

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 235 / 07. KW 2010

## Seite 1

### Readers Digest Trusted Brands 2010: in der Krise vertrauen Verbraucher den Traditionsmarken

In der Wirtschaftskrise vertrauen Verbraucher den Traditionsmarken Aspirin, Asbach, Nivea, Miele und Volkswagen mehr denn je. Das ergab die größte europäische Verbraucher-Studie European Trusted Brands 2010, die das Magazin Reader's Digest, Stuttgart jetzt vorgelegt hat. Mehr denn je achten die Verbraucher genau darauf, ob eine Marke das in sie gesetzte Vertrauen rechtfertigt. So wurde das Internet-Unternehmen Google auf der Liste der vertrauenswürdigsten Marken nach nur einem Jahr von der Marke T-Online verdrängt, die sich in ihrer Kategorie zum ersten Mal an die Spitze setzen konnte. Begründet wird der Vertrauensschwund bei Google mit den öffentlichen Diskussionen um den "Gläsernen Internetnutzer". Und nun ausgerechnet T-Online, ein Angebot, das von der Deutschen Telekom seit Jahren nicht mehr als Endkundenmarke positioniert, sondern nur noch als Portal betrieben wird. Und schließlich ist der T-Konzern selbst wegen reichlich Datenschutzpannen in die

Schlagzeilen geraten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Wer hat vor Angst vor... Social Media?

Die Top 5 Gründe, warum Unternehmen sich vor Social Media fürchten. Ayelet Noff hat Unternehmen zu ihren Vorbehalten gegenüber Social Media befragt. Die folgenden fünf Punkte, sind die wesentlichen Bedenken der Unternehmen und die Ratschläge von Ayelet Noff:

1. Wir haben Angst, die Kontrolle über unsere Marke zu verlieren und uns negativer Kritik auszusetzen.

Wenn Sie ein Unternehmen gründen und Ihre Marke werbewirksam der Öffentlichkeit präsentieren, dann werden die Menschen über Ihre Marke reden. Und genau das möchten Sie doch?! Das ist der primäre Grund, warum Sie für Ihre Marke werben – um andere darauf aufmerksam zu machen.

*Den Artikel von Tatjana Krajsic am 17. Februar im Blog "PR-Fundsachen" der PR-Studenten der Hochschule Darmstadt [hier online weiterlesen](#). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

## Personalien

### Personalien compact (19) (07.KW-2010)

#### AGENTUREN:

01: **Marta Falconi** ist neue Partnerin des internationalen PR-Agenturnetzwerks Shepard Fox



Communications. Sie wird zum Team in Zürich stossen und sich um internationale Kunden mit Sitz in der Schweiz kümmern. Zuvor war die Journalistin sechs Jahre für den englischsprachigen Dienst der Nachrichtenagentur Associated Press (AP) in Rom zuständig für Italien und den Vatikan.

02: **Katharina Ossadnik** (28) verstärkt das Team von Liepolt Public Relations & Investor Relations in Lampertheim-Hüttenfeld. Nach ihrem Studium an der Universität Mannheim absolvierte sie eine Ausbildung zur Online-Redakteurin bei einem mittelständischen Unternehmen in Heidelberg und war als freie Journalistin für verschiedene deutsche Tageszeitungen tätig.

03: **Andreas Stickler** (44) steigt als Partner bei der c.i.a. communications in Köln ein. Der B2B-Experte wird vor allem für die strategische Kundenführung und das Business-Development zuständig sein. 2000 begann er bei Publicis PRO in Erlangen, wo er zum Schluss als Managing Director für den Bereich Marketing Services zuständig.

04: **Till Stüve** (37) ist neuer Director der Burson-Marsteller Technology Practice am Standort Frankfurt am Main. Er unterstützt das Team in den Bereichen Media Relations, Neugeschäft, Globale Kommunikation und Unternehmenskommunikation. Stüve kommt von der Fink & Fuchs PR in Wiesbaden, wo er als Senior Berater/Account Manager tätig war, davor war er bei Edelman.

05: **Katharina Kalkowski** (33) hat unter dem Namen Ka:Kommunikation in Ludwigsburg eine

eigene Agentur für Veranstaltungsorganisation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Krisenkommunikation, strategische Beratung sowie Interne und Externe Kommunikation gegründet. Sie war zuvor seit Dezember 2005 als PR-Beraterin bei Muehlhaus & Moers (GPRA) in Köln tätig.

06: **Isabell Horvath** übernimmt die Geschäftsführung von Threeview PR, die neu geschaffene PR-Agentur der Werbeagentur Threeview in München. Sie war in den vergangenen sechs Jahren als Head of Global PR für den IT-Dienstleister Logica in Stuttgart tätig.

07: **Carsten M. Stammen** (38) betreut bei ReComPR in Mainz ab sofort als Senior PR-Consultant die Kunden im Dienstleistungs-, IT- und Hotelsektor, ausserdem ist er auch für den Bereich Social Media zuständig. Der gelernte Restaurantfachmann hat Tourismusbetriebswirtschaft studiert und arbeitet neben seiner Agenturtätigkeit als freier Journalist mit den Schwerpunkten Wein und Gastronomie.

08: **Hannah Winter** (27) verstärkt das Redaktionsteam von Möller Horcher Public Relations in Offenbach. Sie absolvierte ein Magister-Studium der Deutschen Philologie, Philosophie sowie Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Mannheim und arbeitete zuvor für die Münchener PR-Agentur ICCOM International und schrieb Texte für „Q – das Querdenker Magazin“.

09: **Martina Randel** (28) wird zum 1. März PR-Junior-Beraterin bei der Hamburger Kommunikationsagentur Laub & Partner, bei der die studierte Kommunikationswissenschaftlerin zuvor ihr Volontariat erfolgreich absolviert hat. Randel wird im Team von PR-Berater **Daniel Seegers**



komm.passion



Medien-Analysen  
mit Qualitätssiegel!

AUSSCHNITT  
MEDIENBEOBSACHTUNG

unter anderem Kunden aus den Bereichen Logistik, Soziales und Finanzdienstleistungen beraten.

10: **Loni Lüke** übernimmt die Geschäftsführung von Berlin Relations, die gemeinsame Hauptstadtrepräsentanz der Kommunikationsagenturen Raika Kommunikation (GPRA), BCC Business Communications Consulting und PR Partner Societät für Öffentlichkeitsarbeit (GPRA). Sie war bisher vorwiegend als Coach für Politiker und Unternehmer tätig. **Thomas P. Reiter** verantwortet weiterhin die Bereiche Public Affairs und klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

#### UNTERNEHMEN:

11: **Torsten Riedel** (34) ist neuer Leiter Marketing und Kommunikation der Achilles Gruppe in Celle. Er verantwortet in dieser Funktion unter anderem die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Riedel war zuletzt als Leiter Marketing und Kommunikation für Achilles Präsentationsprodukte, eine Tochtergesellschaft der Achilles Gruppe, tätig.

