

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 259 / 36. KW 2010

Seite 1

Studie gibt Aufschluss über zielgruppengerechte Kommunikation 2.0

Weber Shandwick (GPRA), Berlin vergleicht in einer explorativen Studie Nutzerprofile und Interaktion von Usern in zehn deutschen und internationalen Social Networks. Für die Studie hat die internationale Kommunikationsagentur gemeinsam mit respondi online panel 1.000 User zu ihren bevorzugten Netzwerken befragt, darunter Facebook, die VZ-Netzwerke und Xing sowie der Microblogging-Dienst Twitter. Neben Fragen zu demografischen Merkmalen wie Geschlecht, Bildung und Alter der Nutzer wurde bei der Befragung auf Nutzungsintensität sowie die Wahrnehmung von Marken eingegangen. Dabei fiel auf, dass sich Nutzergruppen von Netzwerk zu Netzwerk stark unterscheiden: Während das Karriereportal LinkedIn beispielsweise zu über zwei Dritteln von männlichen Usern genutzt wird, sind es bei dem Freundefinder wer-kennt-wen gerade mal 40 Prozent. Ähnlich große Unterschiede werden im Bildungsgrad der Nutzer deutlich: 59 Prozent der befragten LinkedIn-Mitglieder verfügen über Abitur und ein abgeschlossenes Studium, dies trifft dagegen nur auf 14 Prozent der wer-kennt-wen-User zu.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

R+V Versicherung: Die Ängste der Deutschen 2010

Wirtschaftskrise, Umweltkatastrophen, Parteiengezänk und leere Sozialkassen treiben die Sorgen der Deutschen auf Spitzenwerte – so das Ergebnis der R+V-Langzeitstudie „Die Ängste der Deutschen 2010“, die auf der Pressekonferenz am 9. September in Berlin vorgestellt wurde. „Mehr als zwei Drittel der Bundesbürger fürchten sich vor steigenden Lebenshaltungskosten und Wirtschaftsabschwung. Damit bleiben diese Sorgen auf Platz eins und zwei“, sagte Rita Jakli, Leiterin des Infocenters der R+V Versicherung in Wiesbaden. „Auf Rekordhöhe geschwemmt ist diesmal das Thema Umwelt. 64 Prozent der Bürger befürchten, dass die Zahl der Naturkatastrophen zunehmen wird – das sind so viele wie noch nie.“ Insgesamt sind die Ängste im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen und erreichen erstmals seit 2005 wieder ein Höchstniveau. Nur eine Sorge belastet die Deutschen weniger als im vergangenen Jahr: die Angst vor Arbeitslosigkeit in Deutschland.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wir danken Frau Merkel & Co. (ernste Satire)

DANKE, dass wir unsere Atomkraftwerke wegen der Reststrommengen faktisch weitere 15 bis 20 Jahre laufen lassen dürfen.

DANKE für die 58 Milliarden Euro Zusatzgewinne, mit denen wir schon bei konstanten Strompreisen rechnen können. Schön, dass es bei moderaten Preissteigerungen auch 94 Milliarden Euro werden können.



DANKE, dass wir eine Milliarde Euro pro Jahr weniger Brennelementesteuer zahlen müssen, als im Sparpaket vereinbart wurde (*und das auch nur sechs Jahre lang*).

DANKE, dass wir diese Steuer auch von der Steuer absetzen können (*und damit weniger Gewerbesteuer an die sowieso klammen Kommunen bezahlen müssen*)...

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Joachim Klähn wird Kommunikationschef bei Bauer

Joachim A. Klähn (54) übernimmt zum 1. Oktober die Leitung des Bereichs Kommunikation und Presse der Bauer Media Group in Hamburg. Er war zuletzt Geschäftsführer und Gesellschafter des Hamburger Kommunikationsbüros (HKB) und zuvor Kommunikationschef verschiedener großer internationaler Konzerne wie Otto Group, Europcar und Tchibo Holding. Klähn folgt auf Andreas Fritzenkötter (52), der im November 2009 nach zehn Jahren Tätigkeit das Medienunternehmen [aufgrund interner Unstimmigkeiten](#) verlassen hatte und [zwischenzeitlich neue Aktivitäten](#) meldete. Berit Sbirinda bleibt stellvertretende Leiterin der Verlags-Unternehmenskommunikation.

Personalien compact (20) (36.KW-2010)

AGENTUREN:

01: **Andrea Fechner** (42), Geschäftsführerin der Medical Consulting Group in Düsseldorf wechselt in die Geschäftsführung der MCG-Holding Vendus Sales & Communication Group. Die Kommunikationswirtin übergibt am 1. November die MCG-Geschäftsführung an **Arno Wilhelm** (37). Der Biologe kommt von der Agentur SanCom Creative Communication Solutions (CCS) in Eltville, wo er seit drei Jahren als Geschäftsführer tätig ist.

02: **Yenia Zaba** (32) verstärkt die Agentur KPRN Kleber PR Network in Frankfurt am Main als Südamerika-Expertin und als Senior Account Manager. Zuvor sammelte die Kommunikationsexpertin acht Jahre lang PR-Erfahrungen bei der PR- und Marketingagentur BZ.Comm und bei der Touristik-Kommunikations-Agentur C&C Contact & Creation, beide in Frankfurt am Main.

03: **Fabian Wagner** (24) ist seit Anfang September bei Bonne Nouvelle in Bonn im Bereich Corporate Social Responsibility und Corporate Communications tätig. Nach seinem internationalen Studium der Fremdsprachen und Wirtschaftswissenschaften verstärkt er das Team um **Simone Stein-Lücke**, die die Agentur im Oktober 2008 gegründet hat.

04: **Lars Joseph** (40), bislang Kreativdirektor bei Scholz & Friends NeuMarkt in Hamburg, wechselt zur benachbarten Kommunikationsagentur achtung! und leitet dort ab sofort als Creative Director die Kreation. Gleichzeitig verantwortet er auch die



komm.passion



GPRA
Gesellschaft
Public Relations Agenturen e.V.

Kreation der Münchner Niederlassung von achtung!. Joseph folgt auf **Frank Swertz**, der die Agentur verlassen hat.

05: **Silke Doering** (29) leitet die Presseabteilung der PR-Agentur Position in Köln. Die studierte Sozialwissenschaftlerin absolvierte 2005 ein Volontariat als PR-Redakteurin bei Position. 2007 wechselte sie als Pressereferentin für den Kindersender Nickelodeon zu MTV Networks in Berlin.

