunikation
an: **Wortfamilie**, Frankfurt am Main

11: Universal Robots, München
was: Markt- und Produktkommunikation sowie vertriebsunterstützende Maßnahmen in der DACH-Region
an: **Maisberger**, München

12: Hans Rumsauer, Speichersdorf
was: Markterschließung, Vertriebsunterstützung und Pressearbeit für den Roboter-Rasenmäher Robomow
an: **Dr. Haffa & Partner**, München

13: Wölbern Invest, Hamburg
was: PR-Kommunikation
14: dima24.de, München
was: PR-Kommunikation
an: **redRobin**, Hamburg

15: Steigenberger Hotel "Der Sonnenhof", Bad Wörishofen
was: PR-Betreuung
16: Lufthansa Regional, Frankfurt am Main
was: PR-Beratung für Augsburg Airways und Contact Air
an: **Wilde & Partner Public Relations**, München

17: Nero, Karlsbad
was: PR-Beratung
18: Crocfol, Berlin
was: Produkt-PR im Consumer-Markt
19: data-complex, Halberstadt
was: B2B-Technologie-PR in Presse, Blogosphere und Web-2.0
an: **HBI Helga Bailey**, München

20: Accor North America, Dallas, TX (USA)
was: Pressearbeit für Motel 6 in Deutschland
an: **move communications**, Martinsried

21: Pepe Jeans, London (GB)
was: Marketing- und PR-Maßnahmen für die Marke Antique Rivet in Deutschland, Österreich und der Schweiz
an: **Gessulat Medien**, München

22: Kraftwerke Hinterrhein (KHR), Thusis (CH)
was: Kommunikationsstrategie zur Unterstützung des Projekts Anlagenerneuerung
an: **Prime**, Zürich (CH)

23: Chevrolet Europe, Glattpark/Zürich (CH)
was: Entwicklung von elektronischen Pressemappen für Messen und Lancierungen von neuen Fahrzeugen in Europa
an: **Blue Spirit Communication**, Schlieren (CH)

Branche

Fall Essing: GPRA distanziert sich scharf von unlauteren Praktiken

Die Gesellschaft Public Relations Agenturen, (GPRA), Frankfurt am Main, hat sich in ihrer Präsidiumssitzung am 3. Februar scharf von den im "Spiegel" im Zusammenhang mit dem "Fall Essing" beschriebenen Praktiken distanziert. "Verleumdung und Nötigung sind kriminell und haben mit PR schlicht gar nichts zu tun," kommentiert GPRA Präsident Alexander Güttler. Im aktuellen Fall wolle man jedoch keine Vorverurteilung aussprechen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Guckenberger: Glaubwürdiger und logischer Bezug zur Marke

Interview mit Anja Guckenberger, Deputy Managing Director & Creative Director von Edelman in Hamburg

PR-Journal: *Gutes Tun ist bei Marken im Trend. Woran liegt das Ihrer Meinung nach?*



Anja Guckenberger: Heute besteht ein breiter gesellschaftlicher Konsens darüber, dass die großen Herausforderungen von Globalisierung, Klimawandel und Finanzkrise nicht mehr von

einzelnen Stakeholder-Gruppen gelöst werden können. Politik, Wirtschaft und auch der einzelne Bürger als Teil der Gesellschaft müssen zusammenarbeiten, um gemeinsam etwas verändern zu können.

Dass Konsumenten dies erkannt haben und auch ganz konkret von Unternehmen und Marken fordern, wissen wir durch die Ergebnisse unserer jährlichen goodpurpose Studie.