12: **Filip Miermans** (36) ist neuer Leiter Kommunikation und Marketing bei dem Hersteller von Akustiksystemen aus Holzwolle Heradesign in Ferndorf (AT), ein Geschäftsbereich von Knauf Insulation. Zuletzt leitete er die PR- und Kommunikationsabteilung

von Ceratizit - Plansee (Reutte).

13: **Suntka von Halen** (31) hat die Leitung der Marktkommunikation beim Deutschen Pressevertrieb (DPV) in Hamburg übernommen, um die externe und interne Kommunikation sowie das Marketing zu koordinieren. Seit November 2007 war sie als Projektassistentin in der DPV-Geschäftsleitung tätig. Von Halen folgt auf **Kurt Otto**, der als Pressesprecher für Sonderprojekte in der Gruner + Jahr-Unternehmenskommunikation eingebunden ist.

14: **Katrin von der Linde** (36) und **Astrid Wiedemeyer** (37) leiten zukünftig die Kommunikation der Business Units Germany und International der internationalen Sportrechteagentur Sportfive in Hamburg. **Caroline Götz**, die bisher als Vice President Corporate Communications gruppenübergreifend die Unternehmenskommunikation verantwortete, verlässt das Unternehmen nach sechseinhalb Jahren. Wiedemeyer und von der Linde sind bereits seit vielen Jahren bei Sportfive mit PR-Themen betraut.

15: **Stephanie Hug** ist neue PR-Verantwortliche der Walt Disney Studios Schweiz in Zürich (CH). Nach dem Studium hat sie unter anderem bei Take Two Publicity, der PR- und Marketingagentur von Universal Pictures International Switzerland, als Assistentin und später als Projektleiterin gearbeitet. Hug ist Nachfolgerin von **Nora Brechbühl**, die das Unternehmen Ende 2009 verlassen hat.

**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!**

16: **Hanspeter Ryser** verantwortet als Pressesprecher und Head of Cadillac Europe Communications mit Sitz in Zürich (CH) den Relaunch der Luxusmarke aus der General Motors Company (GM) in Europa. Zuvor war er als Director Communications bei GM Europe zuständig für die Marken Chevrolet, Cadillac, Corvette und Hummer.

17: **Jan Kottmann** (37) verstärkt als Leiter Medienpolitik seit Februar das Hauptstadtbüro von Google. In der neu geschaffenen Funktion wird er gemeinsam mit der Leiterin der Hauptstadtrepräsentanz von Google, **Annette Kroeber-Riel**, die politischen Beziehungen des Unternehmens in Deutschland ausbauen und sich vor allem auf die Länderebene konzentrieren. Der gelernte Jurist war zuvor stellvertretender Leiter Medienpolitik der Mediengruppe RTL Deutschland. [politik-kommunikation.de](http://politik-kommunikation.de)

#### MEDIEN:

18: **Ingo Kohlschein** (34) übernimmt ab März die Leitung der Unternehmensentwicklung bei Hoffmann und Campe Corporate Publishing (Ganske Verlagsgruppe) in Hamburg. Bereits zu Jahresbeginn war **Christian Breid** (31) zum Leiter des Neugeschäfts ernannt worden. Kohlschein war knapp zweieinhalb Jahre als Assistent für Verleger **Thomas Ganske** tätig, davor arbeitete der studierte Journalist und Volkswirtschaftler als Unternehmensberater. Breid ist seit 2008 bei Ganske als Objektleiter für

das Kundenmagazin Best Practice von T-Systems und das Mitarbeitermagazin Steinkohle der RAG tätig.

19: **Wolfgang Zehrt** (45) übernimmt neben seiner Tätigkeit als Geschäftsführer des Multimediadienstleisters ddp direct auch die Sprecherfunktion für die beiden Agenturen ddp (Deutscher Depeschendienst) und DAPD (Deutscher Auslands-Depeschendienst) in Berlin. Der ehemalige Vorstand von directnews/Hugin und Journalist hatte zuvor unter anderem für die taz, den Stern und die ARD gearbeitet. Der bisherige Pressesprecher **Wolfram Schuchardt** (55) hatte ddp Ende 2009 verlassen ist Anfang des Jahres in selber Funktion zum GermanAmericanBusinessForum (GABF) gewechselt.

## Etats

### achtung! gewinnt den PR-Etat der Deutschen BKK

Die Agentur achtung! (GPRA) mit Sitz in Hamburg und München unterstützt seit dem 1. Januar die Unternehmenskommunikation und Public-Affairs-Aktivitäten der Deutschen BKK, die mit rund einer Million Versicherten zu den 20 größten Krankenkassen Deutschlands gehört. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**PMG · Presse-Monitor®**



**PMGmobil – Pressespiegel aufs Handy**

▶ Mit PMGmobil haben Sie täglich Zugriff auf Hunderte von Zeitungen, Zeitschriften, Agenturmeldungen und Online-Medien über Volltextrecherche und individuelle Suchprofile. Machen Sie jetzt den 1-wöchigen Gratis-Test!

**Mehr Info? Bitte hier klicken!**

## Lewis betreut Kampagne für Panasonic Imaging

Die internationale PR-Agentur Lewis PR konnte sich den PR-Etat der neuen Imaging-Sparte von Panasonic sichern. Die internationale Kampagne erstreckt sich über fünf Märkte; Deutschland, UK, Spanien und Italien. Lewis PR in Frankreich betreut Panasonic bereits seit 18 Monaten und ist nun zusätzlich für die pan-europäische Koordination verantwortlich. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## fischerAppelt sichert sich tesa-Etat

fischerAppelt, relations (GPRA) in Hamburg übernimmt die Kommunikation zur Produkteinführung des tesa Clean Air Feinstaubfilters. Unter dem Claim Sauberes Arbeitsklima soll mit einer integrierten Kampagne auf die Vorteile des Druckerfilters sowie auf Risiken von Feinstaubemission bei Laserdruckern aufmerksam gemacht werden. Kernzielgruppen sind der Großhandel, Unternehmensentscheider sowie Arbeitnehmer. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## o2 nach Neuorganisation mit neuer PR-Agentur

Nach einer Neuorganisation der PR bei Telefónica o2 Germany wechselt der PR-Etat von o2 Deutschland ab sofort von Fink & Fuchs Public Relations zu Lewis Communications - alle in München. "Im Zuge einer internationalen Neuausrichtung haben wir uns entschieden, zukünftig mit Lewis PR zusammenzuarbeiten", sagt Stephan Becker-Sonnenschein, Vice President Corporate Communications bei Telefónica o2 Germany. "Wir hatten mit Fink & Fuchs PR zwei erfolgreiche Jahre und danken

der Agentur sehr für ihre hervorragende Arbeit." Die PR-Arbeit der Telefónica-Tochter Fonic wird weiterhin von Fink & Fuchs PR betreut. Zentrale Anlaufstelle für Journalisten bleibt die interne Pressestelle bei o2 mit Sitz in München.

