

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 242 / 15. KW 2010

## Seite 1

### CIA entwirft Afghanistan-PR für Deutschland

Um eine speziell auf Deutschland zugeschnittene Public Relations-Strategie für den Afghanistan-Krieg zu entwerfen, wurde die so genannte CIA Red Cell, die Rote Zelle des amerikanischen Auslandsgeheimdienstes, aktiv. Diese Zelle ist für unkonventionelle Lösungsansätze zuständig. Zusammen mit einem Deutschlandkenner und Kommunikationsexperten aus Hillary Clintons Außenministerium erarbeitete die CIA-Spezialabteilung ein geheimes Konzept für das Afghanistan-kriegsmüde Deutschland. [tagesschau.de](http://tagesschau.de). Interessant auch hier bei "Meedia".

### Bundespräsidentensprecher Kothé steigt ins Agenturgeschäft ein

Die internationale Kommunikationsberatung Financial Dynamics (FD) hat Martin Kothé, den langjährigen Sprecher von Bundespräsident

Horst Köhler, mit Wirkung zum 1. Mai in die Geschäftsführung von FD in Deutschland berufen (Hauptsitz: Frankfurt am Main). Als Leiter des neuen Standorts in Berlin wird Kothé für das Public Affairs-Geschäft verantwortlich sein und das Beratungsangebot in diesem Bereich maßgeblich ausbauen. Mit seiner Berufung stärkt FD zudem das globale Leistungsangebot im Bereich Public Affairs, das Unternehmen und Institutionen politische Strategieberatung und Kommunikation in Europa, Nordamerika und Asien bietet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Pfeffers PR-Ranking 2009: Agenturen melden 3,4% Rückgang des Honorarumsatzes

Die Umfrage für das PR-Ranking 2009 ist ausgewertet und wurde am 14. April auf der Datenbankseite des PR-Journals veröffentlicht. 122 PR-Agenturen und -Berater sind im Gesamtranking vertreten. Alle Agenturen melden insgesamt 479,5 Millionen Euro an Honoraren und 4.533 Mitarbeiter. Dies ergibt beim gesamten Honorarumsatz für 2009 einen Rückgang von 3,4 Prozent gegenüber den Vergleichszahlen des Vorjahres. 112 Mitarbeiter wurden von den vergleichbaren Agenturen weniger beschäftigt, als im Vorjahr. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



## Personalien

### Personalien compact (20) (15.KW-2010)

#### AGENTUREN:

01: Mit **Nadine Neuenhaus** (28) und **Catherine Stauch** (28) erhält die Beauty-Unit der Düsseldorfer PR-Agentur Brandzeichen Verstärkung. Neuenhaus unterstützt das Team ab sofort als Account Director. Sie bringt Erfahrungen in den Bereichen Marketing, PR und Anzeigenmarketing mit. Stauch wird als Account Managerin im Max Factor-Team eingesetzt. Während ihres Magisterstudiums der Kommunikationswissenschaft und Anglistik war sie in der PR unterwegs und betreute Kosmetik-, Lifestyle- und Touristikkunden.

02: **Torben Lenz** (38) verstärkt die Kundenberatung im Gesundheitswesen der Agentur Faktenkontor in Hamburg. Zuvor war er sechs Jahre als Pressereferent Ansprechpartner für Medienanfragen der Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe tätig, steuerte die Pressearbeit bei der strategischen Kampagnenplanung und war verantwortlich für die Akquise von Medienpartnern.

03: **Daniel Görs** ist neuer geschäftsführender Gesellschafter von Eyecansee Communications in Hamburg. Er tritt die Nachfolge von **Gerrit Staronan**, der die Agentur verlässt, um sich künftig verstärkt eigenen TV- und

Redaktionsprojekten zu widmen. Staron arbeitet aber auch in Zukunft mit Eyecansee als Kooperationspartner für NewTV-, Video- und Bewegtbildkommunikation zusammen. Görs verantwortete zuvor unter anderem als Pressesprecher die PR der Deutsche Telekom Tochter FinanceScout24 AG und leitete zuletzt die Corporate Communications bei Axel Springers Immobilienportal Immonet.de.

04: **Nina Gosejacob** (39) wechselt als Creative Director for PR Concepts zu Grayling Deutschland (ehemals Trimedia) in Düsseldorf und verantwortet den Ausbau des Kompetenz-Centers "Energy, Environment & Industry". Als stellvertretende Leiterin unterstützt sie zudem **Anke Kisters** in der Leitung des Düsseldorfer Büros. Gosejacob kommt von Ketchum Pleon (ehemals Kohtes Klewes) in Düsseldorf, wo sie bisher als Senior Consultant Corporate Communications tätig war.

05: Die Hamburger Kommunikationsagentur Straub & Linardatos (S&L) erweitert ihr Beraterteam um **Carolin Best** (36) und **Tina Fahrenbach** (33). Best arbeitete zuvor mehrere Jahre als Account Director bei Weber Shandwick, nun ist sie für S&L als Seniorberaterin tätig. Fahrenbach verantwortete zuletzt bei S.R.I. / isodisnatura, einem Health Care-Unternehmen mit Sitz in Paris, die Kommunikationsaktivitäten für den deutschen Markt, bei S&L arbeitet sie als Beraterin.

06: **Stefan Millius** (38) kommt am 1. Mai als Senior Consultant zu Yjoo Communications in St.Gallen (CH). Zuvor war der Journalist Gründer und zehn Jahre Mitinhaber von wortwerk Medien, die 2008 von Metrocomm übernommen wurde.


**komm.passion**

**GPRA**  
 Gesellschaft  
 Public Relations Agenturen e.V.

07: **Katrin Tkotz** (30) kommt als PR-Beraterin zu pr nord.neue kommunikation in Braunschweig, sie wird unter anderem für die Öffentlichkeitsarbeit der Dachziegelwerke Nelskamp verantwortlich sein. Tkotz war zuvor Account Managerin bei der Online-Marketing-Agentur EOL Intermedia in Gießen.

