

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 269 / 46. KW 2010

## Seite 1

### PR-Erfinder Bernays: Der Überzeugungstäter

Er machte Zigaretten zur Damenmode und erfand das "American Breakfast". Edward Bernays erdachte in den zwanziger Jahren fast im Alleingang die Public Relations, inspirierte damit sogar Goebbels - und schwatzte den Amerikanern einen Präsidenten auf, den sie eigentlich gar nicht wollten. Calvin Coolidge war ein wortkarger US-Präsident. Das musste auch die Gastgeberin eines Dinners erfahren, bei dem der Staatsmann zugegen war. Die junge Frau erzählte ihm, sie hätte gewettet, mehr als drei Worte mit ihm zu wechseln. Coolidges knappe Antwort: "Sie verlieren."

Den Artikel von Philipp Schnee am 22. November in "EINESTAGES Zeitgeschichten von Spiegel online" [hier weiterlesen](#).

### Karrierebibel: Lebenserfahrung – Sieben Weisheiten für den Alltag

Viele Menschen erleben mindestens einmal in ihrem Leben eine große Krise, in der sie vieles oder sogar alles, was ihnen bisher wichtig oder

wertvoll war, in Frage stellen: Ist es richtig, dass ich so viel Zeit für meinen Job investiere? Soll das einmal von meinem Leben die Zusammenfassung sein? Will ich mit diesem Menschen an meiner Seite wirklich alt werden? Solche Selbstfindungsphasen können sich manchmal wie Kaugummi ziehen und an den eigenen Kräften zehren. Ein paar Lebensweisheiten können in solchen Situationen eine Unterstützung für eigene positive Denkanstöße liefern. Wir haben da mal was zusammengestellt: Sieben Weisheiten, die Ihnen in den unterschiedlichsten Situationen helfen können.

Den Artikel von Martin Anding am 22. November im Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).

### Web-Wut wegen Merkel-Kampagne

Die Bundesregierung wollte mit einer knapp drei Millionen Euro teuren Werbekampagne gute Stimmung für die eigene Leistung machen - der PR-Schuss ging aber nach hinten los. Nicht nur die Opposition schäumt wegen der zeitlichen Nähe zum CDU-Bundesparteitag und droht mit Haushaltsausschuss und Rechnungshof- auch das Web-Volk murrte und kritisiert die mit wolkigen Aussagen versehene Werbe-Anzeige scharf. Das einhellige Urteil vieler Nutzer lautet: Geldverschwendung. [meedia.de](#)

### Bei der politischen Information vertrauen Bürger vor allen Dingen auf Zeitungen und TV

Wenn es um aktuelle Ereignisse und die Probleme der Politik geht, informieren sich die Bundesbürger



immer noch hauptsächlich durch Zeitungen (51%) sowie durch das öffentlich-rechtliche Fernsehen (67%). Im Vergleich mit einer ähnlichen Studie von 2006 gewinnt das Internet als Informationsquelle jedoch an Gewicht und erreicht mit 35% Platz vier. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage zum Informations- und Kommunikationsverhalten der Bundesbürger, die die Beratungsgesellschaft dimap communications im September 2010 durchgeführt hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### ORF-Sprecher Strobl und die "Abhöraffaire"

Kommunikation ist sein Geschäft. Zumindest kann Pius Strobl das seit Jahrzehnten einigermaßen glaubhaft vermitteln. Umso erstaunlicher, dass der ehemalige Bundessprecher der Grünen nun über einen bemerkenswert ungeschickten Lapsus stolpert. Am Rand der denkwürdigen Sitzung des Stiftungsrates in der Vorwoche hatte Strobl als ORF-Konzernsprecher einer Mitarbeiterin aufgetragen, alle Gespräche zwischen Journalisten und ORF-Mitarbeitern aufzuzeichnen. Als sich unter Journalisten wie ORF-Direktoren heftige Kritik rührte, ruderte er zurück und bagatellierte die Aktion.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Martin Bialecki kehrt als Redaktionsleiter zur dpa zurück

Martin Bialecki (43) übernimmt am 1. Januar 2011 die Leitung der Redaktion Politik der Deutschen Presse-Agentur dpa in Berlin. Er kehrt damit zur dpa zurück, wo er bis Oktober 2009 die Redaktion Politik Deutschland und das dpa-Hauptstadtbüro leitete. Anschließend war er als Geschäftsführer der Agentur Plato Kommunikation in Berlin und Brüssel tätig. Bialecki folgt auf Roland Freund (42), der sich in Zukunft ganz auf seine Aufgaben als Chef Inland konzentriert. Seit seiner Berufung in die Chefredaktion im Sommer dieses Jahres hatte Freund vorübergehend beide Positionen innegehabt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Ingo Bosch verlässt Ketchum Pleon Deutschland

Ingo Bosch, Managing Partner und bisher verantwortlich für den Ketchum Pleon (GPRA) Standort Bonn, übergibt seine Management-Aufgaben Ende April 2011 an die bisherige Stellvertreterin Barbara Palmer. Grund hierfür sind unterschiedliche strategische Auffassungen über die Entwicklung des Bonner Büros. Bosch wird sich bis zu seinem Ausscheiden Ende April auf die reibungslose Übergabe der von ihm betreuten Kunden und auf einzelne Beratungsmandate konzentrieren. Ketchum Pleon betreut am Bonner Standort namhafte Unternehmen und öffentliche Institutionen. Angesiedelt sind zudem das European Research Center und die deutschlandweit agierende VIP- und TV-Unit.