06: **Peter Wendt**, bisher COO Publicis Deutschland und CEO Publicis Hamburg, wird Publicis im Frühjahr 2011 auf eigenen Wunsch verlassen. Der Ausstieg Wendts ist Anlass für eine Neuordnung der Agentur. wuv.de

07: **Tatiana Schwarz** und **Alexandra Pfister** haben in Kloten (CH) die neue PR-Agentur Schwarz & Pfister Kommunikation gegründet. Beide Inhaberinnen sind seit über zehn Jahren in der PR-Branche tätig.

UNTERNEHMEN:

08: **Daniel Bach** (42) wird neuer Pressechef der Schweizerische Bundesbahnen SBB in Bern (CH). Der langjährig erfahrene Journalist ist seit Anfang 2006 stellvertretender Informationschef und Pressesprecher für die deutsche Schweiz beim Eidgenössischen Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK). Bach folgt am 1. Dezember auf **Danni Härry**, der sich im September als Berater für

Kommunikationsstrategien und Medienarbeit selbstständig gemacht hat. Zwischenzeitlich wird die Medienstelle interimistisch von **Reto Kormann** geleitet.

09: **Britta Maria Schell**, bisher Leiterin Unternehmenskommunikation und Konzern-Pressesprecherin der Stadtwerke Bremen (swb), hat das Unternehmen zum 7. September 2010 auf eigenen Wunsch verlassen, in Nachfolger steht bislang nicht fest. Schell war seit Mai 2009 als Leiterin Unternehmenskommunikation für die interne und externe Kommunikation des Konzerns sowie die Bereiche Marketingkommunikation und Sponsoring/Events verantwortlich.

10: **Stefan Witte** (48) verantwortet als Communication Coordinator die Planung und Durchführung des Marketings in den Bereichen Kommunikation, Internet, Messen und PR bei Bentec Drilling and Oilfield Systems in Bad Bentheim. Er war zuvor als Manager Marketing Kommunikation bei Schneider Electric tätig und sammelte davor viele Jahre operative Erfahrungen in namhaften Werbeagenturen.

11: **Christian Henne** (35), bislang PR- und Kommunikationschef der Online-Partnervermittlung Neu.de hat in München seine eigene Agentur für Online-Kommunikation Henne Digital gegründet. Neben dieser Neugründung leitet er weiterhin die Kommunikation von Neu.de. Henne startete in der Unternehmenskommunikation von Nike und war danach für die Publicis-PR-Agentur MS&L tätig.

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!

12: **Shushila Pandya** (25) ist neue Pressereferentin bei Wellness-Hotels Deutschland in Düsseldorf. Zuvor war sie als freie Journalistin beim Kölner Stadtanzeiger und Radio Antenne Düsseldorf tätig, bevor sie in der Unternehmenskommunikation vom FC Schalke 04 und Vodafone Deutschland arbeitete. Pandya folgt auf **Jessica Behrenswerth**, die das Unternehmen verlassen hat.

13: **Mareike Erlenkötter** (29) ist neue Referentin Marketing und Kommunikation des Wald-Zentrums der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Die studierte Kommunikationswirtin sammelte zuvor Erfahrungen bei den PR- und Kommunikations-Agenturen planpunkt: PR in Köln und KopfKunst Public Relations in Münster.

14: **Elena Frateantonio** (30) verantwortet als Pressesprecherin die interne und externe Kommunikation des Start-Up Unternehmens aha.de Internet in Hamburg. Sie verfügt über mehrjährige Erfahrung als Beraterin in PR-Agenturen und war zuvor als PR-Beraterin bei PR MarCom Media Relations in Hamburg tätig.

15: **Matthias Andreesen Viegas** (42) ist neuer Leiter Unternehmenskommunikation beim TÜV Süd in München. Er *kommt vom* Maschinenbauer KraussMaffei, wo er zuvor als Leiter Unternehmenskommunikation und Marketing tätig war. Beim TÜV Süd folgt Andreesen Viegas auf Willfried Sauer.

16: **Viktoria Wasilewski** ist neue Marketing- und PR Managerin bei dem Online Filmverleih Love-film in München. Die promovierte Medienwissenschaftlerin hat neben diversen Praktika und Assistenzen zuletzt bei den Internationalen Münchner Filmwochen als Programmkoordinatorin gearbeitet.

MEDIEN:

17: **Justus Demmer** (44) wird neuer Unternehmenssprecher des Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb) in Berlin. Er kommt von der Deutschen Presse-Agentur (dpa), wo er nach Volontariat und Online-Redakteurstätigkeit seit 2004 den Bereich Presse und Kommunikation leitete. Demmer folgt auf **Ralph Kotsch** (49), der als Stellvertretenden Chefredakteur zur "Berliner Zeitung" geht.

18: **Ulli Michel** (51) übernimmt den Vorsitz der Geschäftsführung der Hamburger Bildagentur Action Press. Er ist ein ausgewiesener Fachmann mit langjähriger internationaler Branchenerfahrung in Führungspositionen bei Reuters und Getty Images.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

19: **Michaela Meier** (38) hat die Leitung der neu geschaffenen Abteilung Mitglieder und Kommunikation des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels in Frankfurt am Main übernommen. Die Verlagskauffrau ist seit 1992 beim Börsenverein

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!

tätig, seit 2003 leitet sie die Mitgliederabteilung. Meier folgt auf **Holger Volland**, der den Verband auf eigenen Wunsch verlassen hat.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

20: **Kathrin Klawitter** (29) ist neue stellvertretende Sprecherin der FDP Bundesgeschäftsstelle in Berlin darüber hinaus wird sie im Redaktionskollegium des liberalen Mitgliedermagazins "elde" mitarbeiten. Die studierte Politologin war von 2006 bis 2008 als Referentin in der damaligen Abteilung Strategie und Kampagnen und später als Pressereferentin in der FDP-Bundesgeschäftsstelle tätig. Anschließend übernahm sie die Funktion der Pressesprecherin des FDP-Landesverbandes Nordrhein-Westfalen.

Etats

Etats compact (16) (36.KW-2010)

01: Van Ghemen Dentallabor, Berlin
was: *Online-Kommunikationsetat*
an: **beeftea group people & brand communications**, Hamburg

02: Innocence in Danger, Köln
was: *Strategie, Fundraising und Pressearbeit*
an: **Bonne Nouvelle**, Bonn

03: ZF Friedrichshafen
was: *internes Informationsmedium WE>MOVE*
an: **Publicis Publishing**, München

04: Bongrain Deutschland, Wiesbaden
was: *Marken-Etats für Fol Epi und Saint Albray*
an: **markenzeichen food**, Frankfurt am Main

- Anzeige -



Die Anforderungen an die Unternehmenskommunikation steigen. Budgets und Ressourcen dagegen bleiben knapp. Wie können die verfügbaren Mittel effizienter eingesetzt werden? Welche Abläufe lassen sich vereinfachen? Wo sind Maßnahmen zu fokussieren?