08: **Christian Niemeyer** verstärkt als Senior Consultant das Beratungsteam von cherrypicker in Hamburg. Der studierte Jurist hat zuletzt die Beratung bei der Kommunikationsagentur endlichsommer in Hamburg geleitet, zuvor war er zwei Jahre bei DNS - Agentur für direkte Markenkommunikation und mehr als sechs Jahre bei Tequila (TBWA) als Management Supervisor tätig.

#### UNTERNEHMEN:

09: **Patricia Böhme**, bisher Senior Publicity Manager von Warner Bros. Pictures Germany und Warner Home Video Germany in Hamburg, tritt die Nachfolge von **Bert Büllmann** als Director of Publicity an und ist damit ab sofort verantwortlich für die PR-Kampagnen sämtlicher Produkte beider Geschäftsbereiche. Böhme war in der Werbung und an verschiedenen staatlichen Theatern tätig, bevor sie 1997 als Publicist zu Warner Bros. Pictures kam.

10: **Marc Haug** (47) leitet die neu formierte Abteilung "Presse + Kommunikation" der Bavaria Film (Holding) in München. Die Pressearbeit, die bisher in dem von **Tobias Gerlach** geleiteten Bereich "Strategische Planung,

Unternehmensentwicklung und Kommunikation" angesiedelt war, wird nun in einer eigenen Stabsabteilung organisiert. Haug kam im Oktober 2001 zur Bavaria Film, wo er zunächst innerhalb der Pressestelle den Bereich Online-Kommunikation verantwortete und später zusätzlich die Pressearbeit für den Geschäftsbereich Dienstleistungen betreute und die Stellvertretung des Abteilungsleiters übernahm.

11: **Kerstin Riedmüller** (41) verstärkt die Kommunikationsabteilung des Benchmarkingexperten compamedia in Überlingen. Die gelernte Politikwissenschaftlerin wird das Team bei der PR-Arbeit für die Projekte und die ausgezeichneten Unternehmen sowie bei der Organisation der Preisverleihungen unterstützen. Zuvor war sie als EU-Referentin beim Euro Info Centre in Trier, als Projektleiterin beim HSG-IMIT in Villingen Schwenningen sowie als Marketing- und Kommunikationsleiterin der Pädagogischen Hochschule in Weingarten tätig.

12: **Burkhard Henn** (39) ist ab dem 15. April als neuer Vice President Marketing europaweit für Marketing und PR von AutoScout24 sowie für das Redaktionsteam des AutoScout24-Magazins verantwortlich. Zuletzt stand der promovierte Betriebswirt als CEO an der Spitze des österreichischen Online-Marktplatzes ricardo.at, zuvor war er sechs Jahre in Marketing und PR für eBay Deutschland tätig.

13: **Tobias Funken** (36) verstärkt ab sofort das Marketing- und PR-Team der Paragon Software Group in Freiburg in der neu eingerichteten Position des Director Marketing Communication. Zuvor war

**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!**

er unter anderem als Director Corporate Communications EMEA für den Softwarehersteller Acronis tätig, wo er die Strukturen für die europäische PR- und MarCom-Abteilung aufbaute.

14: **Christoph Naucke** ist akkreditierter Partner des Entwicklers von PR-Software-Lösungen Convento in Neuss. Er wird Convento-Kunden beraten und dabei vor allem sein Know-How in der Medienresonanz-Analyse weitergeben. Naucke leitet seit 2008 seine eigene Agentur naucke\_kommunikation in Hersbruck, nachdem er zehn Jahre in der Kommunikation der KarstadtQuelle Versicherungen tätig war, zuletzt als Leiter der Unternehmenskommunikation.

#### VERBÄNDE UND INSTITUTE:

15: **Martin Wortmann** (56) verstärkt als Professor für Unternehmensführung, Unternehmenskommunikation und Publizistik die Fachhochschule des Mittelstands (FHM) in Bielefeld. Seit 2009 ist er Leiter des FHM-Instituts ITM (Institut für Technologie und Management), aktuell verantwortet er die Entwicklung und Akkreditierung der dualen Studiengänge Technologiemanagement und Baubetriebsmanagement.

16: **Guido Rijkhoek** (45) ist neuer Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Universität Kassel, er tritt damit die Nachfolge von **Bernt Armbruster an**. Der freie Journalist hat Rijkhoek

hat bislang insbesondere für die Nachrichtenagentur AP in Wiesbaden gearbeitet seit 1999 arbeitete er zusätzlich für das Handelsblatt und seit 2002 hat er darüber hinaus Marketingprodukte für die Stadt Wiesbaden entwickelt.

17: **Peter Zolling** ist neuer Pressesprecher der Initiative "Chancen für alle – Hamburger Allianz für Bildung", nach seinem zunächst ehrenamtlichen Engagement übernimmt Zolling jetzt offiziell die Position des Pressesprechers für den Verein. Nach mehrjähriger Tätigkeit als Hörfunk- und Fernsehmann beim Süddeutschen Rundfunk war er in den neunziger Jahren politischer und zeithistorischer Journalist beim "Spiegel". Zolling folgt auf **Stefanie von Berg**, die auch Pressesprecherin der Elterninitiative PROSchulreform Hamburg ist und sich künftig auf diese Funktion konzentrieren will.

18: **Patricia Jungnickel** (32) wird ab 1. Juni neue Pressesprecherin des Bistums Limburg und übernimmt die Leitung der Abteilung Informations- und Öffentlichkeitsarbeit im Bischöflichen Ordinariat. Sie tritt die Nachfolge von **Robert Eberle** an, der im November 2009 ins Erzbistum Freiburg gewechselt ist. Die Journalistin Jungnickel war bislang als Pressereferentin in der Stabsstelle für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Erzbistums Köln.

19: **Stefanie Terp** (38) ist neue Pressesprecherin und Leiterin des Referats Presse und Information der TU Berlin. Sie folgt auf **Kristina R. Zerges**, die das Referat seit 1990 geleitet hat und sich aus dem

**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!**



aktiven PR-Dienst verabschiedet. Terp ist seit 2000 im Pressereferat der TU Berlin, einer Stabsstelle des Universitätspräsidenten, als stellvertretende Leiterin tätig.

