

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 265 / 42. KW 2010

Seite 1

Verdeckte PR im Internet: Künstliche Kundenkommentare, gezüchtete Graswurzeln

Ein Firmenchef, der als vermeintlicher Kunde sein Produkt bei Amazon über den grünen Klee lobt. Eine Agentur, die hunderte Bewertungen für ein Shopping-Portal fälscht. Blogger, die hinter "Stuttgart 21"-Befürwortern gesteuerte Interessen vermuten. PR unter falschen Namen gilt Profis als tabu, ist im Web aber Realität.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Sprachlos im Web 2.0: Dialogbereitschaft von MDAX-Unternehmen im Social Web

Schnelle und einfache Kommunikation mit Kunden, Interessenten und Meinungsbildnern – die Möglichkeiten des Social Web begeistern viele. Mit der praktischen Umsetzung scheinen einige Unternehmen aber noch Probleme zu haben. Zu diesem Ergebnis kommt zumindest eine aktuelle Studie von Lingner Consulting New Media in Jagsthausen, die im September 2010 alle 50 MDAX-Unternehmen auf ihre Präsenz bei Facebook und Twitter untersucht hat. Ziel der Untersuchung war es, eine erste Orientierung

über den Stand der Social-Media-Nutzung zu gewinnen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Europäische CEOs haben Nachholbedarf in Social Media

Weber Shandwick hat eine neue internationale Studie mit dem Titel "Socialising Your CEO: From (Un)Social to Social" veröffentlicht. Danach sind zwei Drittel der CEOs, die den 50 weltgrößten Unternehmen vorstehen, nicht oder nur unzureichend für ihr Unternehmen im Web 2.0 aktiv. „In turbulenten Zeiten sind CEOs sehr kommunikativ: Sie werden oft in der Wirtschaftspresse zitiert, sprechen regelmäßig auf Konferenzen und nehmen an Branchenveranstaltungen teil. Doch wenn es um das Auftreten in den digitalen Medien geht, sind CEOs wenig präsent“ kommentiert Leslie Gaines-Ross, Chief Reputation Strategist bei Weber Shandwick.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Die besten Forschungs-Pressesprecher des Jahres 2010

Stefanie Seltmann, Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Krebsforschungszentrums, ist "Forschungs-Pressesprecherin des Jahres 2010" in der Kategorie "Forschungsinstitute und Universitäten". Josef Zens, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Leibniz-Gemeinschaft, ist der beste Forschungssprecher in der Kategorie



"Forschungsorganisationen und Stiftungen". Martin Fensch, Leiter Unternehmenskommunikation von Pfizer Deutschland und Head Media Relations Oncology Europe, macht in diesem Jahr die beste Forschungspressarbeit bei "Industrie und andere Unternehmen".

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

MSLGroup erweitert Deutschland-Management

Die MSLGroup, PR-Agenturnetzwerk der Publicis Groupe, ergänzt im Zuge des [Zusammenschlusses seiner beiden Vorgängeragenturen MS&L und Publicis Consultants](#) sowie der Neupositionierung sein Deutschland-Management. Niklas Proksch (34), bislang Leiter des Berliner Standortes der MSLGroup-Agentur Publicis Consultants, steigt zum Managing Director auf. Proksch wird das operative Geschäft der MSL-Standorte in Berlin und Hamburg steuern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (16) (42.KW-2010)

AGENTUREN:

01: **Miriam Muñoz** (33) und **Stefanie Wester** (24) erweitern die Delmenhorster PR-Unit von Borgmeier Public Relations. Muñoz arbeitete nach ihrem Studium der Germanistik und Kulturwissenschaft in verschiedenen Fernsehredaktionen. Hier war sie unter anderem für RTL Nord, Sat.1 Regional, Radio Bremen und NonstopNews

tätig. Wester hat Mehrsprachige Kommunikation studiert und während eines Auslandsaufenthaltes erste Erfahrungen im Bereich der Unternehmenskommunikation bei Siemens Enterprise Communications in Madrid gesammelt.

02: **Christian Wick** (47) wird mit seiner PR-Agentur WickPR in Zürich (CH) Partner der Genfer PR-Agentur Weber Shandwick und damit neuer Weber Shandwick Senior Advisor. Er führt seit 2005 seine eigene PR-Agentur und ist Präsident der Zürcher Public Relations Gesellschaft (ZPRG) und Mitglied des Zentralvorstandes des Schweizerischen Public Relations Verbandes pr suisse (SPRV).

03: **Natalie Trötz Müller** (27) verstärkt das Team der Wiener PR-Agentur Aigner PR mit den Schwerpunkten Kundenbetreuung, New Business und Social Media. Sie war zuvor als Sales & Marketing Coordinator für Grand Hotel Wien und The Ring Hotel tätig.

04: **Ulf Schönberg** (30) verstärkt bei w&p Wilde & Partner Public Relations in München als PR-Consultant das Team Travel. Der Diplom-Medienwissenschaftler war zuvor als Account Manager bei der PR-Agentur Comeo tätig.

UNTERNEHMEN:

05: **Sabine Teller** (35) ist seit Mitte Oktober Senior Manager Public Relations bei airberlin. Damit berichtet sie an **Peter Hauptvogel**, der kommissarischer Director Corporate Communications ist. Teller kommt vom Bundesverband der deutschen Fluggesellschaften. **Hans-Christoph Noack**, bislang Director Corporate Communications bei



komm.passion



GPRA
Gesellschaft
Public Relations Agenturen e.V.

airberlin, hatte die Fluggesellschaft zum 30. September verlassen.