- 68% der Deutschen finden, dass Firmen zu viel Geld in Werbung und Marketing stecken, und dass sie lieber einen guten Zweck unterstützen sollten.
- Über die Hälfte der Befragten (53%) setzen größeres Vertrauen in eine ethisch und gesellschaftlich verantwortliche Marke.
- 24% der Deutschen unterstützen einen guten Zweck aktiver als noch vor einem Jahr. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Unternehmen inszenieren ihre Werbung am Flughafen München - der größten Werbefläche Deutschlands

McDonald's, BMW, Sixt und die Allianz Arena haben eines gemeinsam: diese Unternehmen inszenieren ihre Werbung am Flughafen München - der größten Werbefläche Deutschlands und ein attraktiver Eye Catcher für die vielen Millionen Passagiere und Besucher. Heutzutage muss eine Werbung kreativ und

außergewöhnlich sein, um beim Konsumenten Aufmerksamkeit zu erregen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (6) (05.KW-2010)

01: Die Münchner **Kommunikationsagentur Dr. Haffa & Partner** ist Gründungsmitglied der **Agenturgruppe EuroLynx**. Die neue Organisation ist in allen 27 Ländern der Europäischen Union präsent. Im Fokus des Geschäfts von EuroLynx stehen Kommunikationsprojekte für die Europäische Kommission. Darüber hinaus wird die Gruppe auch für andere Organisationen und Unternehmen in Europa arbeiten. Erste Aufträge der Europäischen Kommission und weiterer paneuropäischer Organisationen hat EuroLynx bereits gewonnen. Die EuroLynx-Zentrale hat ihren Sitz in Brüssel.

02: Der **Corporate Publishing-Experte Klaus Vogt** hat gemeinsam mit seiner Partnerin Preethi Janice D'Sa von D'Sa Communications in Dubai **eine Agentur für Medical Communications** (Medical Writing und PR) **gegründet**. MC Square (MC2) bietet alle Kommunikationsleistungen wie Text- und Pressearbeit, Öffentlichkeitsarbeit, Consulting für den Markteinstieg, Marketing, Corporate Publishing, Corporate Communications sowie Recherche und Marktanalysen - sowohl für deutsche Unternehmen aus der Gesundheitsbranche, die sich rund um den Golf etablieren wollen als auch für arabische Unternehmen, die auf dem deutschen Markt präsent sein wollen.

03: Mit **PressnRelations III** baut die **international tätige PR-Agenturgruppe Press'n'Relations** ihr **Portfolio aus**: Die neue Tochter mit Sitz in Haltern am See (bei Recklinghausen) ergänzt das Angebot um Dienstleistungen im Bereich Lobbying und Business-to-Business-Events. Neben der klassischen Pressearbeit bietet die Agentur die

Planung und Durchführung von Fachtagungen, Konferenzen oder Roadshows an. An den Standorten Ulm, München, Wien und Zürich wird sich Press'n'Relations weiterhin auf journalistisch orientierte Pressearbeit konzentrieren.

04: Die **Leipziger PR-Agentur pioneer pr** (www.pioneer-pr.com) hat mit der **komm.passion** (GPRA), Düsseldorf (www.komm-passion.de) eine **strategische Partnerschaft vereinbart**. Ziel ist es, die Beratungskompetenzen vor allem in Mitteldeutschland stärker zu bündeln sowie die Kundenreichweite an den jeweiligen Standorten weiter auszubauen. Beide Kommunikationsagenturen erweitern durch die Zusammenarbeit ihr Partner-Netzwerk und schaffen die Voraussetzung für gemeinsame Projekte. Sowohl komm.passion als auch pioneer pr haben im vergangenen Jahr namhafte Kunden hinzugewonnen und starteten erfolgreich ins neue Jahr. Beleg hierfür ist auch das erste Gemeinschaftsprojekt, das die Agenturen für ein Leipziger Unternehmen kürzlich aufnahmen.

05: Die Agentur für methodische Unternehmenskommunikation **Klenk & Horsch**, Frankfurt am Main **konnte ihren Honorarumsatz im Jahr 2009 leicht steigern auf 2,46 Millionen Euro** (+3% gegenüber Vorjahr). So konnte sie den krisenbedingten Verlust ihres Großkunden Suzuki mehr als ausgleichen. Die Agentur profitierte in der Wirtschaftskrise von ihrer Fokussierung auf erfolgskritische Themen der Unternehmenskommunikation. Insbesondere in den Beratungsbereichen Krisenkommunikation, Veränderungskommunikation und Interne Kommunikation legten die Berater zu.