### **POLITIK UND BEHÖRDEN:**

20: **Steffen Streu** (51) ist neuer Pressesprecher und Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten (MWE) des Landes Brandenburg in Potsdam. Er arbeitete zuvor als freier Mitarbeiter beim RBB-Fernsehen als Reporter und Redakteur in den Ressorts "ARD Aktuell", "Brandenburg Aktuell" und "Wirtschaft, Arbeit, Sparen".

## **Etats**

### **Bundespresseamt entscheidet sich für MetaDesign**

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA) hat sich bei der Vergabe seines Kommunikationsetats für MetaDesign entschieden. Die Berliner Agentur löst damit ab sofort den bisherigen Etathalter Media Consulta ab und begleitet die Bundesbehörde zukünftig bei der Entwicklung von Kommunikationsstrategien, der Konzeption und Gestaltung von Kommunikationsmaßnahmen sowie der Pflege und Weiterentwicklung des Corporate Designs der Bundesregierung. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **Deutscher Bundestag sucht Corporate Publisher**

In einem Ausschreibungsverfahren vergibt der Deutsche Bundestag in Berlin einen Rahmenvertrag für die redaktionelle Erstellung bzw. laufende Aktualisierung von mehrseitigen Flyern (ggf. mit einseitig oder beidseitig bedruckten Einlegern) nach den Vorgaben des Corporate Design für einen Zeitraum von zwei Jahren mit zwei Verlängerungsoptionen für je ein weiteres Jahr. [Öffentliche Ausschreibung](#)

### **Hamburg Marketing sucht Kommunikations-Dienstleister**

Die Hamburg Marketing Gesellschaft (HMG) schreibt eine Dienstleistung zur Ansprache von jungen Talenten aus. Der Ausschreibungsgegenstand beinhaltet zwei aufeinander abgestimmte Teilmaßnahmen, die im deutschsprachigen Raum öffentlichkeitswirksam werden. Der Auftragnehmer konzipiert die beiden Kommunikationsmaßnahmen direkt im Anschluss an den Vertragsabschluss und setzt sie spätestens ab August 2010 um. Die HMG stellt eine Sockelfinanzierung von insgesamt 250.000,00 Euro, die Maßnahmen müssen jedoch zu einem Großteil durch einzuwerbende Sponsoren und Partner finanziert werden. [marketing.hamburg.de](http://marketing.hamburg.de)

### **Etats compact (26) (15.KW-2010)**

01: Gizeh Verpackungen, Bergneustadt  
was: *Pressearbeit*  
an: **möller pr**, Köln

02: Feel China, Hamburg  
was: *Onlinekommunikation*  
an: **Eyecansee**, Hamburg

03: Initiative "Vermissten-Suche", Berlin  
was: *Pressearbeit und PR-Strategie*  
an: **PresseDesk**, Berlin

04: galleryy - individual art, München  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*  
an: **Lewis PR**, München

05: Siemens Professional Education (SPE),  
Paderborn  
was: *Pressearbeit, externe Pressestelle*  
an: **Redaktionsbüro für Bild + Text, Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit**, Hannover

06: Deutsche Gesellschaft zur Rettung  
Schiffbrüchiger (DGzRS), Bremen  
was: *Gesamtbetreuung der Charity-Gala*  
an: **Butterfly Communications**, Berlin

07: Itellium Services, Essen  
was: *Positionierung in der Wirtschaftspresse*  
an: **Storymaker Agentur für Public Relations**,  
Tübingen

08: Avocent International, Ismaning  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der  
EMEA-Region*  
an: **Maisberger**, München

09: Runners Point Warenhandelsgesellschaft,  
Recklinghausen  
was: *PR- und Social Media-Maßnahmen für die  
Marke Sidestep*  
an: **Counterpart Group**, Köln

10: Gembrid Deutschland (G-Cube, A4Tech),  
Soest  
was: *Pressearbeit, Marken- und Produkt-PR in  
Fach- und Publikumsmedien*  
an: **Alpha & Omega PR**, Bergisch Gladbach

11: titan Kofferwerk, Penzberg  
was: *Gestaltung und Kommunikation eines  
weltweit einheitlichen Markenauftritts*

an: **MetaDesign**, Berlin  
und **Serviceplan Brand PR**, München

12: Dr. Niedermaier Pharma, Hohenbrunn  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Italien,  
Frankreich, Österreich und der Schweiz*  
an: **AxiCom Cohn&Wolfe**, Puchheim

13: Advanced Micro Devices (AMD) Embedded  
Business Unit EMEA, Dornach b. München  
was: *lokale Präsenz und Öffentlichkeitsarbeit in  
Zentraleuropa (vorrangig DACH-Region)*  
an: **Intercomp**, Puchheim

14: Unilever, Hamburg  
was: *Online-Kommunikation zur  
Produkteinführungskampagne der Produktlinie Dove  
Men+Care*  
an: **Interone**, Hamburg

15: Leica Camera, Solms  
was: *Positionierung der Unternehmensmarke über  
Interne Kommunikation bis zur gesamten  
Medienarbeit*  
an: **SEA Public Relations**, Frankfurt am Main

16: scake food, Münchberg  
was: *Presse-, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit in  
Fach-, Publikums- und Tagespresse im  
deutschsprachigen Raum*  
an: **PR4You**, Berlin

17: SEM Software Entwicklungs- und Vermarktung,  
Crimmitschau  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie  
Kommunikationsmaßnahmen zur Markteinführung  
von StayContact*  
an: **Daylight-Public Relations International**,  
Dresden

18: Bundesministerium des Innern (BMI), Berlin  
und Bundesstiftung zur Aufarbeitung der SED-  
Diktatur, Berlin  
was: *Grundschulprojekt "Spiel der Deutschen  
Einheit" um Schülerinnen und Schülern die*

*deutsche Teilungs- und Einheitsgeschichte näher zu bringen*

19: Deutsche Behindertenhilfe - Aktion Mensch, Bonn

*was: Konzeption, Kreation und Produktion von Arbeitsmaterialien sowie begleitende PR-Arbeit zum Thema Armut für die schulische und außerschulische Bildungsarbeit*

an: **capito – Agentur für Bildungskommunikation**, Berlin

20: Malaga (ES)

*was: Deutschland-Repräsentanz und PR-Arbeit*

an: **global communication experts**, Frankfurt am Main

21: International Watch Company (IWC), Schaffhausen (CH)