06: **Monika Gabler** (47) ist neue Leiterin Konzernkommunikation und Pressesprecherin bei dem Hamburger Schienenlogistikunternehmen VTG. Zuvor war sie als External Affairs Manager bei Iglo in London und Hamburg tätig. Gabler folgt auf **Tanja Laube** (40), die das Unternehmen verlässt, um sich als Kommunikationsberaterin und Interim-Managerin selbstständig zu machen

07: **Ulf Hannemann** (39) übernimmt am 1. November die Leitung der Produkt-PR/Produktpresse im Bereich Unternehmenskommunikation der E-Plus Gruppe. Der gelernte Journalist war zuvor Redakteur beim Nachrichtenmagazin Focus und beschäftigte sich über viele Jahre mit den Themenbereichen Telekommunikation und Internet.

08: **Christian Quehenberger** (29) übernimmt die Leitung der Abteilung Consumer Communications des online Wettanbieters Interwetten in Wien (AT). In den vergangenen sechs Jahre war er als Senior Communications Manager bei der Amer Sports Austria tätig.

09: **Frank Steinmeyer** (51) ist neuer Pressesprecher sowie Leiter Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing bei der Sparkasse Leipzig. Der Journalist war zuvor seit 2008 als Leiter Kommunikation und Marketing der

Sachsen Bank in Leipzig tätig.

10: **Bettina Reinhart** (31) hat zum 1. Oktober 2010 die Leitung der zentralen Unternehmenskommunikation der Badischen Versicherungen (BGV) in Karlsruhe übernommen. Zuvor war sie bei dem Finanz- und Vermögensberater MLP als Presse-referentin tätig.

11: **Olaf Meidt** rückt in die Geschäftsleitung von Volvo Car Germany (VCG) in Köln auf. Der Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist jetzt auch für Events und Sponsoring des Unternehmens zuständig.

12: **Philippe Klein** (31) ist neuer Media Relations Manager der Bank Clariden Leu in Zürich (CH). Zuvor war er als Redakteur der Zürcher Landzeitung tätig.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

13: **Peter Bohmbach** ist neuer Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Fußballvereins Herta BSC in Berlin und übernimmt ab sofort die Aufgaben als Sprecher des Vereins. Darüber hinaus gehören sämtliche Publikationen zu seinem Aufgabengebiet. Als Assistentin steht ihm **Anne Grubert** zur Seite, sie ist auch für Medien-Akkreditierungen (Journalisten/Fotografen) und die technische Abwicklung zuständig. Der bisherige Hertha-Sprecher **Gerd Graus** wird zukünftig als Leiter strategische Kommunikation und CSR 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!

sein. Zu seinem Aufgabenbereich zählen die Partner- und Sponsorenpflege, "Berliner Freunde", "Hertha hautnah" sowie die interne Kommunikation. **Robert Burkhardt**, Leiter Neue Medien, verantwortet wie bisher die Bereiche Internet, soziale Netzwerke und Stadion-TV.

14: **Lena Herrling** leitet die medien- und netzpolitische Vertretung des Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) am Standort Berlin. Die studierte Politologin war zuvor als Leiterin des Hauptstadtbüros von Alice HanseNet sowie beim Deutschen Institut für Public Affairs, in der Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom sowie im Deutschen Bundestag tätig.

15: **Christoph Waitz** ist zum Deutschland-Sprecher der internationalen Internet-Initiative ICOMP (Initiative for a Competitive Online Marketplace) ernannt worden. Er war von 2005 bis 2009 Mitglied des Deutschen Bundestages und Sprecher der FDP-Bundestagsfraktion für Medien- und Kulturpolitik.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

16: **Verena Braun** (29) übernimmt die Bereiche Marketing und Öffentlichkeitsarbeit der Baiersbronn Touristik. Die Touristik-Kauffrau hat zuvor zehn Jahre im elterlichen Hotelbetrieb gearbeitet.

Etats

Etats compact (14) (42.KW-2010)

01: Holger Wienpahl, Kaiserslautern
was: *Künstlerbetreuung und PR*
an: **Kessler Kommunikationsberatung**, Wiesbaden

02: visionapp, Eschborn
was: *Pressearbeit in Deutschland*
an: **Lewis PR**, München

03: Sophos, Mainz
was: *PR- und Social Media-Etat*
an: **Schwartz PR**, München

04: Attensity Europe, Kaiserslautern
was: *Themenmanagement und Corporate PR*
an: **Fink & Fuchs Public Relations**, Wiesbaden

05: Demetron Deutschland, Kaiserslautern
was: *PR-Arbeit, Business-to-Business-Kommunikation*
an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

06: Landeszahnärztekammer Brandenburg (LZÄKB), Cottbus
was: *Online-Berichterstattung vom Zahnärztetag Brandenburg*
an: **jam&chips – next generation content**, Leipzig

07: W. L. Gore & Associates, Putzbrunn
was: *Einrichtung eines Social Media Newsrooms für die Marke Gore-Tex*

PMG · Presse-Monitor®



Mehr Info? Bitte hier klicken!