Machen Sie den Effizienz-Check!

Wir beurteilen Finanzen und Ressourcen, Organisation und Struktur, Prozesse und Qualität, Strategie und Steuerung, Kompetenzen und Lernen sowie Instrumente und Maßnahmen nach rund 400 Einzelkriterien. Sie erhalten ein detailliertes Stärken- und Schwächenprofil und konkrete Ansätze zur Optimierung Ihrer Unternehmenskommunikation.

www.lautenbachsass.de - (069) 710456-170

05: Engelhard Arzneimittel, Niederdorfelden
was: *Kommunikationskonzept zum Relaunch von Tyrosur*
an: **Isgro**, Mannheim

06: Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Berlin
was: *integrierte Kampagne für das Wissenschaftsjahr 2011*
an: **familie redlich**, Berlin

07: HÄG Deutschland, Neuss
was: *Produkt- und Marken-PR in der Fach- und Publikumspresse*
an: **RA&P Marketingkommunikation**, Stuttgart

08: Jungebad, Bad Boll
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Marke San Floriano*
an: **sieben&siebzig**, Berlin

09: eco – Verband der deutschen Internetwirtschaft,
was: *PR-Beratung, klassische Pressearbeit und Social Media-Strategie*
an: **Straub & Linardatos** (GPRA), Hamburg

10: BullGuard, München
was: *Print-, Online- und Social Media-Kampagne für den Markteintritt in der DACH-Region*
an: **Octane PR**, München

11: United Parcel Service Deutschland, Neuss
was: *Presse und Öffentlichkeitsarbeit für das neue Kommunikationsprogramm "Wir♥Logistik"*
an: **Euro RSCG ABC** (GPRA), Düsseldorf

12: Messe Berlin
was: *PR-Etat für die Internationale Tourismus Börse (ITB) und für den ITB Berlin Kongress 2011 und 2012*
an: **Wilde & Partner Public Relations**, München

13: Uro Nordrhein, Köln
was: *strategische PR-Beratung und Pressearbeit sowie gesundheitspolitische B2B- und B2C-Kommunikation*
an: **komm | public!**, Ehlershausen

14: Towers Watson, Köln
was: *Kommunikationsplanung und strategische Pressearbeit in Tages-, Wirtschafts- und Versicherungsfachpresse*
an: **Vocato public relations**, Köln

- Anzeige -



SICHERN SIE SICH JETZT IHREN PLATZ
in unseren neuen Online-Lehrgängen:
BASIS LEHRGANG SOCIAL MEDIA -
Start: 23. September 2010
8 Online-Vorlesungen mit Deutschlands erfahrensten Social Media Experten.
Die Dozenten:
Klaus Eck, Mirko Lange, Markus Roder, Dr. Willms Buhse u.v.m.

ADVANCED SOCIAL MEDIA -
Start: 14. September 2010
Implementierung von Social Media im Unternehmen.
Planung - Betrieb - Prozesse - Erfolgsmessung u.v.m.
Die Dozenten:
Dr. Torsten Wingenter, Lufthansa AG
Dr. Benedikt Köhler, ethority GmbH
Jetzt informieren unter:
www.socialmediaakademie.de/

15: auFeminin, Paris (FR)
was: *B2C- und B2B-Medienarbeit*
an: **FHCOM**, Paris (FR)

16: Rock Hippo Productions, Markham, Ontario (CA)
was: *PR Betreuung im deutschsprachigen Raum*
an: **Marchsreiter Communications**, München

Branche

Branchenüberblick: Wo sich die Lobbyisten schwertun

Von den Energielobbyisten lernen heißt siegen lernen. Davon allerdings kann bei anderen wichtigen Branchen wie Luftfahrt, Pharma oder auch bei den Privatbanken keine Rede sein. Nur eine Branche kann mit den Energiekonzernen in Berlin mithalten.

Fluggesellschaften: Sonderinteressen spalten die Branche. Die Strippenzieher der deutschen Airlines haben bei Verkehrsminister Peter Ramsauer spätestens seit der "Aschewolke" im Frühjahr dieses Jahres schlechte Karten. Der Minister war nur noch genervt von den Vorwürfen der Manager, die Flugverbote verhandelten ihnen das Geschäft.

Den Artikel von Jens Koenen, Hans G. Nagl, Carsten Herz, Siegfried Hofmann, Maïke Telgheder am 7. September in "Handelsblatt.com"

hier online weiterlesen (über die Branchen Fluggesellschaften, Banken, Automobilwirtschaft, Pharmaindustrie).

Siehe hierzu auch "Festtag für Lobbyisten" bei LobbyControl. Hier online lesen.

PR für Atomenergie: Die gelenkte Atomdebatte

PR-Berater empfehlen der Industrie möglichst dezentes Vorgehen bei der Laufzeitverlängerung – die Konzerne haben sich mit Erfolg daran gehalten. Die Regierung hat entschieden: Noch für mindestens zwei Jahrzehnte laufen in Deutschland die AKW, Gewinner sind vor allem Eon mit rund 1,2 Milliarden und RWE mit rund 1,1 Milliarden Euro Zusatzprofit pro Jahr. Wie aber konnte es zu dem Ausstieg aus dem Ausstieg kommen – obwohl die Mehrheit der Deutschen Atomkraft ablehnt?

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

- Anzeige -



Deutsche Presseakademie startet Buchreihe

Mit der **PR-Bibliothek** vereint die Deutschen Presseakademie die wichtigsten Themenfelder der Public Relations in einer Buchreihe. Renommiertere Autoren aus Wirtschaft, Verbänden, der akademischen Lehre und dem Journalismus beantworten aktuelle Fragen und geben praktische Hinweise.

Die ersten Bände „**Handbuch PR-Recht**“ von **Alexander Unverzagt** und **Claudia Gips** sowie „**Grundlagen der Internen**

Unternehmenskommunikation“ von **Ulrike Buchholz** und **Susanne Knorre** sind bereits im Handel erhältlich und können bei der Deutschen Presseakademie bestellt werden.

www.depak.de/shop.