*was: konzeptionelle Planung und Durchführung von lokalen PR-Aktivitäten, Medienevents, Messebegleitung und Medienarbeit in der Schweiz*

an: **Jung von Matt/Limmat**, Zürich (CH)

22: Fastbox, Wien (AT)

*was: Presse und Öffentlichkeitsarbeit*

23: BKB Rechtsanwälte Beck Krist Bubits & Partner, Mödling (AT)

*was: Presse und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **The Skills Group**, Wien (AT)

24: Fosh Food, Palma, Mallorca (ES)

*was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

25: Hotel Bon Sol, Illetas, Mallorca (ES)

*was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

26: Hotel Es Recó, Randa, Mallorca (ES)

*was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Angelika Hermann-Meier PR**, Diessen am Ammersee

## Branche

### Zweite Generation der Jugendagentur Youth to Youth startet

Die vier Berlinerinnen Mia Lücker, Franziska Falk, Diana Hoge und Linda Wawrzinek bilden das neue Team der studentischen Kommunikationsagentur für Jugendmarketing Youth to Youth

Communication in Berlin. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Branche compact (4) (15.KW-2010)

01: **Weber Shandwick präsentiert ein neues E-Book "Chief Communications Officers: First 100 Days"**. Hierin teilen hochrangige Leiter für Unternehmenskommunikation (Chief Communication Officers = CCOs) aus der ganzen Welt ihre Erfahrungen und Ratschläge für die wichtigen ersten Wochen im Job. Das englischsprachige Mini-Book zitiert erfahrene Kommunikationsprofis aus Großunternehmen in Europa, Nordamerika und Asien und beinhaltet zwölf Lektionen für einen erfolgreichen Start als CCO. [Das E-Book zum Download](#)

02: Lutz Leukhardt, Tom Fabris und Lars Radau, drei professionelle Texter und Redakteure, die seit Jahren in ihrem Metier arbeiten, haben **in Leipzig die Texterkolonie gegründet**. Für Agenturen arbeiten sie als externe Konzeptions- und Text-Unit, entwickeln Kampagnen sowie Copytexte und übernehmen redaktionelle Arbeiten im Web und für Corporate Publishing. Für Firmen sind die Kolonisten Partner für eine ganzheitliche Unternehmenskommunikation vom Konzept bis zur Gestaltung und Realisierung, und Verlage können auf die [Texterkolonie](#) als externen Redaktionspartner zugreifen.

**03: Die Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) hat Möller Horcher Public Relations in Offenbach als 35. Mitglied aufgenommen.** Kernkompetenz der 2000 gegründeten Agentur sind Public Relations im Sinne der klassischen Medienarbeit mit Schwerpunkt auf komplexen Themen, vor allem aus dem IT-Bereich. Die Gesellschafter Gabriele Horcher und Thomas Möller verstehen sich als strategische und inhaltliche Sparringspartner sowie als Positionierungs- und Marketingberater ihrer B2B-Kundengruppen. Die Agentur ist seit 2001 international aufgestellt und hat begonnen, mit Partnern aus verschiedenen Ländern ein eigenes Netzwerk zu entwickeln.

**04: Die MS&LGroup hat ihre neue Digital-Practice für Europa vorgestellt.** Die neue Sparte der Publicis-Organisation für PR und Corporate Communications vereint die Expertise der bereits bestehenden Digital-Angebote für Europa, den nahen Osten und Afrika. Unter der Leitung des Franzosen Stanislas Magniant wird die Digital Practice für lokale und internationale Kunden Social Media-Analysen, Online-PR, Community Management und Strategien für digitale Inhalte bieten. In Deutschland besteht die MS&LGroup aus den Agenturen MS&L und Publicis Consultants.

## Social Media + Web 2.0

### Online-PR: DRPR will neue Wege gehen

Für vier Wochen stellt der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) seinen Vorschlag zur Richtlinie zur Online-PR im Internet öffentlich zur Diskussion. "Während die bisherigen Richtlinien im Wesentlichen in Expertenkreisen erarbeitet wurden, wollen wir hier den öffentlichen Dialog, insbesondere mit der Internetszene suchen. So

können wir einerseits etwas dazu lernen und andererseits auch Unterstützer für mehr Transparenz und Absenderklarheit im Web gewinnen", erläutert Ratspräsident Richard Gaul das Vorgehen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Twitter, Facebook und Co. am Arbeitsplatz: Verhaltensregeln für das Web 2.0

Privates Surfen im Internet während der Arbeitszeit ist dank sozialer Netzwerke beliebter denn je - und birgt etliche Stolperfallen für die Firmen. Während man sich in den USA bereits dafür gerüstet hat, erkennen deutsche Firmen erst langsam Gefahren und Möglichkeiten. Stewardessen meckern bei Facebook über Fluggäste, eine Lehrerin lästert beim Kurzmeldungsdienst Twitter über schwierige Schüler und ein Angestellter posaunt seine Abneigung gegen Homosexuelle über das Twitter-Konto seines Arbeitgebers in die weite Welt hinaus. Mitarbeiter, die sich in sozialen Netzwerken tummeln, sind für Firmen eine Herausforderung - aber auch eine Chance. Um Schaden vom Arbeitgeber abzuwenden und die Internetlust sogar zu nutzen, braucht es klare Ansagen, sogenannte "Social-Media"- Richtlinien. Deutsche Unternehmen entdecken gerade erst diese Spielregeln, in den USA sind sie längst gang und gäbe. *Den Artikel von Christiane Gläser/dpa am 17. April in "SpiegelOnline" [hier weiterlesen](#).*

### Bürgerjournalismus? Aber ja doch!

Blogger sind auch nicht mehr das, was sie einmal waren. Thomas Strobl jedenfalls liefert uns eine erstaunliche Betrachtung zum Verhältnis von alten und neuen Medien, die man so von einem "Blogger" nicht erwarten würde. Seiner Auffassung nach werden Massenmedien



auch in Zukunft ihre Ankerfunktion in der Gesellschaft behalten, weil Blogs, Foren und Social Networks im Internet eines nicht könnten: Nachrichten und damit "Wahrheit" zu produzieren: "Die Massenmedien sind aber keine Distributeure, sondern Produzenten. Produzenten von Nachrichten, Produzenten von "Wahrheit", Produzenten von Öffentlicher Meinung, Produzenten von Stabilität in den Erwartungen." [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Social Media compact (6) (15.KW-2010)