06: Die Berliner Kommunikationsagentur **Media Consulta (MC) rückt in den Kreis der Mitglieder des Ost-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft auf**, der seit 1952 besteht. MC ist das größte deutsche

Agenturnetzwerk und rangiert mit 56 Niederlassungen auf Platz 12 der weltweit größten Netzwerkagenturen. „Media Consulta verfügt über ein nahezu lückenloses Agenturnetzwerk in Osteuropa“, erklärt Rainer Lindner, Geschäftsführer des Ost-Ausschusses. „Mit der Organisation von Radio- und Fernsehprogrammen in mehreren osteuropäischen Staaten für die EU-Kommission baut die Agentur aktiv Brücken zu den Menschen und der Wirtschaft im östlichen Europa. Daher haben wir Media Consulta gerne in den Kreis der Mitgliedsunternehmen des Ost-Ausschusses aufgenommen.“

Social-Media + Web 2.0

Social Media Governance – mehr als Guidelines

Aus meiner Sicht kein schlechter Begriff für einen Fragenkomplex, der uns in unserem Beratungsalltag immer häufiger begegnet. Die sich beschleunigende Diffusion von Social Media in alle Bereiche der Gesellschaft konfrontiert Unternehmen oder Verwaltungsinstanzen mit einer wachsenden Zahl offener Fragen, die durchaus geeignet sind, die Begeisterung für die wunderbaren Möglichkeiten des Web 2.0 zu dämpfen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (3) (05.KW-2010)

01: Twitter-Follower sind nichts mehr wert, Geschäft mit "gekauften Freunden" rasselt in den Keller. **Twitter-Follower haben deutlich an Wert verloren**. Das trifft jedenfalls darauf zu, dass die Verfolger in dem Microblog im vergangenen Jahr noch massenweise zum Verkauf angeboten und

ein tolles Geschäft damit geortet wurde. Wie sich nun zeigt, ist das von vornherein fragwürdige Geschäftsmodell allerdings nicht ganz aufgegangen. persoenlich.com

02: Schreib- und Stilregeln für richtig gute Tweets, die gern gelesen werden. Wie einige von Ihnen wissen, treibe ich (Susanne Westphal) mich ja relativ häufig auf der Plattform "Twitter" herum und konnte mir in den letzten Wochen viele Gedanken machen, welcher Schreibstil hier gut ankommt - und welcher nicht! Ich habe hier mal das wichtigste (aus meiner Sicht) zusammen gestellt. [Hier online weiterlesen](#) - und anwenden!

03: Social Media Seiten erfreuen sich weltweit zunehmender Beliebtheit. Eine aktuelle Erhebung zum Nutzungsverhalten von Social Media durch Nielsen ermittelte nun eine erstaunliche Übereinstimmung der Nutzerpräferenzen über die Ländergrenzen hinweg. Die Welt befreundet sich mit Vorliebe auf Facebook, teilt Videos auf YouTube und informiert sich besonders gern auf Wikipedia, so die Ergebnisse aus den USA sowie sechs europäischen Ländern, darunter Deutschland. nielsen-media.de

Medien

Jeff Jarvis: Die Zukunft des Journalismus ist unternehmerisch

Medienprofessor Jeff Jarvis unterrichtet "Unternehmer-Journalismus" in einem Graduierten-Programm an der City University of New York (CUNY). Seine Thesen: Journalisten sollten unbedingt die wirtschaftliche Seite der Branche verstehen, auch wenn sie kein Startup gründen wollen. Klassische Medienunternehmen müssen damit rechnen, dass ihnen neue Konkurrenz aus Jarvis Kursen oder aus der

sprichwörtlichen Startup-Garage blüht. In journalistischen Netzwerken und hyperlokalen Plattformen liegt die Zukunft. Und sie gehört Medien, die neue Wettbewerber aus dem sozialen Netz nicht negieren oder ablehnen, sondern umarmen. Mit Jeff Jarvis sprach ich auf Burdas Digitalkonferenz Digital Life Design (DLD 10). Das englischsprachige Original-Videointerview (17 min.) ist am Ende des Beitrags eingebettet, die deutsche Textfassung ist leicht gekürzt und redigiert. *Den Artikel von Ulrike Langer am 2. Februar in ihrem Blog "medial digital" [hier online weiterlesen](#).*