PMGmobil – Pressespiegel aufs Handy

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

an: **haeberlein & mauerer**, München

08: Sonae Sierra, Düsseldorf

was: *Verlängerung des Etats für PR und Corporate Communications in 2011*

an: **agentur05**, Köln

09: CinemaxX Gruppe, Hamburg

was: *Öffentlichkeitsarbeit in den Dialoggruppen Kinogast und Werbewirtschaft*

an: **Dederichs Reinecke & Partner**, Hamburg

10: Bruno Gelato, Randerfehn

was: *PR-Beratung sowie Vertrieb unterstützende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Public Relations v. Hoyningen Huene** (GPRA), Hamburg / Dresden

11: iteratec, München

was: *Kommunikationsberatung, die Unterstützung in der IT-Fachkommunikation, Beratung beim Aufbau der Online- und Social-Media-Kommunikation*

an: **Storymaker Agentur für Public Relations**, Tübingen

12: Bundesministerium für Bildung und

Forschung (BMBF), Berlin

was: *Konzept und Umsetzung der Kampagne zum Deutschlandstipendium*

was: *kommunikative Begleitung der Bürgerdialoge von 2010 bis 2014*

an: **A&B One** (GPRA), Frankfurt am Main

13: Trion Worlds, Redwood Shores, CA (USA)

was: *Lead-Agentur für die Pressearbeit in Kontinentaleuropa*

an: **Marchsreiter Communications**, München

14: Fashion For Floors, Monte Carlo (MC)

was: *operative und strategische PR- Betreuung für Deutschland, Österreich und die Schweiz*

an: **Reichert Public Relations**, Berlin

- 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

Branche

Lewis PR übernimmt Social Media Agentur Page One

Das internationale Netzwerk Lewis PR hat das US-amerikanische Unternehmen Page One PR übernommen. Zu den Kunden der Social Media Agentur gehören unter anderem Cisco, Polycom und VMware. Nach der Übernahme von Leads United in

Antwerpen ist dies nun der nächste Schritt innerhalb der Akquisestrategie von Lewis PR. Mit Page One will Lewis PR seine Expertise im Bereich Social Media und der digitalen Kommunikation weiter ausbauen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

MSLGroup vereint deutsche Agenturen

Das internationale PR-Netzwerk MSLGroup hat den Zusammenschluss seiner deutschen Agenturen MS&L und Publicis Consultants bekannt gegeben. Die bislang mit unterschiedlichen Bilanzen geführten Teams treten ab sofort gemeinsam unter der Marke MSL auf. Zeitgleich findet ein internationaler Relaunch der Agenturgruppe statt, in der sowohl die Positionierung als auch die visuelle Identität der MSLGroup erneuert werden. MSLGroup ist das weltweite Public Relations und Event-Network der Publicis Groupe und zählt mit 2500 Mitarbeitern an 83 Standorten zu den weltweit fünf größten PR-Networks.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA-Vertrauensindex 3. Quartal 2010: Zugpferd Automobilindustrie

Das Vertrauensniveau in Deutschland ist auch im 3. Quartal 2010 gestiegen – dies zeigt die neueste Erhebung des GPRA-Vertrauensindex in Kooperation mit TNS-Emnid. Begünstigt wird dieser Zuwachs auch durch den alten und neuen Spitzenreiter der Erhebung: Die Automobilbranche führt das Ranking weiterhin an und baut ihren Vorsprung auf jetzt 45,7 Punkte (+1,3) aus – Produktinnovationen und eine Stabilisierung des Marktes konnten im Rahmen eines in Kooperation mit Presse Monitor GmbH durchgeführten Medienscreenings als Ursache identifiziert werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

- 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/

Branche compact (7) (42.KW-2010)

01: "Tsching, Derassa & Bum" – was manche für den Sound einer Zirkuskapelle halten, **ist** in Wahrheit **der Name der Agentur**, die die Kommunikationsexperten Karsten Hoppe und Tilo Timmermann zum 1. Oktober gegründet haben. Seit ihrem Ausstieg aus der Hamburger Agenturgruppe achtung! (GPRA) im vergangenen Jahr haben die beiden Berater bereits einige Kunden aus Technologie und Lifestyle gewonnen – etwa aus den Branchen Consumer Electronics, IT und Automotive, sowohl im B2C- als auch im B2B-Geschäft. Die Agentur startet mit vier Mitarbeitern. Tsching, Derassa & Bum entwickelt Kommunikationsstrategien über alle Kanäle hinweg und realisiert sie in den zentralen Disziplinen PR und Social Media.

02: Jung von Matt/relations gewinnt sieben Galaxy Awards. Mit dem "Grand Award" sowie 3 x Gold, 1 x Silber, 1 x Bronze und zwei Auszeichnungen strahlt die Kölner PR- und Event-Agentur Jung von Matt/relations bei den 21. New Yorker Galaxy Awards 2010. Nach dem Gewinn des Gold Awards in der Kategorie Public Relations/Special Purpose Project erhält das Projekt "Mission: Service 24h Redesigned" auch den Grand Award for Best of Public Relations. Dabei handelt es sich um eine europaweite Schulungs-Roadshow für die Mitarbeiter des Customer Assistance Center (CAC) von Mercedes-Benz.