## Etats compact (24) (07.KW-2010)

01: Subway Deutschland, Köln  
was: *PR-Etat*  
an: **Jeschenko PR**, Köln

02: Digitrade, Teutschenthal  
was: *Produkt-PR*  
an: **PresseDesk**, Berlin

03: Schooltex, Münster  
was: *nationale PR-Arbeit*  
an: **TAS Emotional Marketing**, Essen

04: Messe Berlin  
was: *PR-Arbeit für den Linuxtag 2010*  
an: **Pomplunspanier**, Berlin

05: Living Hotels, München  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*  
an: **Wilde & Partner Public Relations**, München

06: Deutschen Chefaro Pharma, Recklinghausen  
was: *Kommunikationsarbeit für Wartner*  
an: **Edelman**, Frankfurt am Main

07: Soda-Club  
was: *klassische Marken- und Produkt-PR*  
an: **Blume PR**, Hamburg

08: TUI Wolters Reisen, Stuhr  
was: *Etat zum Relaunch für angelreisen.de*  
an: **Interwall | Agentur für digitale Medien und Kommunikation**, Bremen

09: Ludwig Görtz, Hamburg  
was: *Social-Media-Kampagne "Take a step. Take a*

picture"

an: **fischerAppelt, tv media**, Hamburg/Stuttgart

10: CineStar-Gruppe, Lübeck

was: *Unternehmenskommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **ZPR**, Hamburg

11: Sinziger Mineralbrunnen, Sinzig

was: *Etat für die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für ein Jahr*

an: **K1 Gesellschaft für Kommunikation**, Köln

12: Akademie für Unternehmensmanagement (AFUM), Erkrath

was: *Marken-PR, Konzeption und Redaktion eines neuen Internetauftritts*

an: **Alpha & Omega PR**, Bergisch Gladbach

13: Bundesverband Holz und Kunststoff (BHKH), Berlin

was: *Social-Media-Kampagne "Tischler vs. Schreiner" und weitere Online-Maßnahmen*

an: **Scholz & Friends**, Hamburg

14: Gerolsteiner Brunnen, Gerolstein

was: *klassischer Medienarbeit, Strategie, Konzeption und Umsetzung von Event- und Social-Media-Kampagnen*

an: **Schröder+Schömb's PR**, Berlin

15: MAPA Gummi- und Plastikwerke, Zeven

was: *Konzeption, Planung Umsetzung und begleitende PR sowie intensive Social-Media-Aktivitäten für die erste Deutsche Billy Boy Strip-Poker-Meisterschaft*

an: **Straub & Linardatos** (GPRA), Hamburg

16: Arc'teryx, Vancouver (CDN)

was: *zehnjährige PR-Zusammenarbeit*

an: **Kern•Gottbrath Kommunikation**, München

17: Davos Destinations-Organisation

(Genossenschaft), Davos (CH)

was: *Medienarbeit für "Hochton", das erste*

*Mountain Music Weekend auf dem Jakobshorn*

an: **FAF, Zürich** (CH)

18: Europäische Kommission Generaldirektion

Landwirtschaft und ländliche Entwicklung, Brüssel (BE)

was: *Presse- und Medienaktionen für die europaweite Onlineabstimmung über das neue EU-Biologo*

an: **Media Consulta** (MC), Berlin

19: Aloft Abu Dhabi, United Arab Emirates (UAE)

was: *Medienarbeit sowie Aktivitäten auf den Fachmessen ITB und IMEX zur Einführungskampagne*

20: Pacific Asia Travel Association (PATA), Bad Vilbel

was: *Medienarbeit in den deutschsprachigen sowie ausgewählten europäischen Ländern mit Schwerpunkt touristische Fachpresse.*

an: **noble kommunikation**, Neu-Isenburg.

21: projektwerk Unternehmensberatung, Hamburg

was: *strategische PR*

22: Tracks & Fields, Berlin

was: *PR-Maßnahmen im Musik-Business*

23: Avenir Telecom, Marseille (FR)

was: *PR in Fach- und Lifestylepresse in Deutschland*

24: Babbel, Berlin

was: *europäische Leadagentur mit Schwerpunkt Consumer-PR*

an: **Agentur Frische Fische**, Berlin

## Branche

### Auszeichnungen des Holmes-Reports

Der amerikanische Branchendienst "Holmes Report" hat in seiner jährlichen Agency Report Card die PR-Agentur Fleishman-Hillard zur Europäischen Agentur des Jahres 2009 (European Consultancy of

the Year) gekürt. „Keine andere PR-Agentur hat ihre Leistungen so dramatisch verbessert“, begründete Paul Holmes, Gründer des gleichnamigen Reports, die Entscheidung. Weitere Entscheidungen (für Agenturen, die (auch) in Deutschland vertreten sind):

#### **Specialist Consultancies of the Year:**

- Corporate Consultancy of the Year: College Hill
- Financial Consultancy of the Year: Hering Schuppener
- Healthcare Consultancy of the Year: Chandler Chicco
- Public Affairs Consultancy of the Year: Burson-Marsteller
- Technology Consultancy of the Year: Lewis PR

#### **Best Multinational Firm to Work For:**

1. Weber Shandwick Worldwide
2. Grayling
3. Burson-Marsteller

### **Deutsche vertrauen Produkten mehr als den Unternehmen, die sie herstellen**

**GPRA-Vertrauensindex 1. Quartal 2010: Vertrauensklima leicht aufgehellt.** Die GPRA (Gesellschaft Public Relations Agenturen), Frankfurt am Main stellt die zweite Erhebung des GPRA-Vertrauensindex vor, der quartalsweise einen differenzierten Nachweis der Vertrauensentwicklung in der deutschen Bevölkerung ermöglicht. Der GPRA-Vertrauensindex gibt auf Basis der Differenzierung nach Branchen ein Bild des Vertrauens der Deutschen in Unternehmen und Institutionen wieder. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **Branche compact (3) (07.KW-2010)**