Medien compact (3) (05.KW-2010)

01: Springer Science+Business Media bündelt seine deutschsprachigen Aktivitäten im Bereich Professional Publishing (B2B) unter der neuen Dachmarke Springer Fachmedien. Hinter der neuen Marke stehen die deutschsprachigen Unternehmen Springer Fachmedien München (ehemals Springer Transport Media), Springer Fachmedien Wiesbaden (ehemals GWV Fachverlage) und die 2009 geschaffene Einheit Springer Medizin. Der Hauptsitz ist in Wiesbaden, alle anderen, bisherigen Standorte bleiben erhalten.

02: Internetjahr 2009: Rekord bei Online-Werbung. Der Online-Werbemarkt in Deutschland erlebte 2009 ein Rekordjahr. Der Umsatz mit Werbebannern, Pop-Ups und Streaming Ads im Internet stieg im Vergleich zu 2008 um 17,8 Prozent auf 1,5 Milliarden Euro. Das ist der höchste Wert seit Beginn der Erhebungen, die das Marktforschungsinstitut Thomson Media Control seit 2006 exklusiv für den BITKOM durchführt. bitkom.org

03: Gründungsboom bei deutschsprachigen Medien im Ausland. Außerhalb des deutschen Sprachraums werden rund 3.000 Publikationen und rund 500 Radio- und Fernsehprogramme auf Deutsch produziert. Diese haben auch unter der

allgemeinen Flaute im Werbe- und Abo-Geschäft zu leiden, aber im Gegensatz zu Deutschland ist ein überraschender Trend zu beobachten: Trotz der vermeintlichen Wirtschaftskrise wurden in den vergangenen Monaten mehr deutschsprachige Auslandsmedien neu gegründet als eingestellt. Zu den Neugründungen zählen die Zeitungen und Zeitschriften „German Link“ (Großbritannien), „Spirit of the West“ (USA), „Königsberger Allgemeine“ (Russland), „Servus Romania“ (Rumänien), „Holland-Magazin“ (Niederlande) und „hjortron“ (Schweden).

Services + Tipps

Wann kommt die Krise beim Verbraucher an?

Ausblick auf das Verbraucherverhalten im Jahr 2010. Die Entwicklung des privaten Konsums im Jahr 2009 und eine Prognose für 2010 standen im Fokus der am 3. Februar in Nürnberg veranstalteten Pressekonferenz der GfK Gruppe. Wie von der GfK prognostiziert, hat der private Konsum mit einer Steigerung von 0,4 Prozent die Wirtschaftsentwicklung im letzten Jahr gestützt. Für 2010 erwartet die GfK bei den Ausgaben der Privathaushalte eine Stagnation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien übernehmen überwiegend die Tendenz von PR-Material

Etwa 50 Prozent aller Medieninhalte in Deutschland gehen auf PR-Material zurück. Dabei wird in der überwiegenden Anzahl der

Fälle die wertende Tendenz des PR-Materials übernommen. Zu diesem Schluss kommt Cathrin Christoph in ihrer Untersuchung „Textsorte Pressemitteilung. Zwischen Wirtschaft und Journalismus“. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Innofact-Studie zeigt: Onlinewerbung auf Nachrichtenwebsites wirkt besser