**01: IVW Online: Die größten Nachrichtenportale im März 2010:** Bild.de liegt nach den Zahlen von IVW Online an der Spitze der deutschen Nachrichtenportale. Das Portal erreicht im März 137,3 Millionen Zugriffe. Dahinter folgt Spiegel Online mit 128,1 Millionen Visits. Das weitere Verfolgerfeld hält gebührenden Abstand: die drittplatzierte Nachrichtensite Focus Online erreicht nur noch 28,6 Millionen Visits. [horizontstats.de](#)

**02: Im Durchschnitt verbringt derzeit jeder Deutsche über 14 Jahren 100 Minuten täglich im Internet.** Dies entspricht einem Zuwachs um 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr. 2009 waren es erst 88 Minuten. Unter 30-Jährige surfen täglich sogar fast 200 Minuten. Das hat eine aktuelle Erhebung des Hightech-Verbands BITKOM ergeben. [bitkom.org](#)

**03: Die zweite Version des Prismas für die deutsche Social-Media-Landschaft ist da.** Das Besondere: Das Prisma zeigt nicht nur prägnante Veränderungen des letzten halben Jahres, sondern ist dieses Mal von den Usern mitgestaltet worden. Nach der ersten Version, die im September 2009 veröffentlicht wurde, erscheint nun die zweite exemplarische

Darstellung der Social Media im deutschsprachigen Raum. [ethority.de](#)

**04: Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) hat sein neues Forum Medien- und Netzpolitik konstituiert** und Tobias Koppitz, Justiziar und Referent Medienpolitik des BVDW als Sprecher benannt. Ziel des Forums ist die engere Verknüpfung zwischen der Medienpolitik des Verbandes mit den relevanten Politikfeldern im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung und den täglichen Anforderungen der Mitglieder. [bvdw.org](#)

**05: Whitepaper Online-PR Mediaplanung – Erfolgreiche PR-Strategien im Web 2.0:** Neue Kommunikationsmedien wie Presseportale, Social Communities, Blogs und Twitter verändern die Medienlandschaft und das Kommunikationsverhalten der Zielgruppen. Für Unternehmen bieten die neuen Medien des Web 2.0 auch viele neue Möglichkeiten für die Öffentlichkeitsarbeit. [pr-gateway.de](#)

**06: NRW-Wahlkampf: Internet ist noch nicht wahlentscheidend.** Studie der Universität Hohenheim belegt: Bedeutung des Internets für politische Meinungsbildung im Wahlkampf ist überraschend gering. Trotz aller Web 2.0-Aktivitäten der Wahlkämpfer: Das Internet wird den geringsten Beitrag leisten, um NRWs künftigen Regierungschef zu küren. Zu dieser Prognose kommt Prof. Dr. Thorsten Quandt vom Lehrstuhl für interaktive Medien- und Onlinekommunikation der Universität Hohenheim.. [uni-hohenheim.de](#)

## Medien

### Professionelle Nachrichtenauswahl? Gute Nachrichten, schlechte Nachrichten

Heute lernen wir etwas über die Kriterien professioneller Medien bei der Nachrichtenauswahl. Und über als Journalismus getarnten Lobbyismus in eigener Sache. Vor zwei Monaten hatte die FDP-Europaabgeordnete Silvana Koch-Mehrin eine Idee, wie sich die Welle der hysterischen Berichterstattung über eine geplante iPhone-Anwendung von tagesschau.de noch weiter verlängern ließ — und sie auf ihr reiten könnte: Sie stellte eine parlamentarische Anfrage an die EU-Kommission, ob sie in dieser Sache „Handlungsbedarf“ sehe. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (5) (15.KW-2010)

#### 01: Umbruch der Medienwelt - US-Journalisten fürchten den eigenen Untergang:

So apokalyptisch war die Stimmung unter US-Medienmachern selten. Mehr als die Hälfte der Befragten in einer Studie unter Zeitungsjournalisten gibt dem eigenen Haus nur noch zehn Jahre oder weniger - wenn sich nicht neue Geldquellen auftun. Die aber sind nicht in Sicht: Die Magazin-Erlöse etwa gingen erneut zurück. [spiegel.de](#)

#### 02: Live oder nie: Deutsche lassen ihre

**Recorder aus:** Seit neun Monaten wird nun auch die zeitversetzte und Außer-Haus-Nutzung des Fernsehens gemessen. Erkenntnisse: Deutsche zeichnen nicht auf, bleiben montags zu Hause und schauen die Bundesliga und DSDS mit Freunden. Anfang Juli vergangenen Jahres stellte die AGF die Quoten-Messung - begleitet

von einigen Problemen - um. Seitdem werden auch die zeitversetzte Nutzung mit Video-, DVD- oder Festplattenrekordern sowie die Außer-Haus-Nutzung mit gemessen. [dwdl.de](#)

03: **IVW I/2010:** "Landlust" legt um knapp 50 Prozent zu, "TV Spielfilm" verliert: Im 1. Quartal leiden laut den aktuellen IVW-Zahlen vor allem die IT- und Computertitel (minus 10,9 Prozent) unter Aufschwund. Zweistellig prozentual legen lediglich die Kinderzeitschriften (plus 19,6) zu. Die großen Segmente der aktuellen Zeitschriften und Magazine (minus 4,2) und Programmzeitschriften (minus 3,9) verlieren dagegen leicht. Hier ein Blick auf die übrigen Ergebnisse. [horizont.net](#)

04: **Die neuen Quartalsauflagen der Zeitungen,** Welt verliert 5%, Handelsblatt 6%. Die großen überregionalen Tageszeitungen haben im ersten Quartal 2010 im Durchschnitt 1,6% ihrer Vorjahres-Auflage verloren. Das zeigen die am Mittwoch veröffentlichten IVW-Zahlen. Besonders bitter sah es dabei für das Duo Welt/Welt kompakt, sowie für das Handelsblatt aus, die 4,8% bzw. 6,3% ihrer Verkäufe einbüßten. Bei den Wochen- und Sonntagszeitungen ist der Aufstieg der Zeit vorerst gestoppt: Mit einem Mini-Minus von 0,5% bleibt das Blatt aber über der 500.000er-Marke. [meedia.de](#)