01: Laut Statistischem Bundesamt gibt es in Deutschland knapp 3,6 Millionen Unternehmen. Wenn auch nur die Hälfte dieser Firmen Kommunikationsmaterialien wie beispielsweise Broschüren und Kataloge produziert, Imagefilme realisiert oder Pressetermine veranstaltet, entstehen enorme Mengen des klimaschädlichen Treibhausgases CO<sub>2</sub>, die bei nachhaltig organisierter Kommunikationsarbeit nicht sein müssen. Wie man es schafft, Klimaschutz und wirtschaftliche Ziele zu kombinieren, wollen die Bremer Agenturen denkBar – PR & Marketing, Deichblick Agentur für Film und Fernsehen, nachtlisch-media sowie GraeberundStey Werbeagentur zeigen und haben zu diesem Zweck mit **Green Responsibility das deutschlandweit erste Netzwerk für nachhaltige Kommunikation** gegründet. Weitere Infos: [www.green-responsibility.de](http://www.green-responsibility.de).

02: **SSP Kommunikation**, Hürth bei Köln **hat jetzt mit „New Products“ eine neue Division gegründet.** Sie entwickelt Kommunikationsstrategien für innovative Produkte und hilft bei deren Einführung. Geleitet wird „New Products“ von dem Berater Steffen Kuhn und dem SSP-Geschäftsführer Hans Scheurer. Der diplomierte Ingenieur Kuhn ist unter anderem Fachmann für Biowerkstoffe. Kuhn hat in den letzten Jahren zahlreiche Unternehmen in den Bereichen Materialauswahl, Produktentwicklung und Vertrieb beraten. Mehr dazu in einem Newsletter unter [www.ssp-kommunikation.de/downloads](http://www.ssp-kommunikation.de/downloads).

03: **thema communications und global communication experts in Frankfurt am Main haben eine strategische Partnerschaft geschlossen:** Während thema vor allem nationale und internationale Marken gestaltet, kommuniziert und erlebbar macht und seine Design-Stärke mit zahlreichen Auszeichnungen anerkannt wurde, positioniert sich GCE als Kommunikationsspezialist

mit PR-Schwerpunkt. In der generellen Beratung von Kunden in ihrem Auftritt im deutschsprachigen Raum bis hin zur Entwicklung gemeinsamer Corporate Publishing-Produkte und der Veranstaltung von Events im Tourismus und Lifestyle-Bereich geht die Kooperation.

## Social Media + Web 2.0

### Stellenwert von Online-Medien im Kommunikationsmix bei Microsoft Deutschland

Die depak Presseakademie in Berlin hat zur Einstimmung auf ihren Kongress "Onlinekommunikation" am 11. und 12. März in Berlin ein Interview mit dem Referenten Thomas Mickleit, Director Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Microsoft Deutschland in Unterföhring geführt. Seine erste Antwort: "Rund 70 Prozent der Gesamtberichterstattung über Microsoft findet in Online-Medien statt. Und da sind Foren, Blogs und Social Media nicht mal eingerechnet. Das illustriert schon eindeutig die Bedeutung von Online-Medien. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Das Erdschichtenmodell der Online-Kommunikation

In den Wirren von Social Media und Corporate Media, von Twitter, Facebook, Xing, Website, Newsletter und Co. geht derzeit manch einer unter. Wer sich nicht ausführlich mit den aktuellen Entwicklungen in der Online-Kommunikation befasst, der sieht den Wald oft vor lauter Bäumen nicht mehr. Das ist mir in den vergangenen Wochen und Monaten bei diversen Schulungen und Seminaren immer wieder

aufgefallen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Social Media compact (12) (07.KW-2010)

01: **Die Top Ten Social Media Newsrooms:** In seinem Blog [injelea.de](#) listet Frank Hamm die seiner subjektiven Meinung nach zehn besten Social Media Newsrooms auf und kommentiert sie. Erwähnenswert in diesem Zusammenhang sind auch die SMNR von [Profilwerkstatt](#), [Sympra](#), [Zucker](#) und [F&H](#), ohne Anspruch auf Vollständigkeit und/oder Gewichtung.

02: **Marketing via Facebook - immense Vielfalt an Möglichkeiten:** Facebook ist kein temporäres Phänomen: Rund zehn Millionen Deutsche nutzen den Dienst bereits laut Comscore. Weltweit hat das soziale Netzwerk die Marke von 400 Millionen Mitgliedern überschritten. Perfekte Voraussetzungen für Werbungtreibende, zumal die Zielgruppe hoch interessant ist: Doch wie erreicht man sie? [wuv.de](#)

03: **Die Online-Kommunikation wird in den kommenden drei Jahren die Leitfunktion für alle Kommunikationsmaßnahmen in deutschen B2B-Unternehmen übernehmen.** Zu dieser Einschätzung kommen 94 Prozent der Teilnehmer am B2B Online-Monitor 2010. Die Umfrage wurde von Die Firma, Spezialist für digitale B2B-Kommunikation, und dem B2B-Marktforschungsunternehmen consultic durchgeführt, 175 Entscheider nahmen daran teil. [diefirma.de](#)

04: **Der Online-Werbemarkt in Deutschland ist 2009 um zwölf Prozent auf 4,1 Milliarden Euro gewachsen.** Dies geht aus der Erhebung der Bruttowerbeinvestitionen durch den Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) hervor. Mit einem Werbemarktanteil von 16,5 Prozent überholt das



Internet erstmals die Publikumszeitschriften mit einem deutlichen Abstand und ist nunmehr drittstärkstes Werbemedium in Deutschland – hinter den klassischen Gattungen TV und Zeitung. [bvdw.org](http://bvdw.org)

**05: Web 2.0: Experten fordern stärkere Kundenorientierung der Unternehmen.** Das Mitmach-Web dient nicht der Beschallung des Verbrauchers. „Es verwandelt den Dialog in eine empfängerorientierte Kommunikation. Wir kommunizieren für unsere Kunden“, sagte Ralf T. Kreuzer, Marketing-Professor an der Berliner Hochschule für Wirtschaft und Recht, bei einer Podiumsdiskussion auf dem Deutschen Direktmarketingkongress in Wiesbaden. Mehr als bislang müssten sich Unternehmen dazu durchringen, kundenorientiert zu denken und Bedürfnisse abzufragen. [horizont.net](http://horizont.net)