**Personalien compact (20)**  
**(46.KW-2010)**

**AGENTUREN:**

01: **Walter Osztovics** (51) ist ab sofort dritter Geschäftsführer der Public-Affairs-Agentur Kovar & Köppl in Wien (AT), wo er bereits seit acht Jahren beschäftigt ist. **Martina Dafinger** (32) wurde zum Senior Consultant der Agentur ernannt, bei der sie seit 2006 beschäftigt ist. Die Senior Consultants **Klaus Weissmann** (37), **Heimo Gradischnig** (42) und **Christian Thonke** (36) sowie die Finanzmanagerin **Edith Hierzenberger** (48) wurden Partner bei Kovar & Köppl.

02: **Leonie Grabler** (28) verstärkt als Trainee die Unit Lifestyle Brands & Entertainment der Münchener Agentur für PR und Marketing consense communications. Die Dramaturgin arbeitete bereits am Stadttheater Bern und dem Deutschen Theater Berlin und sammelte Erfahrung in Journalismus und PR durch Praktika unter anderem bei Warner/Chapell Music und dem Bayerischen Rundfunk.

03: **Sebastian Schmidt** (46) wird neuer Managing Director von Publicis Berlin und leitet ab Januar 2011 den Hauptstadtstandort der deutschen Publicis-Gruppe. Der Diplom-Kaufmann arbeitete bereits acht Jahre bei Publicis Berlin in der Geschäftsleitung bevor er 2008 als For-

schungsleiter zum Institut of Electronic Business (IEB) ging.

04: **Julia Simon** (28) ist neue PR-Redakteurin bei der Leipziger Agentur 4iMedia Public & Media Relations, sie wird die Ressorts Health Care und Public unterstützen. Die studierte Kommunikationswissenschaftlerin absolvierte zuvor ein dreimonatiges Praktikum in der PR-Abteilung von Issey Miyake Middle Europe in Düsseldorf.

05: **Frank Schönewerk** (31) ist neuer Account Manager bei der Berliner Agentur Pure Online, die sich auf digitale Kommunikation spezialisiert hat. Der gelernte Zeitungsredakteur kommt von Way To Blue, wo er als Senior Account Executive tätig war.

**UNTERNEHMEN:**

06: **Oliver Weiß** (43) unterstützt das Team von Golden Alligator Interactivities in Berlin ab sofort in den Bereichen Public Relations und Kommunikationsmanagement. Der geprüfte PR-Berater arbeitete zuvor unter anderem für den Spitzenverband des privaten Rundfunks, VPRT. **Nina Hüpen-Bestendonk** (26) verstärkt den Bereich Screen-design. Die Dipl.-Kommunikationsdesignerin und hat zuvor beim Westdeutschen Rundfunk gearbeitet.

07: **Christian Riedel** (41) verstärkt bei der Deutschen Messe in Hannover von sofort an die Pres-

**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!

sarbeit der Hannover Messe. Er übernimmt die Leitung des Presseteams und trägt die Verantwortung für die weltweite PR-Arbeit der Hannover Messe. Der Journalist hatte zuvor 2007 bis 2010 die Redaktionsleitung und Chefredaktion mehrerer Fachtitel in der DVV Media Group.

08: **Kristin Posch** (29) ist neue Leiterin für Corporate Communications des Prüfungs- und Beratungsunternehmens Ernst & Young Österreich in Wien (AT). Ihre Verantwortung in dieser Position umfasst die externe und interne Kommunikation sowie das Issue Management der Fachthemen. Zuvor war die Journalistin für mehrere Jahre als PR-Consultant für die Wiener Ärztekammer tätig.

09: **Sevilay Gökkaya** (35), seit 2002 bei Hyundai Deutschland als Bereichsleiterin Marketing und Public Relations beschäftigt, übernimmt am 1. Januar 2011 die Leitung der Direktion Marketing bei Citroën Deutschland in Köln. Wer ihr Nachfolger bei Hyundai wird, ist noch offen. Die Diplom-Kauffrau folgt bei Citroën auf **Sonja Heine** (42), die das Unternehmen verlassen hat.

10: **Nico Krespach** leitet die Unternehmenskommunikation und ist neuer Pressesprecher von Schultze & Braun Rechtsanwalts-gesellschaft für Insolvenzverwaltung in Achern. Der studierte Journalist hat zehn Jahre Erfahrung in den Bereichen Kommunikation und Journalismus und war bis Oktober als Online-Projektmanager und

Redakteur bei der DEKRA tätig.

11: **Michael Kraft** (47) ist neuer Leiter der Unternehmenskommunikation bei der DFS Deutsche Flugsicherung in Frankfurt am Main. Er war zuvor beim Spezialchemie-Hersteller Clariant International Leiter der Kommunikation Europa. Ansprechpartner für die Presse ist nach wie vor Pressesprecher **Axel Raab**.