Staatsanwaltschaft ermittelt nun gegen PR-Berater Essing

Nach monatelanger Prüfung hat die Düsseldorfer Staatsanwaltschaft nun ein Ermittlungsverfahren gegen den PR-Berater Norbert Essing (49), Westerkappeln (www.essing-kommunikation.de) eingeleitet. "Wir ermitteln wegen versuchter Nötigung und anderen Vorwürfen", sagt der Düsseldorfer Staatsanwalt Johannes Mocken. Mittlerweile lägen zwei Strafanzeigen vor. Das Verfahren hat der Ex-Banker Harald Christ ins Rollen gebracht. Er hatte Essing vorgeworfen, ihn mit Hilfe eines anonymen Fax in die Nähe der Pädophilie gerückt zu haben.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Internationale PR-Netzwerke melden Wachstum

Der HolmesReport hat gemeinsam mit RealWire die Entwicklung des PR-Geschäfts grosser globaler Kommunikationsholdings in den vergangenen eineinhalb Jahren analysiert. Besonders auffällig ist der enorme Erfolg von Edelman im ersten Halbjahr 2010, während die PR-Sparten der verglichenen Agenturnetzwerke WPP (Burson-Marsteller, Hill & Knowlton), Omnicom (Fleishman-Hillard, Ketchum, Porter Novelli), Interpublic (GolinHarris), Chime (Bell Pottinger MMK, Harvard) und Huntworth (Citigate, Grayling) nach der Wirtschaftskrise ein deutlich geringeres Wachstum zu verzeichnen hatten.

[Hintergründe und Grafik](#)

Branche compact (5) (36.KW-2010)

01: Was ist Litigation-PR und was bewirkt sie? Die Öffentlichkeitsarbeit von Verteidigern und Staatsanwaltschaft gewinnt immer mehr an Bedeutung - nicht nur im Fall Kachelmann. Der Medienrechtler Volker Boehme-Neßler erläutert das Phänomen. Litigation-PR ist prozessbegleitende Öffentlichkeitsarbeit, eingedeutscht Prozess-PR. Es geht darum, die öffentliche Meinung zu beeinflussen und, wenn möglich, indirekt darüber auch das Gericht. [ndr.de](#)

02: 360Grad - Agentur für integrierte Kommunikation und Marketing eröffnet zum 1. Oktober ein Büro in München. Die Leitung des Büros hat Geschäftsführer Wilfried Sauer. „Mit der Eröffnung unseres Münchener Büros tragen wir der guten Entwicklung unserer Agentur Rechnung. Gleichzeitig entsprechen wir dem Wunsch unserer Kunden nach noch größerer räumlichen Nähe“, sagt Sauer. Gleichzeitig wird auch das Team am Hauptsitz in Leimen bei Heidelberg aufgestockt. „Mit Holger Walch (PR und Fachtext), Regina Zimmer (Senior Kontakt und

Produktion) und Aline Rubik (Junior Kontakt) haben wir uns in drei wichtigen Bereichen verstärkt“, ergänzt Geschäftsführer Joachim Ritter.

03: Achelis & Partner Public Relations (München/Bukarest) hat jetzt seine **Brüssel-Präsenz** durch die Zusammenarbeit mit der auf EU-Affairs spezialisierten Agentur SilverLining verstärkt. Als Direktor des International Institute for Quality in Public Relations (IQPR) ist Thomas Achelis bereits seit Mitte der 1990er Jahre mit einem Büro in Brüssel vertreten. Von der Zusammenarbeit mit Erwin De Weerd, dem Managing Director von SilverLining, und dessen Team erwartet sich Achelis eine deutliche Belebung der EU-Aktivitäten. Immerhin werden in EU-Europa mehr als 80 Prozent aller Gesetze in Brüssel beschlossen, bevor sie in nationales Recht umgesetzt werden.

04: Die Gesundheitsspezialisten der PR-Agentur Healthcom in Köln nennen sich künftig **Selinka-Schmitz Public Relations**. Ursula Schmitz gehören damit beide Agenturen - auch die Selinka-Schmitz Kommunikationsagentur.

05: 99 Prozent der Kunden von AIKA-Mitgliedern würden ihre Agentur weiterempfehlen, 74 Prozent haben dies tatsächlich auch schon getan. Dies ist eines der Ergebnisse der aktuellen Start-Kundenbefragung von AIKA, der Allianz Inhabergeführter Kommunikationsagenturen, unter den Kunden ihrer knapp 50 Mitglieder. Befragt wurden über 100 Unternehmen im Sommer 2010. Bei der Umfrage ging es einerseits um die Erwartungen und die tatsächliche Zufriedenheit der Kundenunternehmen, andererseits aber auch um deren Einschätzungen zu Werbeformen, Marketingzielen und Vergütungsmodellen, die für die künftige Zusammenarbeit aufschlussreich sein könnten. Das Agentur-Spektrum von AIKA reicht dabei von der klassischen Fullservice-Werbeagentur über Public-Relations-, Internet-, Event-, VKF-, Dialog- bis hin zur Media-Agentur. Bei den befragten Kunden handelte es sich zur Hälfte um Dienstleistungs-

unternehmen, zu 20 Prozent um Industriebe-
triebe und zu 10 Prozent um Handelsfirmen.

Social Media + Web 2.0

Stuttgart 21: Vom Netz auf die Straße

Der Protest gegen "Stuttgart 21" formiert und organisiert sich immer stärker – nicht nur vor dem Bauzaun, sondern vor allem auch in den Sozialen Netzwerken. Die meisten Beiträge wurden am 30. August gezählt. An diesem Montag demonstrierten Zehntausende gegen das Bahnprojekt. Das ist das vorläufige Ergebnis einer Untersuchung der Kommunikationsagentur LässigMüller Public Relations. Die Stuttgarter haben vom 8. August bis zum 7. September 8.500 Beiträge zu Stuttgart 21 in Sozialen Netzwerken analysiert, die Untersuchung wird weiter fortgesetzt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Der CEO-Journalismus kommt

Das World Economic Forum (WEF) in Davos hat sich längst mit Social-Media-Aktivitäten der Welt geöffnet. Die Diskussionen der international führenden Wirtschaftsexperten, Politiker, Intellektuellen und Journalisten werden online übertragen, User-Feedback wird auf Video-Walls gesendet. In hohem Maße findet Interaktion online statt. Kommunikationschef Matthias Lükens, der maßgeblich für diese Entwicklungen verantwortlich ist, sprach mit Thomas Mavridis über seine Erfahrungen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zukunfts-Perspektiven: Soziale Netzwerke prägen das Marketing von morgen

Für Unternehmen ist Marketing ein knochenhartes Geschäft: Gelder, die an anderen Stellen fehlen, werden investiert, damit Kunden das Produkt kaufen. Doch es reicht in Zeiten sozialer Netzwerke längst nicht mehr, Produkte mit klassischer Werbung vorzustellen, sagt der renommierte Forscher Philip Kotler in seinem neuen Buch. Die Zukunft des erfolgreichen Marketings liegt in etwas ganz anderem.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Das Spiel mit den Medien: Wie Staatsanwaltschaften und Rechtsanwälte Journalisten instrumentalisieren

Pressefreiheit ist ein Grundrecht in der Demokratie. Allerdings wird durch massive Berichterstattung das Persönlichkeitsrecht von Einzelnen beschnitten. Die Staatsanwaltschaften sind inzwischen ein weiterer medialer Mitspieler, die Informationen gezielt an die Medien weitergeben.