**06: Die Schelmexperten des sozialen Internets:** Viel gehört nicht dazu, ein „Experte“ zu werden; im Prinzip reicht ein Blog und die Behauptung, Experte zu sein, und schon kann man loslegen. (...) Es gibt, gegründet von Johnny Haeusler und dem Werber Sascha Lobo, sogar eine Werbeagentur für solche Projekte. Es gibt die Agentur VM People, die sich auf dem Markt der viralen Werbung abmüht und schon mal einen Blogger bezahlt, damit er für eine verdeckte Aktion von Microsoft auftritt. Was es allerdings nicht gibt, ist der Nachweis, dass man damit im Internet reich werden kann. [faz.net](http://faz.net)

**07: Die neuen Jobs der Online-Welt:** Das Web zerstört nicht nur Jobs – es schafft auch viele neue. Hochschulen kommen der gestiegenen Nachfrage nach Internet-Fächern kaum hinterher. Der Bedarf nach qualifizierten Absolventen ist besonders in der Werbung groß. Einen Königsweg in die neuen Berufe gibt es indes nicht. [rp-online.de](http://rp-online.de)

**08: Social Media: Aus der Nische in die Nische?** Zumindest für die Werbeindustrie sind

Social Media trotz des Hypes nur ein Nischenthema. Ihr Anteil am digitalen Werbemarkt beträgt gerade einmal 5,5 Prozent (eMarketer). Die Branche reagiert also ähnlich unflexibel wie alle anderen auch auf die Herausforderung Social Media. Anders sieht es hingegen bei den - horribile dictu - Journalisten aus. Zumindest in den USA haben sich bei ihnen Social Media als Recherchequelle etabliert. [wortgefecht.net](http://wortgefecht.net)

**09: Fünf Dinge, die die Web-Welt nicht braucht:** Kaum ein Tag vergeht in der großen weiten Web-Welt ohne neue Hypes, neue Dienste und neue Megatrends. Jeder ist auf der Suche nach "dem nächsten großen Ding". Die meisten Hypes aber sind nach ein paar Wochen oder Monaten schon wieder vergessen und machen Platz für die nächste kurzlebige Trendwelle. MEEDIA hat sich aktuell fünf angesagte Web-Hypes angeschaut, die wohl bald wieder verschwunden sein werden. Aber natürlich lassen wir uns auch gerne eines Besseren belehren. [meedia.de](http://meedia.de)

**10: Soziale Netzwerke: Handys beliebter als Computer.** Handybesitzer netzwerken lieber über ihr Mobiltelefon, als mit ihrem Computer. Das ergab eine Untersuchung der US-amerikanischen PR-Agentur Ruder Finn. Ihr zufolge benutzen 91 Prozent der Telefonbesitzer in den USA ihr Handy um sich per Chat oder Sozialnetzwerk mit anderen auszutauschen. Zum Vergleich: nur 79 Prozent der Befragten nutzen den PC dafür. Bevorzugte Aktionen am Handy sind der Austausch von Instant Messages, das Weiterleiten von E-Mails, Fotos und weiteren Inhalten und das Kommentieren von Nachrichten auf Profilen von Freunden und Bekannten. [areamobile.de](http://areamobile.de)

**11:** Die Deutschen verbringen durchschnittlich mehr als vier Stunden im Monat auf Social Media Seiten wie Facebook, YouTube, Twitter oder Blogs - Tendenz stark steigend. Auch Unternehmen wissen um die Relevanz dieser Kommunikationskanäle, reagieren aus Unwissenheit, Angst oder fehlender Strategie oft aber noch sehr zurückhaltend auf die

Diskussionen im sozialen Netz und lassen so Chancen ungenutzt verstreichen. Parallel wächst auf Unternehmensseite der Bedarf, sich entsprechendes Wissen anzueignen und gewinnbringend zu nutzen, jedoch sind umfassende Weiterbildungsangebote in Deutschland schwer zu finden. Diese Lücke schließt jetzt **Deutschlands erste Social Media Akademie (SMA)**, Berlin, die im Mai 2010 die ersten **Online-Vorlesungen** anbietet. Infos: [www.socialmediaakademie.de](http://www.socialmediaakademie.de) über den am 5. Mai 2010 beginnenden viermonatigen „Basis Lehrgang Social Media“ informieren.

12: Die **Stach's Kommunikation & Management**, Frankfurt am Main setzt verstärkt auf die Anwendung von Web 2.0 in internen Change-Prozessen. „Das Erfolgsrezept lautet, möglichst homogene Mitarbeitergruppen mit einer hohen Interessenidentität zusammen zu bringen - und das in einem gemeinsamen Projektkontext“, sagt Geschäftsführer Thomas Stach. So entwickelten die Frankfurter Kommunikationsberater zusammen mit Kunden **ein webbasiertes Arbeits- und Dialogtool ausschließlich für den Führungskräftenachwuchs**. Erfahrungen aus weiteren Projekten zeigten, dass sich der Ansatz ebenfalls sehr gut auf Vertriebsmannschaften, Auszubildende oder das Ideen-Management anwenden lässt. Infos: [www.stach-s.de](http://www.stach-s.de).

Zeitungen, Zeitschriften, Onlinemedien sowie TV- und Radiosendern das meistzitierte Medium. Die Bild-Zeitung ist im Ressort Boulevard/Vermischtes führend. Die Analyse umfasst das zweite Halbjahr 2009. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## NDR-Medienmagazin Zapp über "die manipulativen und perfiden Methoden der boomenden PR-Branche"

Die selbsternannten Medienwächter vom NDR haben wieder zugeschlagen: In weiten Teilen nichts Neues: böse PR gegen braven Journalismus, schwarzer Wolf bedroht weisses Lamm. Thomas Leif von Lobbycontrol: "Von daher ist PR strukturell eigentlich der Gegner und Feind eines seriösen Journalismus." Ein paar Uraltfälle aus den Neunzigern des letzten Jahrhunderts (Warsteiner) und vom Anfang dieses Jahrzehnts (BM Eichel) wurden wieder aufgewärmt. Sehens- und hörens Wert: Klaus Kocks und endlich ein Wiedersehen mit Norbert Essing - erst auf Bühne und Podium, dann an einem Münzfax einer Autobahntankstelle. Kocks gebührt der weise Schlusssatz: "Insofern ist die blühende Blume der PR, wenn es sie gibt, auf dem Mist des Journalismus gewachsen."