Nutzer beurteilen Werbung auf Nachrichtenseiten als deutlich seriöser und glaubwürdiger als im Internet allgemein. Ob Onlinewerbung wirkt oder nicht, darüber entscheiden am Ende die Nutzer. Für sie muss Werbung vor allem relevant, seriös und glaubwürdig sein, damit sie akzeptiert wird. Werbung auf Nachrichtenwebsites schneidet bei den Nutzern in Sachen Seriosität und Glaubwürdigkeit besonders gut ab und erzielt damit eine höhere Wirkung als Werbung im Internet allgemein. Dies hat die aktuelle Innofact-Gattungsstudie „Werbewirkung auf Nachrichtenwebsites“ ergeben, die der nationale Onlinevermarkter OMS in Auftrag gegeben hat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Werte im Wandel: das Sicherheitsbedürfnis steigt

Befragung des GfK Vereins zur Bedeutung von Werten. Die Krise hat offenbar ein Nach- und Umdenken über gängige Wertvorstellungen ausgelöst. Solide und soziale Wertbegriffe werden für die Deutschen derzeit immer wichtiger. An erster Stelle steht dabei das Thema Sicherheit: rund 70 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass Sicherheit in der aktuellen Situation an Bedeutung gewinnt. Dies ergab die aktuelle Studie des GfK Vereins zum Bedeutungswandel von Werten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (5) (05.KW-2010)

01: Die Stärke der Internet-Werbung liegt in der Personalisierung. Ob persönliche Produktempfehlungen in Online-Shops oder Werbekampagnen, die nutzerindividuell ausgeliefert werden - immer geht es um das zielgenaue Werben ohne Streuverlust. **Die neuesten W3B-Studienergebnisse zeigen, dass personalisierte Online-Werbung vielen Nutzern auffällt - allerdings bei weitem nicht immer positiv.** Bedenklich ist vor allem, dass die Mehrheit der Nutzer sich durch personalisierte Werbung beim Surfen regelrecht beobachtet fühlt! Die erhofften positiven Effekte der Kampagnen können sich so schnell ins Gegenteil umkehren. Infos: Weitere Infos + Auswertungen: www.fittkaumaass.com/presse/fm_pm_werbung_020210.html.

02: **General Electric (GE) ist das nachhaltigste Unternehmen der Welt.** Das ist das Ergebnis einer Untersuchung des kanadischen Medienunternehmens Corporate Knights. GE konnte vor allem durch niedrige Emissionswerte, einen besonders nachhaltigen Umgang mit Ressourcen sowie einen hohen Anteil weiblicher Führungskräfte glänzen. GE gehört auch zu den attraktivsten Arbeitgebern in Deutschland. Laut der Umfrage des unabhängigen Unternehmens Corporate Research Foundation (CRF) ist GE „Top-Arbeitgeber Ingenieure 2009“. Besonders überzeugen konnte das Unternehmen in den Kategorien „Entwicklungsmöglichkeiten“ und „Jobsicherheit“.

03: **Cision**, der weltweit führende Dienstleister im Bereich Mediendaten, Distribution, Monitoring und Analyse für PR und Kommunikation, **hat sein internationales Newsportal CisionWire um ein professionelles Versand-Modul erweitert.** Ab sofort können Kommunikationsprofis dort suchmaschinenoptimiert PR-Material jeglicher Art zielgerichtet verbreiten. Zur Einführung des

neuen Versand-Moduls hält Cision Deutschland von Februar bis Ende April für Interessenten ein kostenloses Testangebot unter www.cisionwire.de bereit.

04: Corporate Social Responsibility – Management statt Imagepolitik. Das **Fachbuch „Der CSR-Manager – Unternehmensverantwortung in der Praxis“** (am 28. Januar erschienen), verdeutlicht die herausragende Bedeutung professioneller CSR-Kommunikation für das erfolgreiche Management von Unternehmensverantwortung. Damit ist der „CSR-Manager“ der Autoren Dennis Lotter und Jerome Braun eines der ersten Fachbücher, welches die Bedeutung der professionellen Kommunikation für erfolgreiche Unternehmensverantwortung angemessen würdigt. Bestellung: ISBN 978-3-925646-50-8 bei www.mehrwerte-schaffen.de; Preis: 24,90 Euro.