03: Die Lifestyle-Agentur Slam aus London (GB) hat nun auch einen Standort in Berlin. Das Team mit Sitz in der Kulturbrauerei im Bezirk Prenzlauer Berg ist spezialisiert auf die Bereiche Brand Building, Publicity sowie Digital- und Event-Kommunikation. Zu den Kunden der Tochter der US-Holding Interpublic (Golin Harris + Weber Shandwick) in Deutschland gehören bereits Marken wie Music Choice, Beats by Dr Dre, Oxfam und der Feuerzeughersteller Zippo. Slam Deutschland wird geleitet von Bettina Paul, sie war vormals langjährige Beraterin bei der IPG Schwesteragentur Weber Shandwick.

04: Bei der Verleihung des Cannes Corporate Media & TV Award sicherte sich fischer-Appelt, tv media den Goldenen Delphin in der Kategorie Virals. Die Stuttgarter Agentur überzeugte mit einem Webtrailer zur Positionierung des Mercedes-Benz SLS AMG in der Rennsimulation Gran Turismo 5. Der Cannes Corporate Media & TV Award wird jährlich an TV-Stationen, Produktionsfirmen, Produzenten, Filmemacher und Studenten vergeben. Die Award-Gala fand im Hotel Majestic Barrière mit Teilnehmern aus unter anderem den USA, Australien, Spanien und den Niederlanden statt.

- 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

05: Der Schweizerische Verband für interne Kommunikation (SVIK) hat in Zürich die SVIK-Awards vergeben, verliehen wird die "Goldene Feder" in fünf Kategorien, sowohl an Print- wie Online- Medien. Ausgezeichnet wurden in den jeweiligen Kategorien: *Mitarbeiterpublikation* das "Coop Forte Magazin", *Frontcover* das KPMG-Magazin "KPeople", *Text* die Helsana Versicherungen mit "Info" und *elektronische interne Kommunikation* die Schweizerische Post mit ihrem Intranet. Der Spezialpreis *Internal Communicator of the Year* geht an Hans Hess, VR-Präsident und CEO der Comet Holding in Flamatt, Mitglied des ETH-Rates und Vize-Präsident von Swissmen.

svik.ch

06: Nach umfangreichen Recherchen spricht der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR), Berlin Rügen gegen die Brauerei Hasseröder, Wernige-

rode und die **Deutsche Sporthilfe**, Frankfurt am Main wegen Schleichwerbung in Zusammenarbeit mit dem ehemaligen Sportschef des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR), Leipzig, Wilfried Mohren aus. Im gleichen Zusammenhang wird das Unternehmen **Techem**, Eschborn gemahnt, künftig keine geschäftlichen Beziehungen mit Medienvertretern einzugehen, die zugleich Einfluss auf die redaktionelle Berichterstattung über Belange des Unternehmens haben.

07: Anlässlich ihres zehnjährigen Bestehens hat die **Kommunikationsagentur Publik**, Ludwigs-hafen **den gemeinnützigen Verein "Starke Kids sind fair e.V." gegründet**. Ziel ist es, soziales Lernen an Grundschulen zu fördern und einen Beitrag zur Gewaltprävention zu leisten. Zentrales Angebot von "Starke Kids sind fair" ist kostenloses Unterrichtsmaterial für Lehrerinnen und Lehrer an Grundschulen. Prominente Unterstützer des Vereins sind die TV-Moderatorin Shary Reeves, der Boxer Torsten May und der Fußballer Jens Nowotny. Die Schirmherrschaft hat die Bundesbildungsministerin Annette Schavan (CDU) übernommen. Publik betreibt ehrenamtlich das Projektbüro und ist für Koordination, Weiterentwicklung und Kommunikation verantwortlich.

Social Media + Web 2.0

Das Social Web braucht klassische PR

Manchmal, so scheint es mir, sprechen wir in einem Ausmaß über Social Media, als ob es die klassische PR nicht mehr gäbe. Kommunikation im Social Web ist neu, hyper-spannend, offen, vernetzt, viel-versprechend, transparent, grenzenlos, faszinierend, facettenreich; je nachdem, aus welcher Warte man sie betrachtet. Aber vergessen wir ob dem Reiz des Neuen eines

nicht: Für ein Unternehmen ist Kommunikation im Social Web für sich allein keine Option. Wir sprechen nicht von einer Einzeldisziplin, losgelöst von den bisherigen Aktivitäten, sondern von einer sinnvollen Ergänzung zur klassischen Kommunikationsarbeit. Wirklich wirksam wird das Ganze erst, wenn wir Social Media in die integrierte und crossmediale Kommunikation einbetten und im Unternehmen breit abstützen.

Den Artikel von Marie-Christine Schindler (www.mcschindler.com) am 21. Oktober im Blog "PR im Wandel" [hier online weiterlesen](#).

Social Media compact (8) (42.KW-2010)

01: Der **Medienautor Stefan Niggemeier** hat in einem Artikel seinen Verdacht dargelegt, dass Konstantin Neven DuMont, eine der obersten Führungskräfte der Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg, eine Vielzahl von eigentümlichen anonymen Postings auf seinem Blog hinterließ. Gegenüber MEEDIA äußerte sich der Zeitungsmanager auf Fragen zum Thema. Auf die ausführlichen Vorhaltungen des Medienjournalisten, die zahlreichen Kommentare seien von der IP-Adresse des Vorstands versandt worden, erklärte DuMont, dass diese von zwei Personen aus seinem Umfeld abgegeben worden seien. meedia.de