"Dass die Rechtsanwälte den Weg zu den Medien nehmen, ist uralte. Und die Medien gehen denen natürlich auch gerne entgegen, weil man natürlich Hintergründe erfährt, die in der Hauptverhandlung nicht ausgebreitet werden. Dass die Staatsanwaltschaften dem nachziehen, ist neu."

Den Artikel von Detlef Grumbach am 5. September in "dradio.de - Deutschlandfunk" [hier online weiterlesen](#) (Textfassung).

Journalisten: wichtig, aber unbeliebt

Journalisten sind wichtig für das Funktionieren der Demokratie. Das ist kein Selbstbekenntnis, sondern Ergebnis einer repräsentativen Forsa-Umfrage im Auftrag der Akademie für Publizistik. Diese Meinung teilen 81 Prozent der Befragten. Vor den Journalisten rangieren nur noch die Lehrer mit 89 Prozent. Auf ebenfalls 81 Prozent kommt die Quote bei der Frage nach der Bildung der Journalisten. Und drei von vier Befragten halten die Kollegen für gut informiert. Hier hört der Kanon der guten Eigenschaften dann aber auch schon auf. Denn Wichtigkeit und Bildung schützt Journalisten offenbar nicht davor, manipulativ zu wirken. Das glauben immerhin 62 Prozent.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (4) (36.KW-2010)

01: **Geschichtsschreibung mit Risiken: Seit Montag (6. September), sieben Uhr in der Früh', sind der deutsche Dienst der AP und der ddp passé.** Cord Dreyer – einst selbst Führungskraft des Marktführers dpa – hat beide Dienste zur neuen dapd-Nachrichtenagentur verschmolzen. Er will seinen Wettbewerbern das Leben schwer machen und bastelt dafür sogar an einem eigenen Sportdienst. Das Problem ist nur: Der Start von dapd birgt zwar großes Potenzial. Dreyer kann aber ebenso gut binnen weniger Monate kläglich scheitern. [meedia.de](#)

02: **Knapp zwei Drittel (62 Prozent) der Deutschen halten Journalisten für manipulativ.** Vor allem die Jüngeren haben das Vertrauen in den Journalismus verloren: Von den 14- bis 29-Jährigen sind 70 Prozent der Meinung, dass sich Journalisten nicht immer ethisch korrekt verhalten. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Forsa-Umfrage im Auftrag der Akademie für Publizistik. Zu ihrem 40-jährigen Bestehen untersucht

die Akademie das Image von Journalisten in der Öffentlichkeit. [akademie-fuer-publizistik.de](#)

03: **Das Internet ist für Jugendliche zum multifunktionalen Leitmedium geworden:** 93 % nutzen inzwischen jeden Tag das Internet. (...) Nur 21 % der Jugendlichen lesen Zeitungen. Noch weniger (6 %) blättern in Zeitschriften. Fernsehen und Radio spielen im täglichen Medienalltag zwar nach wie vor eine Rolle, jedoch eine deutlich geringere als das Internet. Im Durchschnitt schauen 57% der „Generation Netzwerk“ jeden Tag Fernsehen; 42 % nutzen täglich das Radio. [studivz.net](#)

04: **ARD und ZDF präsentieren Studie Massenkommunikation 2010:** Fernsehen und Radio bleiben trotz der rasanten Entwicklung des Internets die meist genutzten Medien. Sie machen im Jahr 2010 mit 220 beziehungsweise 187 Minuten pro Tag etwa zwei Drittel der gesamten Mediennutzungsdauer aus. Das Internet wird täglich 83 Minuten lang genutzt, 2005 waren es mit 44 Minuten etwas mehr als die Hälfte. Tageszeitung und Zeitschriften liegen 2010 bei 23 beziehungsweise sechs Minuten täglicher Nutzungsdauer. [hr-Pressestelle](#)

Services + Tipps

PMG Presse-Monitor erweitert Pressedatenbank um russische Quellen

PMG Presse-Monitor erweitert das Monitoring- und Analyseangebot um russische Quellen. Die 16 neuen deutsch- und englischsprachigen Interfax-Dienste, die alle digital zur Verfügung stehen, berichten aus Russland, China und Zentralasien. Interfax ist die älteste nichtstaatliche Nachrichtenagentur in Russland. PMG bietet für die Interfax-Dienste alle Rechte zur elektronischen Nutzung in Pressespiegeln und zur elektronischen Archivierung an. Für zwei Dienste, den Russia & CIS Banking

and Finance Weekly sowie den Russia & CIS Business and Financial Daily, sind begleitende Fotos verfügbar.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neuer Showroom von den Agenturscouts

Immer mehr Einkäufer entscheiden über die Agentur-Auswahl. Deshalb haben sich die Entscheidungskriterien massiv verändert. Einkäufer und Entscheider erwarten von Agenturen mehr Transparenz. Der Showroom der Agenturscouts bietet dazu eine klare Orientierung. Unternehmen können damit einfach, schnell und effizient gezielte Agentur-Leistungen suchen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (7) (36.KW-2010)

01: Die veröffentlichte **Langzeitstudie Kundenmonitor Deutschland 2010** zeigt eine steigende Bedeutung von Preis-Leistung für das Kundenurteil in der Mehrzahl der 30 untersuchten Branchen. Besonders Kunden von Autowerkstätten, Buchversendern, Gasversorgern, Internetanbietern sowie Mobilfunkanbietern honorieren ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis mit steigenden Zufriedenheitsanteilen. Den größten Nachholbedarf sehen die Verbraucher trotz deutlicher Verbesserungen immer noch bei Gas- und Stromversorgern. servicebarometer.de

02: Zu Beginn des Messe-Herbstes hat die PR-Agentur Walter Visuelle PR jetzt **sieben Tipps für gute Pressemappen** zusammengestellt. Sie runden die Messe-PR eines Unternehmens ab und geben den Redakteuren ein „Plus an Information“, das sie zu schätzen wissen. Pressemappen sind daher für alle persönlichen Redaktionskontakte wie Pressegespräche und Pressekonferenzen unerlässlich. Allerdings sollten sie

echten Mehrwert bieten und dafür empfiehlt es sich, die Tipps zu beachten - zu den Tipps und [zur Pressemeldung](#).