05: **Die Medienspezialisten von Gorkana haben ihre Daten aus dem Sektor Gesundheit erweitert.** Hinzugekommen sind 500 britische Fachtitel und Publikationen für Patientengruppen, 100 pan-europäische und 250 globale Publikationen. Die Navigation wurde ebenfalls überarbeitet, so dass PR-Leute ihre Kontakte schnell und effizient recherchieren können. Um allen Anforderungen der Kommunikationsfachleute gerecht zu werden, wurden diese vor Beginn des Projekts zu ihren Bedürfnissen befragt. Feedback wurde noch einmal zur Halbzeit eingeholt und um den letzten Schliff zu geben auch noch einmal beim Abschluss der Datenerweiterung. www.gorkana.com.

Termine + Tagungen

Intensivkurs Interne Kommunikation startet am 18. März 2010

Die school for communication and management (scm), Berlin startet erneut mit dem Intensivkurs

„Interne Kommunikation – Ihr Weg zum Internen Kommunikationsmanager (m/w)“ in Düsseldorf in das erste Halbjahr 2010. Unter der Leitung von Gerhard Vilsmeier vermitteln Experten in den drei Modulen mit je 2,5 Tagen „Grundlagen der Internen Kommunikation“, „Interne Kommunikationsinstrumente“ und „Schnittstellen und Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation“ ihr umfangreiches Wissen und ihre Praxiserfahrung. Dabei geben neben den Trainern der scm auch Gastdozenten in eingebetteten Workshops mit Praxisbeispielen Einblicke in Themen wie z.B. Intranet/ Web 2.0 (Frank Wolf von T-Systems), Interkulturelle/ Internationale Interne Kommunikation (Susanne Marell von Cognis) sowie Relaunch einer Mitarbeiterzeitung und Corporate Audio in der Internen Kommunikation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (4) (05.KW-2010)

01: Terminerinnerung: Die angestrebten 100 Anmeldungen sind überschritten - der **1. Deutsche Medienbeobachterkongress** (veranstaltet vom PR- und IR-Softwareanbieter Convento, Neuss) kann steigen. Am 16. März in Düsseldorf soll über die steigenden Anforderungen der Auftraggeber an Medienbeobachtung und -auswertung diskutiert werden: Zu Print, Radio, Fernsehen und Online-Medien gesellen sich Social Media und Web 2.0-Applikationen wie Blogs, Foren und Communities. Die Branche wird vielschichtiger. Infos und Anmeldung: www.medienbeobachterkongress.de.

02: **Erster ITB Mediengipfel am 12. März in Berlin:** Machen Blogs, Facebook & Co die Touristikpresse überflüssig? Prominente Vertreter aus Medien, Politik und Touristik diskutieren auf der weltweit größten Reisemesse über die Herausforderungen durch Web 2.0. Die

ITB Berlin 2010 findet von Mittwoch bis Sonntag, 10. bis 14. März statt. Parallel zur Messe läuft der ITB Berlin Kongress von 10. bis 12. März. Er ist weltweit der größte Fachkongress der Branche. Das komplette Programm: www.itb-kongress.de/programm.

03: Nun bereits zum vierten Mal findet das **"Innovationsforum Interne Kommunikation"** im Schindlerhof, Nürnberg, statt - und zwar am 18. und 19. Mai. Im Mittelpunkt stehen die Themen "Veränderungsprozesse unterstützen", "Implementierung von Werten, Leitbild, Marke, Strategie" und "Online-Kommunikation: zwischen Klassischem Intranet und Social Media-Plattform". Veranstalter ist Schick+Partner; das Tagungsprogramm finden Interessierte auf www.schick-partner.de

04: "Medienwandel und Pressearbeit: Ändern sich auch die journalistischen Gepflogenheiten? Was geschieht mit den etablierten Spielregeln?" Wie Unternehmenssprecher diese Veränderung einschätzen und wie sie darauf reagieren, ist das Thema des nächsten **PR-Frühstücks am 11. März** in Düsseldorf von Convento. Andreas Meinhardt, Leiter Unternehmenskommunikation der Deutschen Rückversicherung und des Verbands öffentlicher Versicherer, spricht über persönliche Erfahrungen, gegenseitige Erwartungen und öffentlich gemachte Ansprüche. Weitere Informationen zur Veranstaltung sowie das Online-Anmeldeformular unter <http://www.convento.de/de/Events/Seiten/breakfast.aspx>.