02: **Ob ein Bundesbürger über einen Internet-Anschluss zu Hause verfügt, hängt maßgeblich von seinem Alter ab**. Während die unter 19-Jährigen vollständig privat online gehen können, sind es bei den über 64-Jährigen gerade einmal 44 Prozent. In den Altersstufen dazwischen haben um die 90 Prozent einen Internet-Anschluss in ihrer Wohnung. Das Potenzial der bisherigen Online-Abstinenten wäre durchaus aktivierbar. Das zeigt der infas- Telekommunikationsmonitor, eine bundesweit repräsentative Studie mit 1500 Befragten infas.de

03: **Wie Jugendliche mit persönlichen Informationen in Sozialen Netzwerkdiensten umgehen**, zeigt eine Studie, die von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) vorgestellt wurde. Die Ergebnisse der qualitativen Untersuchung von Jugendlichen zwischen 13 und 19 Jahren zeigen insgesamt ein recht differenziertes Bild, wie Jugendliche mit ihren persönlichen Informationen in Online-Netzwerken umgehen. Die Jugendlichen machen sich – in unterschiedlichem Maße und unterschiedlich tiefgehend – durchaus Gedanken darüber, was sie wem in Sozialen Netzwerkdiensten über sich mitteilen wollen und was sie andererseits als schützenswert erachten. blm.de

04: **Konsumenten halten twitternde Unternehmen für vertrauenswürdiger** als Marken, die nicht den aktiven Dialog mit den Zielgruppen über Micro-blogging-Dienste suchen. Das ist eines der Ergebnisse der diesjährigen Digital Influence Index Studie, die Fleishman-Hillard gemeinsam mit Harris Interactive für sieben Länder vorgelegt hat. Laut Digital Influence Index kennen bereits 78 Prozent aller Verbraucher Microblogging-Dienste. Dies ist ein Grund für Unternehmen, zunehmend über Twitter oder die Kommentarfunktion in sozialen Netzwerken wie Facebook mit Verbrauchern in Kontakt zu treten. Unter digitalinfluence.fleishmanhillard.de können Sie das Whitepaper der Studie kostenlos herunterladen.

05: Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) veröffentlicht **rechtliche Rahmenbedingungen für Social Media**. Der Leitfaden der Fachgruppe Social Media im BVDW gibt zehn Tipps für Betreiber von Sozialen Netzwerken im Umgang mit Nutzerdaten. Die BVDW-Richtlinien ersetzen ausdrücklich nicht individuelle Bestimmungen einer Social Media-Plattform, sondern dienen als Grundlage. bvdw.org

06: **Gala, Bunte & Co vernachlässigen ihre Präsenz in Social Media Netzwerken**. Tweets

liegen oft Monate zurück, mit sechs Twitter-Kanälen verwirrt die Bunte ihre Follower. Spam auf der Pinnwand stört Gala Men nicht die Bohne. Social Media Strategie? Fehlanzeige! 140 Zeichen sind wenig, verdammt wenig. Wer twittern will, muss damit auskommen. Kurz fassen lautet also die Devise. Was Millionen Twitter-User können, kann Gala nicht. klatschkritik.blog.de

07: Digitale Medien werden nicht nur häufiger, sondern im Medienvergleich auch intensiver genutzt. Das zeigt jetzt die aktuelle Studie "The Digital Day" von Tomorrow Focus Media. Der Nutzungsanteil "mehrmals täglich" ist im Medienvergleich am höchsten. Auch die Parallelnutzung mit anderen Medien ist bei digitalen Medien im Medienvergleich verhältnismäßig gering. Über 80 Prozent der Befragten nutzen das mobile Internet täglich bis zu einer Stunde. Dabei zeigt sich: Print wird mobil und digital – knapp 50 Prozent der Befragten lesen ihre Tageszeitung digital. tomorrow-focus.de

08: Im Oktober 2010 startete die Firma W. L. Gore & Associates, Putzbrunn **für die Marke Gore-Tex einen Social Media Newsroom** für Presse und Blogger. Unter der Adresse newsroom.gore-tex.eu werden Informationen in englischer und deutscher Sprache rund um neue Produkte und ihre Einsatzbereiche, sowie Hintergrundgeschichten und Wissenswertes zu aktuellen Projekten veröffentlicht. Mit der Einführung des Newsrooms unterstreicht Gore die Entwicklung der Kommunikation für die Marke Gore-Tex, bei der online vernetzte Themen und Projekte mit Social Media Charakter immer wichtiger werden. Ziel des Newsrooms ist es, Presseinformationen nicht nur klassisch anzubieten, sondern auf das veränderte Mediennutzungsverhalten zu reagieren.

Medien

PMG Zitate-Ranking: Spiegel im dritten Quartal vor New York Times und Bild

Das Zitate-Ranking der PMG Presse-Monitor GmbH zeigt für das dritte Quartal 2010 in der Spitzengruppe der am häufigsten zitierten Medien ein stabiles Bild. In der umfassendsten Untersuchung der Übernahme von Zitaten und Themen regionaler und überregionaler Meinungsführermedien in Deutschland liegt der Spiegel aktuell deutlich vor der New York Times und der Bild-Zeitung.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Medien compact (1) (42.KW-2010)

01: Das interaktive Online-Angebot des NDR Medienmagazins **"Zapp"** hat den **Silbernen Delfin beim "Cannes Corporate Media & TV Award" in der Kategorie "Streaming/Web-Only/Web-TV" erhalten**. Der Preis wird jährlich an TV- und Werbeproduktionen in sechs Hauptkategorien vergeben, darunter TV-Dokumentationen und Online Medien. "Zapp plus" ist eine Flash-Anwendung, in der den Usern zusätzlich zur Sendung ganze Interviews und zahlreiche Dokumente zur Verfügung gestellt werden. Die Nutzer können diese Informationen über eingeblendete "Hotspots" erreichen, während die Beiträge laufen.