03: **Drei regionale Szenarien für Berlin zeichnen konkrete Vorstellungen davon, wie Elektromobilität im Jahr 2025 aussehen könnte:** Die TU Berlin, Fachgebiet Integrierte Verkehrsplanung, widmet sich im Rahmen des Projekts "[e-mobility – IKT-basierte Integration der Elektromobilität in die Netzsysteme der Zukunft](#)" u.a. der Analyse des NutzerInnenverhaltens von Elektrofahrzeugen heute und im Jahr 2025. Die Szenarien wurden in Zusammenarbeit mit Z_punkt in einem kontrollierten Prozess entwickelt. Sie bieten einen Perspektivwechsel weg von der Angebotsplanung und hin zur Nachfrageplanung.

04: Das **Jahrbuch 2010 des „COMPRIX - Preis für innovative Healthcare-Communication“ ist erschienen.** In ihm sind alle Winner und Platzierten ausführlich dokumentiert (Insgesamt vergab die Fachjury 23 Gold-Awards), ergänzt um Beiträge namhafter Autoren mit aktuellen und grundsätzlichen Einschätzungen sowie die "Profile Healthcare Agenturen". Zum zehnten Mal ergänzen die „Profile deutscher, österreichischer und schweizer Werbeagenturen“ dieses umfassende Kompendium aktueller Healthcare-Kommunikation.

www.comprix.com

05: Ein am 7. September von **Berlecon Research** veröffentlichter Report bescheinigt dem **Markt für mobile Unternehmenslösungen** einen Generationenwechsel mit neuen Möglichkeiten zur Verbesserung der Unternehmenskommunikation und Geschäftsprozessoptimierung. Die Berliner Analysten stellen die wichtigsten Konzepte zur Realisierung mobiler Businesslösungen vor und illustrieren deren Potenzial anhand ausführlicher Fallstudien. Der Report, der zum kostenlosen Download zur Verfügung steht, unterstützt Unternehmen bei der Planung ihrer Mobilitätsstrategie und der Lösungsauswahl.

www.berlecon.de/mobilebusiness2010

06: **Aufruf zur Teilnahme am Trendmonitor „Interne Kommunikation“**. Die scm – school for communication and management geht derzeit in Kooperation mit der Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) und dem prmagazin der Frage nach, wie sich die Interne Kommunikation verändert und was dies für das Berufsbild des internen Kommunikationsmanagers bedeutet. Zu diesem Zweck ist bis zum 20. September 2010 der Trendmonitor „Interne Kommunikation“ freigeschaltet. Wir möchten Sie bitten, sich mit zehn Minuten Ihrer Zeit an dieser Umfrage zu beteiligen. Unter nachfolgendem Link gelangen Sie zur Studie:

www.surveymonkey.com/s/interne-kommunikation.

07: Die **Deutsche Presseakademie depak in Berlin hat die Buchreihe "PR-Bibliothek" gestartet**. Erste Ausgaben: Das „Handbuch PR-Recht“ von Alexander Unverzagt und Claudia Gips ist kompetenter Ratgeber und mit 550 Seiten ein umfangreiches Nachschlagewerk in allen Fragen des PR-Rechts. Band 2: Grundlagen der Internen Unternehmenskommunikation von Ulrike Buchholz und Susanne Knorre. Band 3: Public Affairs und Lobbying von Peter Köppl und Andreas Kovar. Band 4: PR-Ratgeber Interview von Christian Arns, Conrad Giller und Andrea Valendiek.

Termine + Tagungen

Termine compact (6) (36.KW-2010)

01: Am 7. September ist der **Internationale Kongress der Berliner Medienwoche**, veranstaltet von Medienboard und gfu, mit mehr als 2.000 Fachbesuchern, über 170 hochkarätigen nationalen und internationalen Referenten in über 50 Podien und Keynotes im ICC erfolgreich zu Ende gegangen. Das Zusammenspiel von Messe und Kongress unter der Überschrift „Where

Content meets Technology“ hat sich erneut als voller Erfolg erwiesen: Neue Technologien, neue Geräte, neue Inhalte und die aktuellen medienpolitischen Debatten - die medienwoche@IFA bot ihren Besuchern ein zeitgemäßes und zukunftsfähiges Veranstaltungsformat für die digitale Medienwelt und hat sich als wichtigster Branchentreff des Jahres etabliert. Medienpolitik: Neue Regeln für das Netz und eine konkrete Auftragsdefinition für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gefordert – Medienmarkt: Neue Technologien und Social Media als Treiber der Medienentwicklung. Als Datum für die nächste Medienwoche gaben die Veranstalter den 02. bis 07. September 2011 bekannt.

02: Auch in diesem Jahr treffen sich **Deutschlands Marktforscher** wieder zur **Research & Results 2010**. Die Fachmesse für Marktforschung findet am 27. und 28. Oktober im Münchener M,O,C, statt. Unter dem Motto „Marktforschungs-Know-how für Ihren Erfolg“ können Besucher bei freiem Eintritt zwei Tage lang erleben, was Marktforschung leisten kann. Knapp 130 Aussteller präsentieren ihr Leistungsspektrum. Der führende Branchentreffpunkt deckt das gesamte Spektrum der Marktforschung ab. Vertreten sind Markt- und Meinungsforschungsinstitute, Feldorganisationen, Teststudios, Softwareanbieter, Datenerfassungs- und Auswertungsservices, Marktforschungsberater und Verbände. www.research-results.de

03: Raus aus der Kompetenzfalle: **Die Justiz gerät unter Druck, professionellere Kommunikation zu betreiben**. Eine neue Studie der MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation München zum Stand der Rechtskommunikation Litigation-PR belegt neues Selbstbewusstsein der Staatsanwaltschaften und zeigt zugleich extreme Defizite der amtlichen Rechtskommunikation auf. Für die Studie wurde der Professionalisierungsgrad bei über 600 Justizbehörden und mehr als 400 Kanzleien erhoben. Diskussion der Ergebnisse bei der Tagung „Litigation-PR. Alles, was Recht ist“ am 16. September in München, Anmeldung und Programm unter www.mhmk.de/litigation.