12: **Peter Heimerzheim** hat die Leitung der Unternehmenskommunikation beim Maschinen- und Anlagenbauer SMS Meer in Mönchengladbach - einem Unternehmensbereich der SMS Group in Düsseldorf - übernommen. Zuvor war er bei Siegwerk Druckfarben und Bayer in verschiedenen Funktionen tätig.

13: **Marc Maurer** (27) wechselt von Siemens Schweiz, wo er bisher als Press Officer tätig war, als Manager Corporate Communications zu cablecom in Zürich (CH). Der diplomierte Kommunikator FH arbeitete in einer früheren Position unter anderem als Mediensprecher bei Greenpeace.

14: **Christoph Ringwald** (37) ist ab dem 1. Februar 2011 Head of Corporate Media und Corporate Social Responsibility beim Edelmetall- und Technologieunternehmen Heraeus in Hanau. In seiner neuen Position folgt er auf **Tina Böcker**, die das Unternehmen verlassen hat.

**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!**

**MEDIEN:**

15: **Wolfgang Zehrt** (46) gehört vom 1. Dezember an dem Vorstand der dapd media holding in Berlin an, er ist bereits Geschäftsführer der beiden dapd-Unternehmen dapd Video und des Kommunikationsdienstleisters ddp direct sowie Pressesprecher der Agenturgruppe. Im vierköpfigen Vorstand wird er den Bereich Business Development verantworten. Weitere Vorstandsmitglieder sind die Eigner der dapd holding **Peter Löw** und **Martin Vorderwülbecke** sowie **Cord Dreyer**, der als Geschäftsführer und Chefredakteur für das Nachrichtengeschäft der Gruppe zuständig ist. Zehrt arbeitet seit März vergangenen Jahres für die dapd media holding.

16: **Petra Höffler** (48) ist neu im Team Medienbetreuung der deutschen journalisten dienste in Reichenberg. Sie wird helfen, die Kontakte zu den mehr als 1.200 Print-Redaktionen zu pflegen, die regelmäßig djd nutzen. Höffler hat zuvor als Redaktionsassistentin beim Bitburger Wochenspiegel gearbeitet.

17: **Christoph Keese**, Konzerngeschäftsführer Public Affairs bei Axel Springer, moderiert künftig das neue Format "Manager ganz nah" des Nachrichtensenders n-tv (Köln/Berlin). Produziert wird die neue Sendung von Sabine Christiansens Unternehmen TV 21 (Berlin).

**POLITIK UND BEHÖRDEN:**

18: **Colette Adam-Zaugg** (49) ist neue Chefin Kommunikation des Schweizerischen Eidgenössischen Departements für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport (VBS). Sie ist damit Nachfolgerin von **Jean-Blaise Defago**, der am 1. Juli zum persönlichen Mitarbeiter des Departementschefs berufen wurde. Die Juristin war zuvor von 1998 bis 2009 Chefin der Fremdenpolizei des

- 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](http://www.lautenbachsass.de) - (069) 710456-170

Kantons Solothurn, 2009 wurde sie als Mitglied der SVP in den Solothurner Kantonsrat gewählt.

19: **Uwe Steinkrüger**, Pressesprecher der NRW-Linksfraktion im Düsseldorfer Landtag, ist mit sofortiger Wirkung zurückgetreten. Er begründete seinen Schritt mit unterschiedlichen Auffassungen zur Organisation der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zwischen ihm und der Fraktion. Steinkrüger geht zurück zum Landschaftsverband Rheinland, wo er bereits lange Zeit im zentralen Presseamt

und später für das Industriemuseum Oberhausen tätig war.

20: **Alexandra Iwan** (34) wurde als PR-Expertin in das Projekt-Team für den Eurovision Song Contest (ESC) der Stadt Düsseldorf berufen. Ihre Aufgaben sind die Koordination und Betreuung der nationalen und internationalen Presse sowie die strategische Kommunikation. Nach ihrem Studium erarbeitete Iwan für Abels & Grey Medienstrategien, bis sie 2003 ihre eigene Presseagentur "textschwester" gründete.

## Etats

### Schlecker investiert in neues Markenimage

Die Drogeriekette Schlecker will nach Fachmedienberichten rund 230 Millionen Euro investieren, um ein neues Markenimage aufzubauen. Der Großteil der Investitionen soll in die Erneuerung des Filialnetzes fließen. Damit einher gehen soll auch ein neues Kommunikationskonzept, ein Feld auf dem das Unternehmen bisher nicht sonderlich gegläntzt hat. Meike Schlecker verantwortet gemeinsam mit ihrem Bruder Lars Schlecker die Unternehmenskommunikation und will eine neue Strategie einleiten, die zu mehr Transparenz führen soll. Wie es heißt, soll mit der Umsetzung der neuen Kommunikationsstrategie eine Agentur beauftragt werden.