05: **Das iPad ist die erste Ikone des mobilen Internets:** Kommen bald journalistische Beiträge in den Einzelverkauf? Das iPad wird die Mediennutzung von morgen und das mobile Internet stark prägen. Damit verbunden wird auch der separate Verkauf einzelner journalistischer Beiträge immer wahrscheinlicher, so ein Fazit des media coffees der dpa-Tochter news aktuell. Mehr als 400 Pressesprecher, PR-Fachleute und Journalisten waren in Hamburg zu Gast bei der Auftaktveranstaltung zur neuen Diskussionsreihe. "Kommunikation 2020 - Aufbruch in ein neues Informationszeitalter?". [presseportal.de](#)

## Services + Tipps

### Die Top 10 der PR-Bücher auf Amazon

Vor kurzem haben wir das Ergebnis einer Umfrage nach den beliebtesten PR-Büchern veröffentlicht ([hier nachlesen](#)), heute nun das Verkaufsergebnis bei Amazon.

Neue Trends und Basics – in der Kommunikation ist es wichtig, neben dem Basishandwerk, neue Wege zu gehen. Public Relations muss den Puls der Zeit erkennen, um die täglichen Anforderungen der Kunden zu erfüllen. Vielleicht ist es auch gerade das Kommen und Gehen unterschiedlicher Trends, das Autoren bewegt, zahlreiche Bücher über das Thema PR zu schreiben. Über 30.000 Einträge ergibt allein die Suche mit dem Schlagwort „PR“ auf Amazon.de. Wir haben das zum Anlass genommen, um die Bestsellerliste des Internet-Buchhändlers mal genauer unter die Lupe zu nehmen. Regelmäßig präsentieren wir Ihnen ab jetzt eine Übersicht der gefragtesten PR-Bücher aus den Amazon Verkaufsrängen.

Den Artikel von Rebekka Müller am 19. April im "PR-Agentur-Blog" [hier online weiterlesen](#).

### Service compact (4) (15.KW-2010)

**01: YouGov BrandIndex Tankstellen leiden unter Abzocker-Image:** An hohe Kraftstoffpreise vor den Ostertagen haben sich die Deutschen mittlerweile gewöhnt, dennoch war auch in diesem Jahr die Aufregung groß. Die Folge: Viele Tankstellenketten fallen bei den Verbrauchern in Ungnade, schreibt Holger Geißler von YouGovPsychonomics. (...) Wie sehr die verschiedenen Tankstellenketten unter der öffentlichen Diskussion leiden, zeigt eine aktuelle Imageanalyse auf Basis des Markenmonitors YouGov BrandIndex. Demnach haben zahlreiche

Marken in den vergangenen Wochen deutliche Imageverluste erlitten. [wiwo.de](#)

**02: Junge Deutsche und deren Verhältnis zum Auto:** In der 16. Welle der deutschlandweit von tfactory durchgeführten Jugendtrendstudie Timescout wurde insbesondere die Einstellung der jungen Deutschen zu Auto und Autofahren untersucht. Befragt wurden 1.200 Jugendliche und junge Erwachsene in sechs deutschen Großstädten. 75% der 20- bis 29-jährigen Deutschen haben eine Fahrerlaubnis, aber 45% der FahrerlaubnisbesitzerInnen fahren kaum Auto. Darüber hinaus sagen fast 80% der Befragten, dass man in der Stadt aufgrund des gut ausgebauten öffentlichen Verkehrs kein Auto braucht. Weitere 45% der jungen Deutschen finden "Leute, die dicke Autos fahren, unsympathisch" und fast 40% sind der Auffassung, dass "Autos heute nicht besonders angesagt sind". [presseportal.de](#)

**03: Die internationale Kommunikations-Agentur Waggener Edstrom Worldwide (WE) hat zusammen mit dem US-amerikanischen Magazin PR News today eine Studie zum Thema Social Media als Instrument zur PR-Messung** durchgeführt. Knapp 800 Kommunikationsverantwortliche in den USA wurden zu Herangehensweise und Bewertung von Social Media-Ergebnissen befragt. Noch immer gehen die Auffassungen über Definition und effektiver Durchführung der Messung von Social Media weit auseinander. Insgesamt 40% der Befragten gaben sogar an, dass das Management gar kein entsprechendes Reporting über die Social Media-Aktivitäten erwartet.

**04: Das Edelman Health Barometer 2010** untersuchte weltweit zum zweiten Mal das Informationsverhalten der Bevölkerung bezüglich ihrer Gesundheit. Darüber hinaus wurde erhoben, welche Erwartungen und Wünsche die breite Öffentlichkeit an Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen in Hinblick auf das Thema Gesundheit hat. Die Umfrage wurde von

StrategyOne, einem Marktforschungs-Unternehmen aus dem Edelman-Netzwerk, durchgeführt. Im Zeitraum vom 24. Februar bis 8. März 2010 wurden 15.257 Erwachsene (über 18 Jahre) aus 11 Ländern mittels Online-Interviews befragt. [edelman.com](http://edelman.com)

## Termine + Tagungen

### Globale Wirtschafts- und Ethikforum (GWEF) am 1. Juni 2010

Zum dritten Mal veranstalten die Magazine "politik&kommunikation" und "pressesprecher" am 1. Juni in Berlin das Globale Wirtschafts- und Ethikforum (GWEF). Unter dem Titel "Verantwortungsvolles Wirtschaften zwischen Kontinuität und Krise" diskutieren im Berliner Ernst-Reuter-Haus unter anderem: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### K2-Fachtagung Onlinekommunikation am 16. und 17. Juni in Düsseldorf

Die Referenten der "K2-Fachtagung Onlinekommunikation" am 16. und 17. Juni im "Courtyard by Marriott Hotel Seestern" in Düsseldorf stehen fest. Hochkarätige Experten aus der Unternehmenskommunikation verraten, wie sie die digitalen Kanäle für ihre Zielgruppenansprache nutzen: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Termine compact (5) (15.KW-2010)