Ausbildung + Seminare

PR-Studenten der FH Hannover gründen Verein

Ausgehend von den Studenten der Studiengänge Public Relations (B.A.) und Kommunikationsmanagement (M.A.) wurde der Verein „Public Relations

Studierende Hannover“ – kurz PRSH e.V. (www.prsh.de) - gegründet. Ziel der ehrenamtlichen Vereinsarbeit ist es, außeruniversitär Veranstaltungen für die Studenten anzubieten, erlerntes PR-Wissen praktisch anzuwenden und das Profil des PR Studiums in Hannover zu schärfen. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

Ausbildung compact (1) (05.KW-2010)

01: **Recht in der PR ist das Thema eines Seminars der AFK Akademie Führung und Kommunikation** vom 09. bis 10. März in Oberursel bei Frankfurt am Main. Praxisnah und mit vielen anschaulichen Beispielen vermittelt der C3 – Crashkurs Recht für PR-Fachleute PR-relevante Rechtsgebiete: Urheberrecht, Vertragsrecht, Medienrecht, Wettbewerbsrecht. Infos: www.afk-online.com.

Das PR-Interview

Interview Nr. 27: Ehrenamtlich knatschverdötscht

"Das PR-Interview" wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation](http://www.k1gesellschaft-fuer-kommunikation.de)

Interview mit Sigrid Krebs über einen "Nebenjob" im und für den Kölner Karneval. In einer Woche ab Weiberfastnacht beginnt der Endspurt und in zwei Wochen nach Aschermittwoch ist alles vorbei - bis zur nächsten Session.

PR-Journal: *Beschreiben Sie uns bitte die Aufgaben als Pressesprecherin des Festkomitees Kölner Karneval, der Gesamt-Interessenvertretung des Kölner Karnevals.*



Sigrid Krebs: Es ist vor allem eine ehrenamtliche Aufgabe, die ich neben dem eigentlichen Beruf als Pressesprecherin im J.P. Bachem Verlag, im Geschäftsführenden Vorstand des Festkomitees Kölner Karneval von 1823 betreuen darf. Dazu zählen zahlreiche Aufgaben:

die Planung strategischer Maßnahmen, die Vorbereitung und Begleitung des Kölner Dreigestirns, die Beratung der Mitgliedsgesellschaften, die redaktionelle Verantwortung für den Internetauftritt und das Magazin „Narrenspiegel“, das zweimal jährlich erscheint sowie die Dokumentation und Auswertung. Außerdem bin ich natürlich Ansprechpartner für sämtliche Pressethemen des Festkomitees und des Kölner Karnevalsmuseums und organisiere die Pressetermine. Insgesamt also die PR-Aufgaben eines gut aufgestellten mittelständischen Unternehmens. Die schaffe ich natürlich nicht alleine, sondern nur mit der Unterstützung von ehrenamtlichen und hauptamtlichen Mitarbeitern im Festkomitee Kölner Karneval. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über ... die Doppelmoral des Daten-Deals



Guten Tag! Erst hielten sich Bundeskanzlerin Angela Merkel wie ihr Finanzminister Dr. Wolfgang Schäuble mit einer Entscheidung zurück. Sie waren unsicher, ob sie eine CD-ROM aus der Schweiz, die Namen und Kontovorgänge von 1 500 deutschen Steuerzahlern enthalten soll, für 2,5 Millionen Euro kaufen sollten. Dann gab es eine Umfrage, bei der sich 57 Prozent der Bevölkerung für den Kauf der Bankdaten

ausgesprachen. 43 Prozent lehnten den Handel ab, wie eine Umfrage des Forsa-Instituts für den Stern ergab (01.02.2010). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Schmidt/Tropp (Hrsg.): Die Moral der Unternehmenskommunikation

Siegfried J. Schmidt und Jörg Tropp (Hrsg.): "Die Moral der Unternehmenskommunikation: Lohnt es sich, gut zu sein?". Herbert von Halem Verlag, Juli 2009. 408 Seiten. Preis: 28,00 Euro. ISBN 978-3-938258-48-4.