*Zapp plus vom 17. Februar - PR-Berater: Geschäfte und Machenschaften:*

[Video + Transcript](#)

## Medien

### Medien-Zitate-Ranking von PMG Presse-Monitor: Spiegel und Bild führend

PMG Presse-Monitor hat das umfassendste Zitate-Ranking in der deutschen Medienlandschaft erstellt. Der Spiegel ist im zweiten Halbjahr 2009 von allen untersuchten

### Medien compact (2) (07.KW-2010)

01: **BDZV veröffentlicht Analyse deutscher Zeitungsportale:** Die deutschen Zeitungsverlage haben ihre Websites in den vergangenen zwei Jahren massiv an die veränderten Wünsche und Anforderungen der Nutzer angepasst. Die Optimierungen gehen dabei über visuelle Aspekte hinaus. Sie schließen wesentliche Änderungen wie die Einführung neuer Dienste,

Vermarktungsmöglichkeiten und Features ein. [bdzv.de](http://bdzv.de)

**02: In Amsterdam wurden die Preisträger des World Press Photo Contest gekürt.** Fotografen und Agenturen aus 128 Ländern beteiligten sich mit 5847 Bildern an dem 53. Wettbewerb. Die internationale Jury zeichnete schließlich 63 Fotografen aus 23 Ländern aus, darunter auch deutsche. Michael Wolf von der Agentur Laif holte den ersten Preis in der Kategorie „Tägliches Leben“ mit dem Porträt einer bedrängten Frau in einer überfüllten Tokioter U-Bahn. [focus.de](http://focus.de)

## Services + Tipps

### Zimpel setzt auf Online-Geschäft

Das Loseblatt hat eine lange Tradition – auch für den Wiesbadener Verlag Dieter Zimpel. Im 40. Jahr seines Bestehens endet diese Tradition. Bereits zum Jahresbeginn wurde die Produktion der klassischen Loseblattwerke zugunsten der Online-Datenbank "Zimpel Online" eingestellt. Gleichzeitig präsentiert der Verlag eine neue Version des Online-Angebots, die Datenpflege und Recherche für seine Kunden optimiert. [Zur vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Service compact (3) (07.KW-2010)

**01: Bewusster Lebensstil statt Wegwerfmentalität: Der TrendReport "Grün" von SevenOne Media zeigt:** Das Thema Nachhaltigkeit steht bei Konsumenten ganz hoch im Kurs, vor allem bei den so genannten LOHAS. (...) Doch auch über diese hoch gebildete, solvente und medienaffine Zielgruppe hinaus gibt es immer mehr Verbraucher, die ihren Einkauf verstärkt an nachhaltigen Kriterien ausrichten und bereit sind, dafür einen höheren

Preis zu zahlen. Neun von zehn Haushalten informieren sich dabei aktiv über die Nachhaltigkeit von Produkten, unter anderem über Qualitätssiegel, Informationen auf der Verpackung oder Werbung. [sevenonemedia.de](http://sevenonemedia.de)

**02: Der Onlinedienst PR-Gateway ([www.pr-gateway.de](http://www.pr-gateway.de))** von Adenion in Grevenbroich bietet ab sofort einen umfassenden **Link Report** für seine Kunden an. Der Link Report listet alle über PR-Gateway übermittelten Pressemitteilungen auf und erfasst die veröffentlichten Nachrichten auf Presseportalen, RSS-Verzeichnissen und Twitter. Zusätzlich zeigt der Report die entsprechenden Ergebnisse in den wichtigsten Suchmaschinen an.

**03: Jobs für Journalisten und PR-Leute: Die Medienspezialisten von Gorkana bieten auf [www.gorkanapr.com](http://www.gorkanapr.com) internationale Jobs für Journalisten sowie PR-Experten** für jedes Level an. Der Zugang ist kostenfrei. Um nichts zu verpassen, kann auch ein Job-Alert eingerichtet werden, der wöchentlich erscheint. Gleichzeitig können Recruiter, die auf der Suche nach Kommunikationsfachkräften sind ihre Jobangebote veröffentlichen.

## Termine + Tagungen

### 12. BoB Award-Night 2010 in Kombination mit Horizont B2B Werbegipfel am 29. April in Frankfurt

Seit 1997 zeichnet der Kommunikationsverband herausragende B2B-Kommunikation aus. Sie ist für die Kommunikationsbranche ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und im Gegensatz zu den Trends in der B2C-Kommunikation nicht so einfach durch internationale Adaptionen zu ersetzen. 42 Arbeiten wurden dieses Jahr von der BoB-Jury ausgezeichnet. Die Preisverleihung findet am 29. April in der IHK in Frankfurt am Main statt. Zum

ersten Mal ist der BoB-Preisverleihung ein eintägiger Kongress in der IHK zum Thema vorgeschaltet: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## LPRS: Bitte wenden! Vom Spezialisten zum Generalisten. Und zurück?

Die LPRS – Leipziger Public Relations Studenten veranstalten am 23. April das 5. LPRS>> Forum in der neu eröffneten Pfeilerhalle des Leipziger Grassimuseums. Unter dem Titel „Bitte wenden! Vom Spezialisten zum Generalisten. Und zurück?“ wird ein hochkarätig besetztes Podium über die Zukunft der Kommunikationsberatung diskutieren.

Wie in den vergangenen Jahren treffen sich beim LPRS>> Forum Branchengrößen aus der Kommunikationsbranche und -wissenschaft, um miteinander, mit Lehrbeauftragten und Alumni sowie Leipziger Studenten des Kommunikationsmanagements und der PR über aktuelle Fragen der Kommunikation zu debattieren. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Termine compact (4) (07.KW-2010)

01: Am 3. März veranstaltet die **DPRG-Regionalgruppe Hessen/Rheinlnad-Pfalz/Saar** in Mainz (bei Schott) den **Workshop "Die Unternehmensmarke nach Übernahme weiterentwickeln"**. Es ist die Pilotveranstaltung der "Wissensplattform Kommunikationsmanagement". Anhand eines fiktiven Fallbeispiels aus der Pharmaindustrie werden systematisch und zielorientiert Markenbild und Markenstruktur weiterentwickelt. Die erarbeiteten Techniken und Werkzeuge

können für das eigene Unternehmen adaptiert werden. Infos: [philip.mueller@jp-kom.de](mailto:philip.mueller@jp-kom.de).

02: Mit dem ersten **Sponsoring Summit** (Markt-Studien, Fachtagung mit Hamburg-Schwerpunkt) bieten der Fachverband Sponsoring FASPO, die Agenturgruppe pilot und die Handelskammer Hamburg am 25. März von 10:30 bis 17:00 Uhr eine Informations- und Netzwerk-Plattform für Unternehmen, Agenturen, Vermarkter, Marktforscher, Dienstleister und andere wichtige Marktpartner. Im Anschluss werden die **17. Internationalen Sponsoring Awards** verliehen und bedeutende Persönlichkeiten in die „Hall of Fame Sponsoring“ aufgenommen. Infos: [www.faspo.de](http://www.faspo.de).