- Anzeige -

### Tagung „Interne Kommunikation“

Tagung

**Interne Kommunikation**  
Chancen erkennen, Dialoge führen, Zusammenhalt sichern



Am 2. und 3. Dezember 2010 veranstaltet die Quadriga Hochschule Berlin gemeinsam mit dem Magazin pressensprecher die Tagung „Interne Kommunikation“ in Berlin. In Best-Cases zeigen Experten auf, vor welchen Herausforderungen die Interne Kommunikation heute steht und wie moderne Tools und Techniken genutzt werden. In interaktiven Workshops erarbeiten die Teilnehmer Strategien und Instrumente für die interne On- und Offline-Kommunikation. Das zweitägige Programm gibt Denkanstöße, Anregungen und Tipps für den internen Unternehmenserfolg und bietet Raum für fachlichen Austausch und Networking.

[www.tagung-interne-kommunikation.de](http://www.tagung-interne-kommunikation.de)

### Bundesministerium für Arbeit und Soziales lässt Ketchum Pleon kommunizieren

Ketchum Pleon (GPRA), Düsseldorf (Büro Berlin) wird in den kommenden vier Jahren die Kommunikationsarbeit des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) unterstützen, dabei handelt es sich um einen Rahmenvertrag bis 2014. Zu den Aufgaben der Agentur gehören unter anderem die mittel- und langfristige Strategie- und Konzeptionentwicklung, Issues Management und Agenda Setting sowie die Entwicklung, Planung und Durchführung von einzelnen Kommunikationsmaßnahmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Etats compact (14) (46.KW-2010)

01: Hype Softwaretechnik, Bonn

was: *Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Frische Fische**, Berlin

02: rhinos energy, München

was: *Marken- und Produkt-PR*

an: **achtung!** (GPRA), München

03: Panini Verlag, Nettetal

was: *externe Unternehmenskommunikation*

an: **Communication Consultants**, Stuttgart

04: Grub Brugger & Partner, Stuttgart

was: *Kommunikation zum Börsengang von*

*Schiesser*

an: **MSL Financial München**, Frankfurt am Main

05: My Choc, Wismar

was: *vertriebsorientierte*

*Kommunikationsmaßnahmen*

an: **ad publica**, Hamburg

06: Fashion Circus, Dresden

was: *PR-Kampagne für den Mannheimer Fashion*

*Circus*

an: **4iMedia**, Leipzig

07: Hase Kaminofenbau, Trier

was: *multimediales Imagekonzept für Film, Print*  
*und Online*

an: **rheinfaktor Agentur für Kommunikation**,  
Köln

08: Hamburger EnergieAgentur (HAMEA)

was: *Kampagne zum Start der Europäischen*

*Umwelthauptstadt*

an: **Mann beißt Hund**, Hamburg

09: Eaton Industries, Bonn

was: *Fach-PR für die Bereiche Automotive und*

*Nutzfahrzeuge in Westeuropa*

an: **pr people**, Köln

10: Kulturhauptstadt 2020 Stadt Mannheim

was: *Online-Video-Projekt für die Bewerbung als*  
*Europäischen Kulturhauptstadt*

an: **signum communication**, Mannheim

11: Hamburger Hafen und Logistik (HHLA)

was: *Beratung bei der Konzeption, dem Design und*  
*den Inhalten des Geschäftsberichts*

an: **Kirchhoff Consult**, Hamburg

12: Seagate Technology, München

was: *PR- und Kommunikationsarbeit sowie Social*  
*Media Relations-Aktivitäten in Deutschland*

an: **Schwartz Public Relations**, München

13: Alpha Business Solutions, Kaiserslautern

was: *Kommunikationsberatung und Medienarbeit*

*sowie die Online-PR- und Social-Media-Aktivitäten*

an: **verclas & friends**, Heidelberg

14: Bulgarisches Ministerium für Wirtschaft, Energie  
und Tourismus, Sofia (BG)

was: *PR- Kampagne in Deutschland für das*  
*Reiseland Bulgarien*

an: **Media Consulta**, Berlin

## Branche

### Ganz persönlich – Braucht die Marke ein Gesicht?

Bei den siebten Kamingsgesprächen, veranstaltet von F&H Porter Novelli, am 15. November 2010 diskutierte ein Podium mit Vertretern aus Wissenschaft, Medien und Praxis über den Einsatz von Testimonials in der Kommunikation. Fest steht: Die Grenzen zwischen öffentlichen und privaten Per-

sonen verwischen zunehmend. Individuelle Meinungen und Einstellungen rücken in den Vordergrund. Und auch im Social Web setzen Unternehmen und Marken zunehmend auf personalisierte Kommunikation, um den Bedürfnissen der User nach mehr Authentizität, Glaubwürdigkeit und Transparenz nachzukommen. Aber braucht die Marke wirklich ein Gesicht?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Beiersdorf Konzernkommunikation geht neue Wege

Die Konzernkommunikation von Beiersdorf in Hamburg hat sich neu aufgestellt, um die unterschiedlichen Kommunikations- und Informations-Bedürfnisse innerhalb und außerhalb des Unternehmens optimal bedienen zu können. Als eines der ersten DAX-Unternehmen löst der Kosmetik-Konzern die Teilung in interne und externe Kommunikation auf. Stattdessen werden die Mitarbeiter künftig Spezialisten für definierte Themen und regionale Märkte sein. Die Themen werden unabhängig von den Medien ganzheitlich verstanden und umgesetzt. „In dieser Struktur haben unsere Mitarbeiter klare Verantwortlichkeiten für einzelne Themen und Regionen, für die sie alle kommunikativen Aufgaben wahrnehmen“, erklärt **Thomas Schönen** (39), der als Corporate Vice President die Unternehmenskommunikation von Beiersdorf leitet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Branche compact (6) (46.KW-2010)