Rezension von Carsten Lange, Geschäftsführer der PR-Agentur Lange Kommunikation (www.lange-pr.de) und Absolvent von PR Plus (www.prplus.de)

Ohne Zweifel ist das Thema Moral in der Unternehmenskommunikation aktuell, denkt man an die Skandale bei Siemens, MAN und Deutsche Bahn, an Finanz- und Wirtschaftskrise, oder an die viel diskutierte Corporate Social Responsibility (CSR). Mehr als 30 Autoren, darunter Betriebs- und Kommunikationswissenschaftler, aber auch Praktiker aus Agenturen und Unternehmensberatungen, behandeln in dem Sammelband „Die Moral der Unternehmenskommunikation: Lohnt es sich, gut zu sein?“ in jeweils einem Aufsatz einen Aspekt des Themas. Einige Beiträge sind von Co-Autoren geschrieben worden. Die Aufsätze sind unter den vier folgenden Rubriken zusammengefasst: „Markt, Reputation und Werte“, „Kommunikation und Moral“, „Werbung, Marke und Moral“ sowie „Moral und Unternehmenskommunikation: Empirische Befunde“. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Klaus Merten: Das Ende von Public Relations?

Der Begriff „Public Relations“ ist – trotz mehr als 2.000 Definitionsversuchen (vgl. so Scharf 1971) – bis heute ebenso schillernd wie umstritten. Die einen verstehen ihn vollmundig als „jede Kommunikation mit Öffentlichkeiten“ (so Avenarius 1995: 3), also letztlich als jede Form adressierter Kommunikation, die zudem moralischen Prinzipien zu folgen habe, die anderen verstehen darunter Begriffe wie „Beschönigungssemantik“, oder „Rosstäuscherei“ (vgl. Kocks 2010) oder andere, meist negativ besetzte Begriffe. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 12 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote (40)

Volontariat/Trainee

Die 9 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 6 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[Kreativer PR-Berater \(m/w\) gesucht, Heidelberg](#)
[PR-Redakteur\(in\) gesucht, Großraum Karlsruhe](#)

[PR13 sucht Leitung des PR-Tagesgeschäfts, Hamburg](#)

[Nord Event GmbH in Hamburg sucht kreativen Online-Redakteur](#)

[häberlein & mauerer sucht ab sofort für den Standort München eine/n PR-Consultant \(m/w\) für den Bereich Home&Living](#)

[Wir verstärken unser PR-Team und suchen Sie als Berater\(in\), Frankfurt](#)

[Kohl PR & Partner sucht Berater Public Relations, Berlin](#)

[Volontär/in gesucht, Köln](#)

[Kommunikation voraus! markenzeichen sucht \(Junior\) PR-Berater/in Corporate Communications, Frankfurt](#)

[SEIFERT PR sucht PR-Assistent/in](#)

[Consultants für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main](#)

[Nicole Weber communications sucht Senior-PR Berater\(in\)/Berater\(in\)/Volontär\(in\) Beauty/Lifestyle, Hamburg](#)

[PR-Volontariat bei Ogilvy Healthworld, Düsseldorf](#)

[Online-Berater/in gesucht, Essen](#)
[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 \(m/w\)](#)

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

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

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

Unternehmen

[Schüco International sucht Referent Corporate Communications/Public Relations](#)

[PR-Referent \(m/w\) in Teilzeit \(20-25 Stunden/Woche; bei Bedarf ausbaufähig\), Münster](#)

Verbände (Non-Profit)

[PR Assistenz in Teilzeit ab sofort gesucht, Berlin](#)

Freelancer

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 08. Februar 2010 – 22:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.501 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.