04: Die nächste jährliche Tagung des Messe-Instituts "MX 28 Treffpunkte der Messeprofis" findet am 1. und 2. Dezember in München statt. www.messe-institut.de

05: **Convento** in Neuss, führender Entwickler und Anbieter von Software-Lösungen für Kommunikationsprofis im deutschsprachigen Raum, **geht im Herbst auf Tour** und stellt live und kostenlos seine neuen und innovativen Lösungen vor. Die Convento Roadshow-Termine im Einzelnen: 12. Oktober Zürich / 13. Oktober München / 14. Oktober Wien / 19. Oktober Berlin / 20. Oktober Frankfurt am Main / 21. Oktober Düsseldorf. Details zu den Terminen gibt es unter: <http://convento.de/de/Events/Seiten/Roadshow.aspx>.

06: Am 19. November findet das **1. DPRGforum** im FORUM der HypoVereinsbank in München statt. Mit **diesem** für den PR-Berufsverband **neuen Format** präsentieren die Kolleginnen und Kollegen die **Arbeit ihrer Facharbeitskreise und der Landesgruppen** in Workshops. Bei diesem „Werkstatt-Kongress“ dreht sich alles um das Thema „Werte“. Deshalb das Tagungsmotto: „Werte wirken – Fundamente für eine erfolgsorientierte Unternehmenskommunikation“. Es geht darum, wie sich eine gesellschaftliche Werte-Diskussion auf die Profession der Kommunikationsfachleute auswirkt – einerseits auf das Selbstverständnis der Kommunikationsbranche, andererseits auf die tägliche Kommunikationsarbeit für Unternehmen/Organisationen und Auftraggeber/Kunden. Infos: www.dprg.de

Ausbildung + Seminare

Berliner Karrieretag gibt Einblick in Public Affairs-Branche

Der Checkpoint Karrieretag Public Affairs bietet Absolventen und Young Professionals bereits zum 5. Mal eine Plattform, sich mit Arbeitgebern in Berlin auszutauschen. Am 05. November stellen die führenden Public Affairs-Agenturen 200 ausgewählten Teilnehmern die vielfältigen beruflichen Möglichkeiten der Branche vor - darunter dimap communications, fischerAppelt (GPRA), Johanssen+Kretschmer (GPRA), Ketchum Pleon (GPRA) und PRGS. Eine Bewerbung zur Teilnahme ist bis zum 30. September auf der Website www.checkpoint-karrieretag.de möglich. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Junior Academy: Karrierefähigkeit für den PR-Nachwuchs

Das PR Career Center, Düsseldorf unterstützt Trainees, Volontäre und Junioren in der Kommunikationsbranche ab November 2010 mit einem neuartigen Weiterbildungsangebot: Die „Junior Academy“ zeichnet sich durch das Zusammenspiel von Wertschöpfung, Karrierefähigkeit und Bezahlbarkeit aus. Programmdirektor ist der renommierte Aus- und Weiterbildungs-Experte Holger Sievert. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobmarkt PR-Studie 2010 zeigt: Prächtige Stimmung in der PR-Branche

Rund 73 Prozent der Kommunikationsfachleute aus Pressestellen und knapp 68 Prozent aus PR-Agenturen sind nach eigener Aussage mit ihrem Job zufrieden oder sogar sehr zufrieden. Vor allem die vielseitigen Aufgaben und die kreativen Freiräume sorgen für ein gutes Betriebsklima. Zudem bringt

drei von vier Beschäftigten ihre Arbeit schlichtweg Freude.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (4) (36.KW-2010)

01: **SPRI-Lehrgänge PR-Fachleute im Herbst.** Praxisgerecht, bewährt und gefragt auf dem Arbeitsmarkt – Der Lehrgang zum PR-Fachmann bzw. zur PR-Fachfrau vereinigt all diese Attribute. In kurzer Zeit eignen Sie sich zielgerichtet Know-how an, um im operativen PR-Alltag erfolgreich zu sein, beziehungsweise auf der Karriereleiter eine Stufe weiter zu kommen. Die Lehrgänge in Zürich und Bern dauern zehn Monate und starten am 10. bzw. 17. September. www.spri.ch

02: **Neu bietet das SPRI** mit dem Kompaktlehrgang PLUS in Olten auch eine Weiterbildung mit einer dreimonatigen Vertiefung in Schreiben & Redigieren an. Sie fokussiert einerseits ganz spezifisch auf das neue Haupt-Prüfungsfach «Schreiben» und bietet andererseits in jenem Bereich mit der grössten Nachfrage willkommenes Zusatzwissen mit praktischer Umsetzungscompetenz. Start ist am 12. November. www.spri.ch

03: Die **Leipzig School of Media** erweitert ihr Netzwerk und kooperiert mit dem Stuttgarter Ernst-Klett-Verlag. Der Verlag gehört zur Klett-Gruppe, Deutschlands größtes Bildungsunternehmen. Von der Kooperation profitieren die Studierenden der Leipzig School of Media im Studiengang Crossmedia Publishing: Ilas Körner-Wellershaus vom Ernst-Klett-Verlag Leipzig wird dem neuen Jahrgang nach dem Studienauftakt im Oktober die multimedialen Aktivitäten seines Verlagshauses erläutern.

04: Eine Rede soll die Zuhörer treffen, fesseln, überzeugen, zu Beifall oder gar zum Handeln motivieren. Das **AFK-Seminar S3 – Reden schreiben** vom 28. bis 29. September in

Oberursel/Ts. trainiert die nötigen Fähigkeiten dazu. Die Teilnehmer üben an selbst gewählten Redethemen und -anlässen: mitreißende Einstiege, klare Botschaften, schlüssige Rededramaturgien, lebendige Sprache und nachhallende Zielsätze.

www.afk-online.com

Das PR-Interview

Interview Nr. 42: qualitativ hochwertige Kommunikation, seriöse Information

"Das PR-Interview" wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation](#)

Interview mit Benedikt Kind, Geschäftsführer des Bundesverband Glasfaseranschluss BUGLAS e.V. (der in der 36. Kalenderwoche einjähriges Bestehen feiert) zur PR für Verbände.