03: Am 18. und 19. Mai findet in Wiesbaden der **Kongress der Deutschen Fachpresse 2010** statt. Motto: "Wege in die Zukunft - Chancen der Digitalisierung". Der Abend des ersten Kongresstages steht ganz im Zeichen der Preisverleihung der beiden Branchen-Awards „Fachmedien des Jahres 2010“ und „Fachjournalist des Jahres 2010“ mit anschließendem Abend der Kommunikation. Infos: [www.deutsche-fachpresse.de/kongress](http://www.deutsche-fachpresse.de/kongress).

04: Am 24. März lädt die **Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Stuttgart** Marketing- und PR-Verantwortliche von 11 bis 14 Uhr ins Rathaus. Das **Expertenforum „Wirtschaft trifft Internationale Kommunikation“** diskutiert hier, wie exportorientierte Unternehmen ihren Erfolg im Ausland mit Kommunikation unterstützen können. Als spezialisierte Dienstleister liefern die Stuttgarter Kreativ-Unternehmen local global, Sympra und oha communication dazu Impulse. Der europäische Pharma-Logistiker Movianto berichtet aus der Praxis. Erweitert wird das Forum um Vertreter der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) und der International Public Relations Association (IPRA). „Wirtschaft trifft Internationale Kommunikation“ findet im Rahmen einer Veranstaltungsreihe statt. Ziel es ist, den Dialog

zwischen regionalen Unternehmen und Experten der Kreativwirtschaft intensiv zu fördern.

## Ausbildung + Seminare

### Ausbildung compact (7) (07.KW-2010)

01: Das Deutsche Institut für Public Relations (**DIPR**), Hamburg bietet vom 6. bis 14. März wieder sein praxisorientiertes **Grundseminar „Methodische Öffentlichkeitsarbeit“ Teil 2 (G2)** an. Das Intensiv-Training vermittelt neben Grundlagenwissen wichtige Themen des Berufsfeldes Public Relations. Innerhalb der acht Tage lernen die Teilnehmer konzeptionell zu arbeiten um auch komplexe Aufgabenstellungen in PR-Agenturen oder PR-Abteilungen zu bewältigen. Infos: [www.dipr.de](http://www.dipr.de).

02: Systematisch die gesamte Bandbreite moderner PR erfahren. Erarbeiten, analysieren, konzipieren, koordinieren, schreiben, planen, vor allem aber: für die Berufspraxis trainieren. Das steht auf dem Programm des **AFK-Trainings B1– Basistraining PR**, 1. Teil: Einführung und Grundlagen vom 03. bis 07. Mai in Alzey. Schwerpunkte: Wirkweise von PR, Journalistik und Medienarbeit, Konzeptionstechnik (SWOT-Analyse, Strategieentwicklung, Taktikplanung, Controlling), Unternehmens- und Veranstaltungskommunikation. Infos: [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com).

03: Alle Fähigkeiten eines PR-Beraters trainiert das **AFK-B2 – Basistraining PR**, 2. Teil: Instrumentarium für PR-Professionals und spezielle Anwendungsfelder der PR. Schwerpunkte des AFK-Trainings sind Beratungspsychologie, Konzeptionstechnik in der praktischen Anwendung, CI, interne Kommunikation, Krisenkommunikation, PR-Controlling und Präsentationstechnik. Termin: 12. bis 16. April in Alzey. Infos: [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com)

04: Die Deutschen verbringen durchschnittlich mehr als vier Stunden im Monat auf Social Media Seiten wie Facebook, YouTube, Twitter oder Blogs - Tendenz stark steigend. Auch Unternehmen wissen um die Relevanz dieser Kommunikationskanäle, reagieren aus Unwissenheit, Angst oder fehlender Strategie oft aber noch sehr zurückhaltend auf die Diskussionen im sozialen Netz und lassen so Chancen ungenutzt verstreichen. Parallel wächst auf Unternehmensseite der Bedarf, sich entsprechendes Wissen anzueignen und gewinnbringend zu nutzen, jedoch sind umfassende Weiterbildungsangebote in Deutschland schwer zu finden. Diese Lücke schließt jetzt **Deutschlands erste Social Media Akademie (SMA)**, Berlin, die im Mai 2010 die ersten **Online-Vorlesungen** anbietet. Infos: [www.socialmediaakademie.de](http://www.socialmediaakademie.de) über den am 5. Mai 2010 beginnenden viermonatigen „Basis Lehrgang Social Media“ informieren.

05: **Media Consulta (MC)**, Berlin **stärkt sein internes und externes**

**Weiterbildungsprogramm:** Auch in diesem Jahr hält die MC Academy über 50 Veranstaltungen sowohl für Mitarbeiter als auch für Kunden und Partner bereit. Im fünften Jahr ihres Bestehens liegt ein Schwerpunkt des Fortbildungsprogramms auf der Förderung von Soft Skills. **Außerdem erweitert die MC Academy ihre bewährte Reihe "Monday Lecture"**, in der Vertreter namhafter Unternehmen Einblicke in ihren Arbeitsalltag geben. Alle Kursteilnehmer haben in diesem Jahr die Möglichkeit, ihr Wissen über Zeitmanagement und Arbeitsorganisation, Teamführung und interkulturelle Kompetenz zu erweitern. Zusätzlich wird die Veranstaltungsreihe "Monday Lecture" ausgebaut: im März wird Carsten Grueber, Manager von Google und YouTube, Hintergrundinformationen zum beliebten Internet-Videoportale YouTube präsentieren. Zusätzliche Informationen zur MC Academy: [www.media-consulta.de/mc-academy.html](http://www.media-consulta.de/mc-academy.html).

06: **PR im Zeitalter von Social Media: Neues Studium in Düsseldorf.** Ab April bietet die

Düsseldorfer Akademie für Marketing-Kommunikation **DAMK** einen neuen Studiengang an: den Fachwirt Public Relations. Das berufsbegleitende Wochenendstudium garantiert eine praxisnahe Ausbildung zum PR-Profi in neun Monaten. Informationen zum PR-Studium an der DAMK gibt ein Info-Abend am 25. Februar um 18:15 Uhr in der Fachhochschule Düsseldorf, Josef-Gockeln-Straße 9. Anmeldung und Information: [info@damk.de](mailto:info@damk.de), 0211 373900, [www.damk.de](http://www.damk.de).