**01: Die Publicis-Gruppe hat die Chinesische PR-Agentur Eastwei Relations übernommen.** Die Agentur wird umbenannt in Eastwei MSL und wird damit eine Division der weltweiten MSL Group. Eastwei, gegründet 1994, ist eine der ersten unabhängigen Beratungsagenturen für Public Relations und strategische Kommunikation Chinas. In den vier Büros in Beijing, Shanghai, Guangzhou und Chengdu werden insgesamt 120 Mitarbeiter beschäftigt. In den letzten 15 Jahren haben die Eastwei-Berater eine grosse Bandbreite eigener, chinaspezifischer Tools, Prozesse und Softwareanwendungen für das Management strategischer Kommunikationskampagnen entwickelt.

**02: Frühzeitige Markenbindung ist eine Voraussetzung für zukünftige Markentreue,** die ein Leben lang bestehen bleiben soll. Die Vorbedingungen dafür sind für Unternehmen denkbar günstig: Kinder und Jugendliche verfügen über ein dreifaches Marktpotenzial. Als unmittelbare Kaufentscheider, als Kaufbeeinflusser der Eltern und als zahlungskräftige Kunden von morgen. Der direkteste Weg zu der Zielgruppe führt über die Schule. Allerdings haben viele Marketingentscheider Angst davor, dass sie mit ihren Markenbotschaften in der Schule nicht willkommen sind. Informationen über zielgruppengerechte Ansprache gibt es im neuen Schulmarketing-Handbuch 2011/12, welches ab sofort über die [DSA youngstar](#) bezogen werden kann.

**03: Der Deutsche Preis für Wirtschaftskommunikation startet in die nächste Runde:** Im kommenden Frühjahr wird zum elften Mal der Deutsche Preis für Wirtschaftskommunikation (DPWK) verliehen, seit Ende 2009 trägt die Trophäe den Namen "Der Goldene Funke". Vom 15. November 2010 bis 28. Januar 2011 können sich Unternehmen und Agenturen mit ihren Kommunikationsmaßnahmen bewerben, erstmals auch in der neuen



Kategorie Corporate Publishing Design. Der Goldenen Funken ist in zehn Preiskategorien ausgeschrieben, die sechs Kategorien des letzten Jahres wurden um vier aktuelle und spannende Themengebiete erweitert. [dpwk.de](http://dpwk.de)

04: **Die dpa-Tochter news aktuell hat WWF Deutschland für das beste PR-Bild des Jahres ausgezeichnet.** Pressesprecher, PR-Fachleute und Medienvertreter haben das Foto "1000 schmelzende Menschen aus Eis" auf Platz Eins des Branchenwettbewerbs obs-Awads 2010 gewählt. Das Foto, eingereicht in der Kategorie "Events und Kampagnen", wurde erstellt für eine Studie über die arktische Eisschmelze und ihre Bedrohung für das weltweite Klima. Der WWF platzierte dafür handgefertigte Eisfiguren auf der Freitreppe des Konzerthauses am Gendarmenmarkt in Berlin. Bereits zum fünften Mal kürt die dpa-Tochter news aktuell die besten PR-Bilder aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. [presseportal.de](http://presseportal.de)

05: Peter Schiffer und Anette von Löwenstern haben für Healthcare-Kunden eine Agentur in Hamburg gegründet: **schiffervonloewenstern Kommunikation für die Gesundheit.** 40 Jahre Berufserfahrung, PR-Pakete mit Festpreisgarantie und ehrenamtliches Engagement prägen das Profil der neuen Agentur. [www.schiffervonloewenstern.de](http://www.schiffervonloewenstern.de)

06: **Berlin Relations ist als Mitglied im media.net berlinbrandenburg e.V. aufgenommen worden.** Dabei handelt es sich um das größte branchenübergreifende Unternehmensnetzwerk der Region Berlin und Brandenburg. Das media.net wurde im Jahr 2000 gegründet. Thomas Philipp Reiter, Geschäftsführer von Berlin Relations, freut sich, dass sich seine Agentur anschließen konnte: „Die Vielfalt unternehmerischer Interessen und Erfahrungen prägen das Profil der Berliner und Brandenburger Kommuni-

kationslandschaft. Durch Berlin Relations wird dieses spannende Umfeld einmal mehr um eine Facette reicher.“

## Social Media + Web 2.0

### 15 Gründe, warum Medien twittern sollten

Medienmacher sollten twittern: In seinem Blog führt der Guardian-Chefredakteur Alan Rusbridger 15 Punkte auf, warum Medienunternehmen den Micro-Bloggingdienst nutzen sollten. Die Einschätzung vieler seiner Kollegen, Twitter habe nichts mit dem Nachrichtengeschäft zu tun, hält er für falsch. Ganz im Gegenteil: Zum Beispiel eigne es sich hervorragend zur schnellen Verbreitung, zum Finden von Augenzeugen und als Suchmaschine mache es sogar Google Konkurrenz. "Meedia" hat seine Ratschläge zusammengefasst.