Services + Tipps

Leitfaden des BdP für die PR-Volontariatsausbildung

Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) hat erstmalig gemeinsam mit der

Deutschen Gesellschaft für Public Relations (DPRG) eine Studie zum Status Quo des deutschen PR-Volontariats veröffentlicht. Das jetzt neu erschienene Buch "Das PR-Volontariat - PR-Qualifizierung in deutschen Agenturen und Unternehmen" gibt auf 178 Seiten Aufschluss über den aktuellen Stand des PR-Volontariats in Deutschland. Es ist der bislang einzige Leitfaden für die formale und inhaltliche Ausgestaltung von PR-Volontariaten in deutschen Agenturen und Unternehmen und definiert darüber hinaus Handlungsempfehlungen. Sie können das Buch ab sofort unter bdp-net.de bestellen!

Service compact (2) (42.KW-2010)

01: Wie wirkt sich das neue wirtschaftliche Umfeld auf den Führungsstil aus? Wie gehen Führungskräfte mit dem hohen Maß an Komplexität um? Welche Strategien wenden die erfolgreichsten Unternehmen an, um von neuen Möglichkeiten zu profitieren und Wachstumsgrenzen zu durchbrechen? Um dies zu ergründen, führte IBM über 1.500 Einzelinterviews durch – Die **IBM CEO Study** ist die größte bekannte Studie ihrer Art. Die befragten Führungskräfte repräsentieren Unternehmen aller Größen aus 60 Ländern und 33 verschiedenen Branchen. ibm.com

02: Meetings und Workshops gelingen, wenn das Thema so gut vorbereitet ist, dass die Teilnehmer sofort "anbeißen". Wenn die entwickelten Ideen so überzeugend sind, dass sie von allen "geschluckt" werden. Und wenn aus den Ideen Lösungen werden, die merklich zum Unternehmenserfolg beitragen. Aber wie stellt man das an? In nur vier Schritten erklärt der neue **Leitfaden "Die Glückskeks-Methode" von Kommunikations-expertin Christiane Schulz** praxisnah wie Meetings und Workshops zum Erfolg werden. Die Autorin präsentiert das notwendige Rüstzeug für die perfekte Vorbereitung und klare Strukturierung von Arbeitstreffen. Und zeigt anschaulich, wie Meeting-Leiter Aufgaben, Ziele und Fragestellungen so defi-

nieren, dass alle Teilnehmer von Anfang an wissen, wohin die Reise gehen soll. Für das eigentliche Herzstück vieler Meetings, die Ideenfindung, stellt Schulz erprobte Kreativitätstechniken vor. Viele Checklisten aus dem Buch finden sich auch als Download auf www.glueckskeksmethode.com wieder.

Termine + Tagungen

Termine compact (2) (42.KW-2010)

01: Das **6. Internationale Interim Management Meeting** der Dachgesellschaft Deutsches Interim Management findet am 5. und 6. November im Dorint Pallas Hotel in Wiesbaden statt. Norbert Lindhof wird im Rahmen des Kongresses am Freitag den 5. November den Workshop „Selbstvermarktung für Interim Manager: Wie Sie neue Kunden effektiv für sich gewinnen“ moderieren. Infos über das IIM Meeting unter www.iimm.de.

02: **Greenpeace** ist seit Jahren im Bereich Social Media aktiv und gilt als Vorreiter erfolgreicher Online-Kampagnen. Am Beispiel der Nestlé-Kampagne präsentiert Claudia Sommer, Webmanagerin Greenpeace, am 28. Oktober die **Social Media Strategie** der Umweltschutzorganisation im **PR Club Hamburg**. Beginn der Veranstaltung ist um 19:30 Uhr im Amerikazentrum Hamburg, Am Sandtorkai 48, in Hamburg. Die Anmeldung erfolgt über: <http://www.otseinladung.de/event/6aebdeccf4>.

Ausbildung + Seminare

35. DAPR-PR-Grundausbildung startet im Februar 2011

Der berufsbegleitende PR-Lehrgang der Deutschen Akademie für Public Relations GmbH (DAPR) richtet sich an Absolventinnen und Absolventen von Volontariaten oder Trainée-Programmen in PR-Agenturen oder PR-Abteilungen von Unternehmen und Institutionen. Die vier Module der DAPR-Grundausbildung finden im Zeitraum 4. Februar bis 5. Juni 2011 statt - jeweils von Freitag bis Sonntag in Frankfurt am Main.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutsche Gesellschaft für Krisenmanagement startet Zertifikatslehrgänge

Vorrangig an berufserfahrene Führungsnachwuchskräfte in Wirtschaftsunternehmen, Banken, öffentlichen Einrichtungen und Verbänden richten sich die beiden Zertifikatslehrgänge zum "Krisenkommunikationsmanager/in (DGfKM)" und "Restrukturierungsmanager/in (DGfKM)" der Deutschen Gesellschaft für Krisenmanagement (DGfKM) in Hamburg. Die Intensivschulungen starten im Frühjahr 2011 und werden in Frankfurt am Main und Köln durchgeführt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (8) (42.KW-2010)