01: Am 17. Juni führt die Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ) die dritte Schweizerische **Fachtagung "Communications**

**Controlling" zum Thema "Mehr Wirkung in der Kommunikation"** durch und befasst sich mit Controlling in der Unternehmenskommunikation auf allen Ebenen. Namhafte Experten aus Wissenschaft, Beratung und Praxis referieren und diskutieren. [fh-hwz.ch](http://fh-hwz.ch)

02: **"Social Media now – Real Target Groups – Real Effects – Real Marketing"** ist das Motto der Infect2010, der Konferenz für Social Media und virales Marketing. Die zum dritten Mal in Düsseldorf stattfindende Konferenz bringt am 22. und 23. April Experten aus den Bereichen Social Media, Suchmaschinen-Marketing (SEO), Monitoring, Targeting und Campaigning zusammen. Rund 20 Referenten aus den Bereichen Trendanalyse, SEO, SEM, Affiliate, Social Media- und Viral-Marketing informieren Marketingentscheider und Kommunikationsverantwortliche über die aktuellen Entwicklungen. [infect-now.de](http://infect-now.de)

03: **Seminar Storytelling in der Medienarbeit:** Wer versteht, wie Journalisten Geschichten kreieren, gewinnt ihre Aufmerksamkeit und ihr Interesse – eine wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Medienarbeit. Das Seminar vom 31. Mai wird geleitet von Viktor Baumgartner. Der Dozent für Medienkommunikation und Trainer für Überzeugungsrhetorik coacht unter anderem auch CEOs börsenkotierter Unternehmen. Sie lernen, wie eine Geschichte erfolgreich in den Medien platziert wird und Sie erkennen die journalistischen Selektionskriterien als Grundlage von redaktionellen Geschichten. [spri.ch](http://spri.ch)

04: **Seminar Krisenkommunikation:** Nur wer sich optimal mit krisenrelevanten Themen auseinandersetzt, reagiert im Ernstfall angemessen und behält die Themenführerschaft. Sämtliche Grundlagen zu dieser Kommunikationsdisziplin vermittelt Ihnen am 14. und 15. Juni Patrick Senn von comexperts. Das praxisorientierte Seminar macht Sie mit den Instrumenten der Krisenkommunikation und ihrer Einbettung in die Gesamtkommunikation vertraut. Zudem erlernen Sie, ein Krisen-Manual zu erstellen

und wissen, wie man Medienmonitoring betreibt.  
[spri.ch](http://spri.ch)

**05: Round Table CSR, Social Entrepreneurship statt Big Business:** Unter "Social Entrepreneurship" versteht man eine unternehmerische Tätigkeit, die sich innovativ, pragmatisch und langfristig für einen wesentlichen und positiven Wandel in der Gesellschaft einsetzen will, ohne dabei die Wirtschaftlichkeit aus dem Blick zu verlieren. Eine Definition, die sowohl auf die Trinkwasserinitiative "Viva con Agua" als auch die Ausstellung "Dialog im Dunkeln" zutrifft. Das Werkstattgespräch will einen Blick hinter die Kulissen der beiden Hamburger Erfolgsgeschichten werfen und widmet sich dem "sozialen Unternehmertum" anhand von Beispielen und grundsätzlich. Wann und Wo: 20. Mai, 17:30 bis 20:00 Uhr in der Handelskammer Hamburg (Raum Elbe). [Infos und Anmeldung](#)

## Das PR-Interview

### Interview Nr. 32: Social Media ist zu selten strategisch in die Wertschöpfung der Unternehmen eingebunden

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

Interview mit Mirko Lange zum Stand der Umsetzung bei Social Media in Deutschland

**PR-Journal:** Alle reden von der wachsenden Bedeutung von Social Media. Aber wie sieht es mit der praktischen Umsetzung in konkrete Konzepte und Aktionen aus?

**Mirko Lange:** Gut. Und es wird täglich besser. Viele Agenturen stehen dem neuen Thema eher hilflos gegenüber, aber für immer mehr ist Social Media ein



fester Bestandteil ihrer täglichen Arbeit. Auch bei uns gibt es keine Aufgabenstellung, bei der wir nicht Social Media als möglichen Problemlöser prüfen. Bei 80 Prozent unserer Konzepte ist Social Media ein Teil des Kommunikationsmixes - nicht der dominierende Teil, aber ein strategisch wichtiger. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommentare

### Per Saldo: Das iPad braucht einen Umschlag

Das iPad kommt. Was viele nicht wissen: Damit stehen wir vor einem unerwartet großen Problem, das bisher sträflich vernachlässigt wird. Doch die Lösung naht. Seien wir doch ehrlich: Liest das hübsche Gegenüber in der U-Bahn oder der merkwürdige Sitznachbar im Flugzeug ein Buch, wollen wir unbedingt wissen, was da gelesen wird. Auch in Cafés verrenken wir uns gern den Hals, sofern wir im Vorübergehen keinen unauffälligen Blick auf das Cover werfen können. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Kerlikowskys Kommentar über... die EU-Regierungsgewalt in Brüssel



Guten Tag! In Brüssel hat sich eine EU-Regierung etabliert. Die 27 Regierungschefs der Mitgliedsländer, Kommissionspräsident José Manuel Barroso, "Außenministerin" Baroness Catherine Ashton und der ständige Ratspräsident Herman Van Rompuy tagten im Februar erstmals alleine in Brüssel. Die Regierungschefs hatten ihre Außenminister zu Hause gelassen. Sie handelten auf Grund des Anfang des Jahres in Kraft getretenen Vertrages von Lissabon, also der EU-Verfassung. Sie konnten erstmals unter sich Entscheidungen für die EU-Mitgliedsländer treffen, ohne dass eine parlamentarische Kontrolle vorstättengeht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