07: Das **mibeg-Institut Medien**, Köln startet am 1. März die **Weiterbildung "Cross Media Marketing und PR"**. Gerade in der unruhigen wirtschaftlichen Situation gewinnt crossmediales Marketing an Bedeutung. Eine öffentliche Förderung des Seminars ist zu 100% möglich. In der Weiterbildung "Cross Media Marketing und PR" vermittelt das mibeg-Institut Medien das grundlegende Handwerkszeug für die crossmediale Kommunikation, um Produkte und Marken zielgruppengerecht online wie offline am Markt zu platzieren. Infos: [www.mibeg.de](http://www.mibeg.de).

## Kommentare

### Kerlikowskys Kommentar über ... Griechische Schulden und europäische Realitäten



Guten Tag! In den täglichen Nachrichten steht gegenwärtig Griechenland wegen seiner hohen Verschuldung im Mittelpunkt der Berichterstattung. Dabei ist es keine Neuigkeit, dass griechische Politiker bei der Darstellung ihrer Finanzlage seit Jahren gelogen haben. Das ist ein Glücksfall für die meisten anderen EU-Länder; denn es lenkt davon ab, daß auch sie seit Jahren gegen die im Maastricht-Vertrag festgelegten zwei entscheidenden

Bestimmungen verstoßen: die Verschuldung in einem Haushaltsjahr darf nicht höher als drei Prozent des Bruttoinlandsprodukts liegen, die Gesamtverschuldung nicht über 60 Prozent. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Pfeffer & Salz & Senf

### Glückwunsch, Wolfgang Schäuble, zu dieser genialen PR-Kampagne!

Wahrlich, Sie haben als Bundesminister der Finanzen eine geniale Kampagne für den Fiskus und damit für alle ehrenwerten Bürger unseres Landes durchgezogen! Mit Hilfe der gesamten Medien ließen Sie verlauten, es gäbe da eine CD von einer Schweizer Bank, auf der viele Steuersünder enthalten sind, die unserem Lande nicht nur Millionen, sondern sogar Abermillionen an Abgaben vorenthalten haben. Und diese CD wollten sie kaufen, so verkündeten Sie im Rahmen Ihrer Kampagne, bei der Sie auch von Ihrer Regierungschefin unterstützt wurden. *Danke für die Genehmigung zum Abdruck der [Spießers Alfons-Glosse im Horizont-Blog "off the records" am 16. Februar. Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

### Schwerer Abschied vom Gas-Monopol

Manchmal benimmt sich Eon Ruhrgas noch wie ein Monopolist. Statt vernünftige Öffentlichkeitsarbeit zu machen, pflegt das Unternehmen gern die Geheimniskrämerei. Die Senkung der Beschaffungskosten, die es nun in Verhandlungen mit dem russischen Lieferanten Gazprom erreicht hat, wird es kaum an seine Kunden weiterreichen, sondern vor allem zur Verbesserung seiner Gewinn-Margen nutzen wollen. Doch es ist nur eine Frage der Zeit, bis auch auf dem Gasmarkt mehr

Wettbewerb herrscht und das Essener Unternehmen sein Diva-Verhalten ablegt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Internes - aus der Redaktion

### Pfeffer bloggt

Neun Einträge sind bereits online. In unregelmäßiger Folge soll es weitergehen. Gerhard A. Pfeffer ist jetzt auch unter die Blogger gegangen: [www.pepperia.de](http://www.pepperia.de). Unter dieser Domain ist das **Blog "Pepperia + Pepperlei"** zu erreichen - er hofft auf viele Leser (regelmäßige Leser können sich eintragen) und auch Kommentare.

Im Header heißt es: Dies wird das Tage-/Wochen-Buch von Gerhard A. Pfeffer, Sieburg. Chefredakteur des Online-Mediums "PR-Journal" ([www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de)). Mit Anmerkungen aus dem Berufsalltag, der 46-jährigen PR-Praxis und persönlichen Hinweisen (auch zu Politik, Wirtschaft, Kommunikationsbranche u.a.m.). Damit ist Pfeffer nun voll im Web 2.0 angekommen - nach seinen Einträgen/Profilen bei Twitter, Facebook, Xing und LinkedIn (später kommen noch Einträge bei Flickr und YouTube dazu). Mal sehen, ob ich dann noch Zeit zum Arbeiten (macht immer noch Spaß + ist erfolgreich) und für ein wenig Freizeit habe...

### Jobangebote

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

### Gesuche

Die 14 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

### Angebote (45)

#### Volontariat/Trainee

Die 6 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

[Jeschenko Berlin sucht PR-Volontär und Junior PR-Berater \(m/w\)](#)

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

[fischerAppelt, relations sucht Junior-Berater \(m/w\) für den Standort Berlin](#)

[Berater/in für Kommunikationsagentur in Berlin gesucht](#)

[PR-Assistenz/Teilzeit für Hamburger Agentur gesucht!](#)

[Juniorberater\(in\) "Energie und Umwelt" in Hamburg gesucht](#)

[fischerAppelt sucht Senior-PR-Berater \(m/w\) Healthcare, Frankfurt](#)

[Jungredakteur/in gesucht für Wiesbaden](#)

Teilzeitstelle (halbe Tage) bei PR+Kommunikation in Frankfurt am Main

fischerAppelt sucht PR-Berater / Campaigner (m/w) Schwerpunkt Health Care, Hamburg

Düsseldorfer Agentur sucht KOMMUNIKATIONS-BERATER/IN, denkend, mitfühlend, anpackend

Account-Manager/in gesucht, Berlin

medien-informationsdienst sucht Redakteur/in Hörfunk-PR

Junior-Berater/in für unser PR-Team in Frankfurt a.M.

Kreativer PR-Berater (m/w) gesucht, Heidelberg

PR-Redakteur(in) gesucht, Großraum Karlsruhe

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

## Unternehmen

Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit (20 Wochenstunden), Berlin

Vertriebsmitarbeiter für PR-Software gesucht, Düsseldorf

Public and Media Relations Manager (m/w), CH

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)

FRÖBEL sucht Mitarbeiter/in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Berlin

PR Assistenz in Teilzeit ab sofort gesucht, Berlin

## Freelancer

Erfahrene PR-Redakteurin sucht interessante Textprojekte

---

### Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 22. Februar 2009 – 22:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.547 Empfänger** versandt.

---

## Impressum:.....

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg





**Herausgeber:**

Gerhard A. Pfeffer , Siegburg

**Verlag:**

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

**Redaktion:**

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

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

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

**Ständige Kommentatoren:**

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

**Korrespondenten:**

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

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

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

TwinShore Ltd., Eschenweg 55, 24558 Henstedt-Ulzburg Telefon: +49 (0)4193 75.83.99 Telefax: +49

(0)4193 75.83.88 E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de

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

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

**E-Mail:**

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

**URL:**

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