*Den Artikel vom 19. November [hier online weiterlesen.](#)*

### Twitter und Journalismus - Der Einfluss des Social Web auf die Nachrichten

Mit Einzug des Web 2.0 werden Nachrichten nicht mehr ausschließlich redaktionell aufbereitet vermittelt, sondern werden Gegenstand von User-Generated-Content-Applikationen. Es gibt eine Vielzahl von Diensten zur Erstellung, Verbreitung und zum Abruf sogenannter „Usergenerated News“. Der bekannteste Micro-Blogging-Dienst heißt „Twitter“ mit weltweit über fünf Millionen Nutzern und wird in der Tagespresse mitunter als Ort, an dem die Breaking-News stattfinden, bezeichnet. Der Charme solcher Usergenerated News liegt insbesondere im schnellen Bekanntwerden von Ereignissen, in der einfachen Verbreitung (via

Handy) und im niedrighschwelligem Zugriff (ein Internetzugang genügt). Allerdings ergibt sich gerade mit Blick auf den professionellen Journalismus ein Spannungsfeld: Solche bürgerjournalistischen Aktivitäten unterliegen keinen journalistischen Standards.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Social Media compact (5) (46.KW-2010)

**01: Die Erfolgswelle der sozialen Netzwerke scheint nicht abzuebben** - vor allem durch die immer noch stark wachsenden Mitgliederzahlen von Facebook. Wo so viele Verbraucher zusammenkommen, sind die Werbungtreibenden natürlich schon lange aktiv - kaum eine vernetzte Kampagne startet heute noch ohne Web-2.0-Komponente. Man verspricht sich hohe Wirkung bei niedrigen Kosten. Aber geht die Rechnung auf? Was Marketer aktuell über Social Media wissen sollten, [präsentiert Horizont.net in diesem Dossier](#).

**02: Internetzugang verhindert soziale Vereinigung:** Ein Zugang zum Internet führt dazu, dass Menschen sich politisch und ehrenamtlich mehr engagieren, mehr Freunde haben und häufiger Theater, Kino, Konzerte, Bars und Sportveranstaltungen besuchen, das zeigt eine neue ifo-Studie Sie widerlegt damit das weit verbreitete Vorurteil, das Internet sei ein Medium kontaktarmer Sonderlinge, die sich nur digital vernetzen, in der realen Welt aber sozial vereinsamen. [cesifo-group.de](#)

**03: Für Unternehmen und CPDiensteleister ist Social Media ein weiterer Kanal für die Kundenbindung.** Als Erfolgsfaktor Nummer Eins sehen die befragten Unternehmen relevante Inhalte in hoher Qualität. Diese Umsetzung wird gleichzeitig von der Mehrzahl der Befragten am

besten Corporate Publishern zugetraut. Zu diesem Ergebnis kommt das dritte CP-Barometer des Europäischen Instituts für Corporate Publishing (EICP). [forum-corporate-publishing.de](#)

**04: Social Media - Vielen Marken fehlt ein Gesicht:** Das Marktforschungsunternehmen Firefly Millward Brown hat eine interessante Marktforschungsstudie zu Social Media durchgeführt. Untersucht wurde das Verhalten der Verbraucher in Social Media gegenüber Marken, die sich in sozialen Medien inszenieren. Das erschreckende Fazit der Studie: Viele Unternehmen kennen die einfachsten Verhaltensregeln nicht. [persoenlich.com](#)

**05: Der diesjährige Sieger des Wettbewerbs Deutschlands Beste Klinik-Website ist das Klinikum Dritter Orden aus München.** Der Titel wurde am 18. November am Stand des Verbandes der Hersteller von IT-Lösungen für das Gesundheitswesen (VHitG) auf der Medica in Düsseldorf von Novartis Pharma und dem Deutschen Zentrum für Medizinmarketing (ehemals Heidelberger Institut für Medizinmarketing), übergeben. Insgesamt hatten 497 Einrichtungen in diesem Jahr am Wettbewerb teilgenommen, was einer Zuwachsrate von 21% im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Den zweiten Platz konnte sich die EuromedClinic aus Fürth sichern, die Kliniken Essen-Mitte erzielte den dritten Platz im Wettbewerb. [medizinmarketing.org](#)

## SocialMediaAnalyse

### Die Nachrichtenlage im Social Web: Terrorgefahr in Deutschland



"Der Anschlag ist immer nur der Zünder". Die Gefahr von Terroranschlägen besteht nicht erst seit gestern. Doch scheint Deutschland schlecht auf derartige Anschläge vorbereit zu sein, davon geht Innensenator Ehrhart Körting (SPD) aus. Gegenüber dem Deutschlandfunk erklärte er am Donnerstag, die Lage sei noch brisanter als vor der Bundestagswahl 2009, als die Terrorgefahr bereits als sehr hoch eingestuft worden war. Die Netzgemeinde scheint die Situation anders zu beurteilen. Die Diskussionen im Social Web haben seit dem 16. November an Fahrt aufgenommen. @haekelschwein schreibt: "Der Anschlag ist immer nur der Zünder. Die eigentliche Bombe ist die Panikmache seitens Medien und Politik. So funktioniert Terror." Und er ist nicht der Einzige. Insgesamt gab es im deutschsprachigen Web 1.873 Beiträge, die sich mit drohenden Terroranschlägen auseinandersetzen. Auffällig ist der geringe Anteil an klassischen Newsseiten mit 9,6%, denn die Diskussionen finden zu 30% auf Blogs und zu 57,1% auf Twitter statt.