01: Am 20. Oktober wurden an der **Leipzig School of Media (LSoM) die Studenten des Studienjahrgangs 2010 feierlich immatrikuliert**. Zum Wintersemester nehmen an der School 29 Bewerber aus Deutschland, Österreich und der Schweiz ihr Studium auf. Das ist die bisher höchste Anzahl von Neueinschreibungen seit Beginn des Studienbetriebs auf dem Mediacampus im Leip-

ziger Stadtteil Gohlis. Die Studierenden nehmen ihr berufs begleitendes Masterstudium in den Fachrichtungen „Content & Media Engineering“, „Crossmedia Publishing“, „New Media Journalism“ und „Corporate Publishing“ auf. Die Bewerberzahlen sind in diesem Jahr stark angestiegen. Für den Studiengang „Corporate Publishing“ zum Beispiel haben sie sich im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt.

02: Die MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, ist Partner beim europaweiten TalentED-Programm von Edelman. Zusammen mit dem PR-Netzwerk bietet die Medienhochschule ihren Absolventen die **Möglichkeit zur dualen Berufsausbildung** an. In diesem Jahr können vier Bachelorabsolventen der MHMK an den Edelman Standorten München und Hamburg ein einjähriges Praxisprogramm mit festem Monatsgehalt, Jahresurlaub und begleitenden Trainings durchlaufen. Den Berufsstart bei Edelman wird ein achtwöchiges Einstiegsprogramm erleichtern. Darüber hinaus sind die TalentED-Mitarbeiter festen Teams und Kunden-Accounts zugeteilt. www.edelman.de
www.macromedia.de

03: Dem Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) ist die Förderung und Qualifizierung in der Aus- und Weiterbildung des PR-Nachwuchses ein besonderes Anliegen. Der BdP hat deswegen erstmalig gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Public Relations (DPRG) eine **Studie zum Status Quo des deutschen PR-Volontariats** veröffentlicht. Das jetzt neu erschienene Buch "Das PR-Volontariat - PR-Qualifizierung in deutschen Agenturen und Unternehmen" gibt auf 178 Seiten Aufschluss über den aktuellen Stand des PR-Volontariats in Deutschland. Es kann unter bdp-net.de bestellt werden.

04: Die **design akademie berlin**, Hochschule für Kommunikation und Design, **lädt am 04. November ein zum Bachelor-Infotag**. Hier erfahren

Interessierte alles über die beiden Bachelor-Studiengänge Marketingkommunikation und Kommunikationsdesign. Bei dem anschließenden Rundgang lernen sie die persönliche Studienatmosphäre in den Räumen der privaten Hochschule am Paul-Linke-Ufer und in der Liegnitzer Straße kennen. Weitere Informationen unter www.design-akademie-berlin.de/infotage.html.

05: **Texten für die Online-Kommunikation** steht am 6. Dezember auf dem Trainingsplan der **AFK Akademie** Führung und Kommunikation in Oberursel bei Frankfurt am Main. Trainerin Susanne Czernick zeigt, wie für die anspruchsvollen Online-Leser interessante und wirkungsvolle Texte entstehen. Infos: www.afk-online.com.

06: Die **MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, ist Partner beim europaweiten TalentED-Programm von Edelman**. Zusammen mit dem weltweit größten PR-Netzwerk bietet die Medienhochschule ihren Absolventen die Möglichkeit zur dualen Berufsausbildung an. In diesem Jahr können vier Bachelorabsolventen der MHMK an den Edelman Standorten München und Hamburg ein einjähriges Praxisprogramm mit festem Monatsgehalt, Jahresurlaub und begleitenden Trainings durchlaufen. Den „Berufsstart“ bei Edelman wird ein achtwöchiges Einstiegsprogramm erleichtern. Darüber hinaus sind die TalentED-Mitarbeiter festen Teams und Kunden-Accounts zugeteilt. weitere Informationen unter www.edelman-newsroom.de.

07: Das **eLearning-Modul „CSR Communication Management“** wird im Rahmen eines Förderprogramms der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin in Kürze fertiggestellt. Grundlage ist die Buchneuerscheinung von Bernd Lorenz Walter „Verantwortliche Unternehmensführung überzeugend kommunizieren“. Das eLearning Modul steht für den Lehreinsatz an Hochschulen und später auch für Unternehmen zur Verfügung. www.BLWalter.com

08: Das **Business Bildungs Center Essen** (BBC) bietet auch 2011 seinen praxisorientierten und wissenschaftlich fundierten Lehrgang (Januar bis Mai) mit **Abschluss zum PR-Berater** (BBC)/PR-Referent (BBC) an. Kostenlose Infoabende am 25. November und am 16. Dezember 2010 in Essen. Außerdem werden PR-Seminare zu den Themen "Online Relations" und "Effiziente PR" angeboten. (www.bbc-essen.de)

KarriereBarometer

Neues Karrierebarometer: Was ist ein guter Arbeitgeber?

Thomas Lüdeke und Philip Müller vom PR Career Center in Düsseldorf wollen beim 2. Karrierebarometer wissen, was einen guten Arbeitgeber ausmacht. Worauf wird Wert gelegt, was ist wichtig? Abgefragt werden u.a. Gestaltungsspielraum, Wertschätzung durch Vorgesetzte, gutes Gehalt, Betriebsklima, sicherer Arbeitsplatz und Aufstiegsmöglichkeiten. Die Umfrage ist ab sofort öffentlich und bleibt bis 15. November online. [Direkt zur Umfrage](#).