## Pfeffer & Salz & Senf

### Keine Häuptlinge, nicht einmal junge Wilde



Was waren das für Zeiten, als unsere Branche noch Köpfe hatte: VDEW-Sprecher Georg-Volkmar Graf Zedtwitz-Arnim mit seinem "Tue Gutes und rede darüber" zum Beispiel. Oder Albert Oeckl, den die meisten, wenn überhaupt, nur noch vom Nachschlagen kennen. Oder Günter Thiele, den unvergessenen GPRA-Präsidenten und Günter Bentele (den ersten Uni-Prof in Leipzig) sowie Heiner Springer, einer der besten PR-Chefs (langjährig bei Bayer, inzwischen im verdienten Ruhestand) und den unverwechselbaren (Deutsch-)Schweizer Jürg Leipziger – um nur einige zu nennen. Und um Gerhard Pfeffer nicht zu vergessen, der sie (wie ich) alle erlebt hat und der mir dieses "Salz-Kolumne" wieder einmal "erlaubt". Und heute? [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Norbert: Gerüchte + Gerichte

### Gericht: Evas Verlockung

**Bitte kein Magerjoghurt!** Damit erst gar keine Missverständnisse entstehen: In dieser Kolumne für Leckerschmecker wird es immer wieder Rezeptempfehlungen geben, die nicht nach der Kalorientabelle ausgesucht wurden. Denn Fett ist ein wichtiger Geschmacksträger. Und darüber hinaus notwendig, damit Vitamine wie D und die B-Gruppe vom Körper verarbeitet werden können. Darum steht in dem folgenden Rezept ziemlich fetter Joghurt neben noch fetterem Mascarpone. Wer sich für dieses köstliche Dessert entscheidet, muss ja vorher nicht unbedingt zu fettem Fleisch und buttrigem Kartoffelpüree greifen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Rezensionen

### Wolff: Medienarbeit für Rechtsanwälte

Uwe Wolff: "Medienarbeit für Rechtsanwälte. Ein Handbuch für effektive Kanzlei-PR". Verlag: Gabler, Wiesbaden, 1. Auflage, Dez. 2009, 182 Seiten. Preis: 34,95 Euro. ISBN: 978-3834914606  
*Rezension von Rüdiger Teutsch, Absolvent beim Bildungsinstitut [PR plus](#) in Heidelberg.*

Es gibt inzwischen für praktisch jedes Berufssparte den passenden PR-Leitfaden: für ambulante Pflegeberufe beispielsweise, für den eigenen kleinen Verein oder für Nonprofit-Organisationen. Nun gibt es also auch die individuelle PR-Beratung für Juristen: Autor Uwe Wolff, langjähriger Mitarbeiter des Nachrichtenmagazins Focus und inzwischen Kommunikationsberater, erklärt in 65 Kapiteln, was Anwälte seiner Ansicht nach über den Themenbereich Public Relations wissen sollten. Dabei konzentriert sich Wolff jedoch fast ausschließlich auf den Aspekt der Medienarbeit und stellt so die Journalisten als mögliche Multiplikatoren des juristischen Schaffens in den Mittelpunkt seines Buches. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## PR-Digest (Lesehinweise)

### Getting Started in Public Relations: Die ersten drei Berufsjahre

Eine empirische Untersuchung des PR-Berufsfeldes: Der stark boomende Zuwachs an Aus- und Weiterbildungsangeboten in Public Relations in den letzten Jahren hat erneut die Diskussion nach einer Professionalisierung im PR-Berufsfeld angekurbelt. Gerade weil das Thema Aus- und Weiterbildung für die PR-Branche ein wichtiges Kriterium für einen professionellen Berufszugang ist, hat die folgende Studie bzw. Arbeit das Ziel, das österreichische PR-Berufsfeld zu analysieren. Dabei soll es nicht nur um die Bewertung einzelner Aus- und Weiterbildungsstätten gehen, sondern vielmehr der Frage nachgegangen werden, inwieweit das PR-Bildungsangebot mit den Anforderungen der Praxis übereinstimmt. [diplom.de](#)

## Jobangebote

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

### Gesuche

Die 17 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

### Angebote (37)

#### Volontariat/Trainee

Die 14 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

#### Praktikum

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

#### Agenturen

red roses communications sucht eine/n Junior-Texter/in, Hamburg

Nord Event GmbH in Hamburg sucht Vertriebsmitarbeiter (m/w)

Junior PR-Berater/in gesucht, Berlin

PR-Volontär (m/w) oder PR-Junior-Berater (m/w), Frankfurt am Main

VOCATO public relations sucht PR-Volontär/in, Köln

PR-Junior Berater/in Healthcare/PR-Trainee (w/m), Köln

Nord Event GmbH in Hamburg sucht Eventmanager/in

Junior PR-Consultant/PR-Consultant (m/w) für touristische PR-Agentur, München

medien-informationsdienst sucht Redakteur/in Hörfunk-PR

Junior Consultant (m./w.) für Hamburg

PR-Berater/in (Standort Hamburg) in Voll- oder Teilzeit gesucht

häberlein & mauerer sucht für den Standort München einen Senior PR-Consultant (m/w) im Bereich Food

Publik sucht PR-Berater/in, Ludwigshafen

fischerAppelt, relations sucht PR-Berater / Campaigner (m/w) Schwerpunkt Healthcare, Hamburg

Erfahrener PR-Berater (m/w) gesucht, Essen

Account Manager (w/m) für den Bereich Digital Lifestyle, Frankfurt

PR Manager(in), München

#### Medien

Redakteur/in gesucht, Leipzig

#### Unternehmen

PR-Volontariat – IBM Deutschland Research & Development GmbH, Böblingen bei Stuttgart - Beginn: Juni 2010

Manager Public Relations und Unternehmenskommunikation (m/w)

#### Freelancer

Sie benötigen Unterstützung im Bereich PR?

Erfahrene PR-Redakteurin sucht interessante Textprojekte

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 19. April 2010 – 23:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.719 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); Stefan d'Hone (sdh), Hamburg; Patrick Hacker, Leipzig (mail[at]patrick-hacker.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de) - (für Rubrik: Kelikowskys Kommentar); Ursel Reineke, Heidelberg (Internationales) (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Rengsdorf (info[at]scheben-kom.de) - (für Rubrik: Pfeffer & Salz & Senf); Norbert Schulz-Bruhdoel (nsbpunktum[at]aol.com) - (für Rubrik: Norbert: Gerüchte + Gerichte).

**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).

**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.