Die **4. Nachrichten-Übersicht** (46.KW) des Serviceangebots "SocialMediaAnalyse" des PR-Journals (powered by *altares Mediamonitoring*, Düsseldorf) [hier als PDF herunterladen](#).

## Medien

### VuMA 2011: TV bleibt beliebtestes Medium

Das beliebteste Medium in Deutschland ist das Fernsehen. Die aktuelle Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMa 2011) hat ermittelt, dass rund 93 Prozent der Befragten mehrmals pro Woche fernsehen. Dahinter liegen fast gleichauf Radio (74,7 Prozent) und Zeitung (73,3 Prozent). Rund jeder zweite liest außerdem mehrfach pro Woche in einer Zeitschrift. Die Nutzung von Internet- und Online-Diensten für persönliche Zwecke ist ehr gering, nur rund 47 Prozent der Befragten nutzen das Internet mehrmals pro Woche.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Die beliebtesten Fernsehserien Deutschlands

Das Medienportal meedia.de beantwortet diese Frage mit einer exklusiven Analyse der Zuschauerzahlen aus den vergangenen 12 Monaten. Ergebnis: ARD & ZDF dominieren das Top-50-Ranking mit insgesamt 39 Platzierungen, die ersten fünf Plätze gehen allesamt an Das Erste. Großer Sieger der Analyse ist erwartungsgemäß der "Tatort", 7,80 Mio. Zuschauer haben sich im Durchschnitt in den vergangenen 12 Monaten für den Sonntags-Krimi entschieden. Direkt dahinter folgt mit ebenfalls mehr als 7 Mio. Sehern "Um Himmels Willen", der ARD. Auch auf den weiteren drei Plätzen an der Spitze folgen ARD-Programme: Der "Polizeiruf 110", "Tierärztin Dr. Mertens" und "In aller Freundschaft". Die komplette Analyse und das Top-50-Ranking finden Sie unter [meedia.de](http://meedia.de)

## Termine + Tagungen

### Wird jetzt alles ethisch(er)? – Die PR-Branche nach der Social-Media-Revolution

Der Public Relations Studierende Hannover, kurz PRSH, lädt zu seiner dritten abendlichen Podiumsdiskussion, dem „PRSH im Gespräch“, am 6. Dezember nach Hannover ins Leibnizhaus. Das Thema des Abends: „Wird jetzt alles ethisch(er)? – Die PR-Branche nach der Social-Media-Revolution“. Durch die Teilnahme von Heiko Kretschmer (Johanssen+Kretschmer (GPRA)/DRPR), Klaus Merten (complus/Universität Münster), Petra Friedlaender (Molthan Van Loon (GPRA)) und Mario Köpers (TUI Deutschland) bringen die Podiumsgäste auch diesmal Verbands-, Unternehmens- und Agenturblickweisen in die Diskussion ein. Im Laufe des Abends wird vor allem auf die ethischen Facetten dialogorientierter Kommunikation im Online-Bereich eingegangen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### DPRGforum: Nicht sexy, aber lebenswichtig für die Branche

Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Berlin diskutierte in München über Werte als Grundlagen erfolgreicher Kommunikation. Ohne Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Transparenz ist eine nachhaltige PR und Öffentlichkeitsarbeit nicht möglich. Darüber waren sich die rund 70 Teilnehmer des 1. DPRGforums am 19. November im Forum der HypoVereinsbank in München einig. Jedes unethische Verhalten – sei es von Unternehmen, Organisationen oder von PR-Agenturen selbst initiiert – hat negative Auswirkungen auf das Geschäft, auf den Markt und

schließlich auf die gesamte Branche.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Termine compact (3) (46.KW-2010)

01: „**Social Media Relations – ein Trend in der Pressearbeit etabliert sich**“ war der Titel der PR-Podiumsdiskussion beim gestrigen (20.11.) **Journalistentag NRW**. Denn nicht nur für Journalisten, auch für Pressesprecher bringt die neue Medienlandschaft viele Änderungen mit sich. Im Festspielhaus Recklinghausen moderierte ich (Anja Beckmann) die anderthalbstündige Diskussionsrunde. Die Teilnehmer waren: Michael Kroker (WirtschaftsWoche), Gundula Pabst (Randstad), Martin Schleinhege (Clever and Smart Public Relations) und Thomas Pleil (Professor für Public Relations an der Hochschule Darmstadt). Sie diskutierten u. a. über Chancen und Risiken der Social Media Nutzung, die interne Organisation und die neue Rolle des Pressesprechers. ([www.beckmann-pr.de/blog](http://www.beckmann-pr.de/blog))

02: Unter dem Titel „**Papier hat viele Seiten**“ widmet sich das **Museum für Kommunikation Berlin** vom 13. Dezember 2010 bis zum 13. März 2011 dem vielseitigen Werkstoff. Die Ausstellung, die in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Zeitungsmuseum (Wadgassen) entstanden ist, nimmt ihre Gäste mit auf eine Reise durch die Welt des Papiers. Von A wie „Altpapier“ bis Z wie „Zeitung“ präsentiert sie Wissenswertes wie Überraschendes über die Herstellung und Verwendung des Alleskönners. Mehr dazu unter [www.mfk-berlin.de](http://www.mfk-berlin.de).