Pfeffer & Salz & Senf

ZDF: Neues aus der Anstalt nun mit PR-Kümmerner

Erwin Pelzig, alias Frank-Markus Barwasser, begibt sich freiwillig in die Hände von Anstaltsleiter Urban Priol und kümmert sich künftig in der psychotherapeutischen Tagesklinik um die Öffentlichkeitsarbeit und die Interne Kommunikation. Er ist Nachfolger des langjährigen "Patientensprechers" Georg Schramm, der, im Sommer ausgeschieden ist. Auf der Suche nach

dem Wahnsinn stoßen die Kabarettisten in die dunklen Abgründe der deutschen Spitzenpolitik vor und finden dabei immer wieder Hilfe im Humor.

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gerücht: Buddenbrooks am Rhein

(nsb) Das Internet vergisst nichts. Diese auch unter dem Begriff „Long-Tail-Effekt“ bekannte Tatsache sollte jeden nachdenklich machen, der seine Spuren in diesem Medium hinterlässt. Ein Spruch, wie weiland Konrad Adenauers „Wat jeht mich mein Jeschwätz von jestern an?“ gilt heute nicht mehr. Alles ist aufgezeichnet, wie in Knecht Ruprechts schwarzem Buch.

Das hätte auch Konstantin Neven DuMont wissen können. Der Mann ist auf Facebook und Twitter aktiv und lässt die Welt einen tiefen Einblick in seine Gedankenwelt nehmen. Wir erfahren, dass er am liebsten gefiltertes Brunnenwasser trinkt, niemals Alkohol; oder dass er in Kürze Politsongs und auch ein paar selbst gemachte Liebeslieder ins Web stellen will.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 13 aktuellen Gesuche finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

ANGEBOTE (47)

Volontariat/Trainee

Die 13 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

Junior PR-Berater/-in, München

PR-Seniorberater/-in, Langenfeld (Rheinland)

Junior PR-Berater/-in Technik, Rhein-Main-Gebiet

Kommunikations-Beraterin/Berater mit Schwerpunkt PR in Hamburg

PR- Assistent (m/w) Food/Living, München

PR/ Marketing-Manager/-in, München

PR- Assistent/in in Vollzeit, Köln

PR-Berater Fashion - Beauty - Lifestyle (m/w), Standort Düsseldorf

Junior Consultant/Trainee in Frankfurt/Main

cocodibu sucht eine/n PR-Berater/in und eine/n PR-Volontär/in, München

fischerAppelt sucht PR-Berater Finance (m/w), Standort Frankfurt

fischerAppelt sucht Teamleiter PR-Beratung (m/w), Standort Hamburg

Hamburger PR-Agentur sucht PR-Berater/in

Teamassistenz für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main

markenzeichen sucht starken PR-Berater (m/w) und Junior-Berater (m/w) mit Biss, Frankfurt

PR-Berater/in mit Weitblick, Stuttgart

PR-Mitarbeiter/-in aus Leidenschaft in Stuttgart gesucht (Teilzeit)

PR-Berater (m/w) Tourismus im Luxussegment, München

additiv pr sucht Junior-PR-Berater/-in zum nächstmöglichen Zeitpunkt, Montabaur

Online-Redakteur(in) Großraum Karlsruhe

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

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

Medien

Junior PR-Berater/ in, print & online, München

Unternehmen

Marketing-Mitarbeiter/in für PR und Kundeninformation gesucht, Berlin

Mitarbeiter (w/m) Technische Kataloge, Köln

Texter/in im Bereich PR und Marketing der MACH AG, Standort Lübeck

PR-Berater/in und Teamleiter/in, Köln

Government Relations bei IT-Unternehmensrepräsentanz, Berlin

Leiter/-in Presse- und Medienarbeit (Pressesprecher/-in), Hamburg

Mitarbeiter (w/m) Online-Kataloge, Köln

Verbände (Non-Profit)

Öffentlichkeitsarbeit bei der LINKEN, Berlin

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 25. Oktober 2010 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.230 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 Karte 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 Lüdeke + Philip Müller, Düsseldorf (PR Career Center) (info[at]pr-career-center.com)

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

Rubrik "PR-Jobbörse": Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.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 (frauke.scheben[at]gmx.de).

Autoren 2010: Stephan Fink, Wiesbaden; Jörg Führer, Neckargemünd; Andreas Günther, Hamburg; Mirko Lange, München; Dirk Maass, Hamburg; Prof. Dr. Klaus Merten, Münster; Wolfgang Michal, Berlin; Thomas Mickleit, 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:

Lendersbergstrasse 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: redaktion@pr-journal.de Diese E-Mail-Adresse ist gegen Spambots geschützt! JavaScript muss aktiviert werden, damit sie angezeigt werden kann. , gerhard[at]pfeffer.de

URL: www.pr-journal.de; www.pr-journal.at; www.pr-journal.ch; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info; www.pr-journal.net; www.pr-jobs-und-karriere.de; www.pr-datenbanken.de; www.agenturcafe.de; www.neues-prportal.de; www.przentrum.de; www.pr-barometer.de; http://karrierebarometer.pr-journal.de; www.prranking.de; www.pr-bistro.de; www.pr-komjuniti.de; www.pr-lokalreporter.de; www.pepperia.de.