PR-Journal: *In Deutschland gibt es rund 14.000 Verbände, und alle versuchen mehr oder minder professionell ihre Interessen in der Öffentlichkeit zu formulieren. Was tun Sie als kleiner Verband, um politisch wahrgenommen zu werden?*



Benedikt Kind: Wir setzen vor allem auf eine qualitativ hochwertige Kommunikation, sowohl gegenüber der Öffentlichkeit als auch gegenüber unseren Ansprechpartnern aus Politik, Wirtschaft und Verwaltung. Wir beschränken uns nicht auf Schlagworte und wollen unsere Gesprächspartner nicht manipulieren, sondern seriös über die Entwicklungen beim Ausbau hochleistungsfähiger Glasfasernetze und die erforderlichen Rahmenbedingungen informieren. Dabei muss die Ansprache durch einen eher kleinen Verband sehr gezielt erfolgen, sowohl bei der Auswahl der Gesprächspartner als auch im Hinblick auf die zu transportierenden Themen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Der Sieg der Atom-Lobby wird zum großen Vorbild

Riesenerfolg für die Energiekonzerne und ihre Lobbyarbeit: Unter Führung von RWE-Chef Jürgen Großmann erreichten sie eine Verlängerung der Laufzeiten für Atomkraftwerke von zwölf Jahren. Ihr lautes Vorgehen dient anderen Branchen nun als Vorbild. Jürgen Großmann freut sich im Stillen, öffentlich hält er sich vornehm zurück. Denn Lobbyerfolge zu feiern ist auf der politischen Bühne in etwa so wie Nachtreten im Sport. „Unser gemeinsamer Appell sollte ein Beitrag zur Versachlichung der teilweise sehr emotional geführten Diskussion sein“, sagt Eon-Chef Johannes Teyssen dem Handelsblatt. Er hatte zusammen mit Großmann Druck auf die Regierung ausgeübt. Als Gewinner mag er sich nicht bezeichnen, zumindest nicht öffentlich. Understatement ist die Tugend der Sieger. *Den Artikel von Jürgen Flauger, Klaus Stratmann und Catrin Bialek am 7. September in "Handelsblatt.com" [hier online weiterlesen](#).*

Internes - aus der Redaktion

Mathias Scheben wurde 65



Nun haben wir schon das fünfte Redaktionsmitglied im Rentenalter (machen aber mit viel Erfahrung ein aktuelles, junges Produkt mit fixen Ideen und Services!): Mathias

Scheben wurde am 11. September 65 Jahre alt - am gleichen Tag wie Franz Beckenbauer, mit dem er noch im August eine Runde Golf spielte. Nach seiner Journalistenzeit bei "Capital" gründete er 1979 sein erstes PR-Beratungsunter-

nehmen (bis 2009 in Hürth). Seit 2009 ist er freiberuflicher Kommunikationsberater in Rengsdorf. Zahlreiche Verdienste hat er sich ehrenamtlich in den Vorständen der PR-Verbände DPRG, GPRA und im PR-Rat sowie als öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Beratungs- und Gestaltungsleistungen sowie Leistungshonorierung in der Unternehmenskommunikation erworben. Und nicht zuletzt als Schreiber der PRJ-Kolumne "Pfeffer + Salz + Senf". Einer seiner Leitsprüche: "Erstzunehmende Kommunikation besteht zumindest zur Hälfte aus Zuhören - das wird oft vergessen." Zur Vita: www.scheben-kom.de/vita.html.

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 10 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

ANGEBOTE (55)

Volontariat/Trainee

Die 15 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

Oldenburg Kommunikation sucht PR-Berater/in für Hamburg

SMM-Juniorberater/Junior-Communitymanager (m/w), Düsseldorf

PR-Berater (Senior Associate) (m/w), Frankfurt

PR-Juniorberater (Client Executive) (m/w), Frankfurt

PR Berater (Associate) (m/w), Frankfurt

Account-Manager/in, Berlin

Online-Redakteur(in) Großraum Karlsruhe

PR-Berater/-in gesucht, Hamburg

Teamassistenz für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main

Senior PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Marke für München

Senior-Berater mit Perspektive Unit Manager (m/w), Wiesbaden

Jeschenko Berlin sucht PR-Trainee und PR-Berater (m/w)

PR-Berater/in (Public-Relations-Manager/in) in Köln

PR-Redakteur/-in Schwerpunkt Finanzdienstleistungen

PR-Berater/-in Schwerpunkt Finanzdienstleistungen

Account Manager (w/m) für den Bereich Consumer PR in Köln

PR-Agentur in Wiesbaden sucht Junior-PR-Berater/in

Public Relations Manager/-in, München

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

Redakteur Finanzkommunikation (m/w), Hamburg

PR-Berater/in für Hamburg gesucht

Social Media Relations Experten/in, Berlin

PR-Berater/in Touristik, München

Sn. Account Executive oder Jn. Account Manager, Germering (bei München)

Junior-/ PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Technology/Consumer Electronics, Hamburg

(Senior) PR-Berater/in für Ira Wülfing Kommunikation, München

Unternehmen

Junior-PR-Berater (m/w) Consumer Health/Markenkommunikation, Frankfurt

Manager Corporate PR (m/w), Herzogenaurach

PR-Referent (m/w) interne Kommunikation, München

Gruppenleitung Internet (m/w), Soltau

Communications Strategist (f/m), Berlin

Copywriter/Editor (f/m), Berlin

Senior PR Manager (Online Games Unternehmen) in Berlin, Hamburg, Karlsruhe und München und GmbH-Geschäftsführer (PR-Agentur) in Berlin

Clean Energy Partnership (CEP): Pressesprecher Projektkommunikation (m/w)

Verbände (Non-Profit)

Leiter/Leiterin Kommunikation, Osnabrück

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 13. September 2010 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **17.092 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).

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

Redaktionsrubrik "PR-Barometer": Michael Ehring, Hürth (SSP-Kommunikation) (m.ehring[at]ssp-kommunikation.de).

Redaktionsrubrik "Karrierebarometer": Thomas Lüdemann + Philip Müller, Düsseldorf (PR Career Center) (info[at]pr-career-center.com)

Rubrik "PR-Websitecheck": Holger Strubberg, Leipzig (LPRS) (holger.strubberg[at]gmx.de)

Korrespondenten: 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 2010: Stephan Fink, Wiesbaden; Jörg Führer, Neckargemünd; Andreas Günther, Hamburg; Mirko Lange, München; Prof. Dr. Klaus Merten, Münster; Wolfgang Michal, Berlin; Thomas Mickeleit, München; Uwe Mommert, Berlin; Frank Muscheid, Lingen; Jens Nordlohne, Oederquart; Jörg Pfannenbeerg, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Prof. Dr. Lothar Rolke, Frankfurt am Main; Melanie Tamblé, Grevenbroich; Andreas Vill, Hamburg; Alexander Weber, Hamburg.

Rezensionen: Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg (mavridis[at]pr-kanzlei.de); Ulrike Mellenthin, Düsseldorf (ulrike.mellenthin[at]pr-journal.de); Manfred Piwinger, Wuppertal (consultant[at]piwinger.de); PR+plus, Heidelberg (Koordination: Simone Heinrich (simone.heinrich[at]prplus.de)); Regina Raab, Bad Wildungen (raab.regina[at]t-online.de).

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-

Verkauf: TwinShore Ltd., Büro Hamburg, 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.