03. Am 1. und 2. Dezember findet in München die nächste **Messefachtagung MX28** statt. Themenschwerpunkte: "Social Media" und "Effizienz und Kostenmanagement". Infos unter [www.messeinstitut.de](http://www.messeinstitut.de).

## Ausbildung + Seminare

### Weiterbildung: Themenorientierte PR muss vieles beachten

Ab Februar startet wieder eine All-Round-PR-Weiterbildung mit Prüfung zum/r zertifizierten PR-Berater/in (AKOMM oder PZOK). Das Besondere ist die Zusatzqualifikation für Non-Profit-PR („Themenorientierte PR“). Die Öffentlichkeitsarbeit ist in diesem Bereich noch vielfach ausbaufähig und wird vermehrt nachgefragt. Zielgruppe sind Personen, die in sozialen Organisationen, in Kultur, Kirche, Wissenschaft, Kommunen oder Verbänden professionelle PR-Arbeit machen wollen. Erfahrenen PR-Referenten bietet die Weiterbildung vor allem eine Professionalisierung in Sachen Strategie und spezielle PR-Checks zur eigenen Arbeit. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Fuhrberg: Zwanzig Jahre Akademisierung haben viel bewegt

Reinhold Fuhrberg (50) ist Professor für Kommunikationsmanagement mit Schwerpunkt Public Relations am Institut für Kommunikationsmanagement der Hochschule Osnabrück, Standort Lingen (Ems). Neben seiner Lehre erforscht er u. a. die Zusammenarbeit von PR-Agenturen und deren Kunden. 2010 erschien dazu sein Buch: "PR-Beratung. Qualitative Analyse der Zusammenarbeit zwischen PR-Agenturen und Kunden". Frank Muscheid hat ihn für die Hochschulseite zum Stand der PR-Ausbildung interviewt - [hier online nachlesen](#).

### Ausbildung compact (1) (46.KW-2010)

01: Die Grundlagen moderner PR erarbeiten sich die Teilnehmer im **AFK-Seminar B1 – Basis-training PR, 1. Teil**. Hier trainieren Berufsanfänger, Quereinsteiger und PR-Erfahrene, die ihre Arbeit auf eine solide Basis stellen wollen. Auf dem B1-Programm stehen journalistisches Schreiben, Wirkweisen von PR, Medienarbeit, Konzeptionstechnik (SWOT-Analyse, Strategien entwickeln, Taktik planen, Controlling), Unternehmens- und Veranstaltungskommunikation. Nächster Termin: 31. Januar bis 4. Februar 2011 in Alzey. Infos: [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com).

## KKK Klaus Kocks Kommentare

### KKK: Schmelztiegel, Salatschüssel oder Mosaik: Was denn nun, Herr Bundespräsident?



Dass die Amerikaner spinnen, gehört zum Allgemeingut, insbesondere, wenn es um die Frage der Political Correctness geht. Wenn man ein böses Wort sagt, knurrt sofort jemand: „Watch your language!“ In New York wurde ich gerade bei einem Geschäftsessen nachdrücklich belehrt, dass es in dieser Hauptstadt der Einwanderung keinen „melting pot“ gebe, ein Wort, das ich noch aus dem Gymnasium im Kopf hatte. Und schon bin ich als urdeutscher „Kraut“ geoutet; man ist fürsorglich empört. Denn der Schmelztiegel meine ja, dass die kulturellen Identitäten der Zuwanderer verschmelzen würden. Dagegen verwahre sich der New Yorker Banker jüdischer Abstammung wie der italo-stämmige Fuhrunternehmer wie der irisch-katholische Pizza-Mogul, sagt mir ein White Anglosaxon Protestant (WASP), der mit einer White Italo-American Catholic (WIAC) verheiratet

ist, während ein Hardworking Asian Immigrant (HWAI) unserer Dreierunde das Essen serviert, das vermutlich ein Latino-Amerikaner aus Texas (Tex-Mex ?) zubereitet hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

geirrt, fulminant geirrt. Das ganze Gekasper hat nichts gemein mit den großen Geschichten großer Literaten. Es siedelt vielmehr dort, wo sich die Geschehnisse zu TV-Dramen in ARD- oder ZDF-Manier türmen. Arbeitstitel: „Die Moguln von Gummersbach“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Norbert: Gerüchte + Gerichte

### Gericht: Geduldige Gans mit Spitzkohl und Linsen



(nsb) **Gans lecker.** Es geht doch nichts über Mutters Weihnachtsgans – stimmt das eigentlich? Seien wir ehrlich: Wem die Haut schön knusprig gelungen ist, der resigniert vor dem trockenen und harten Fleisch. Und wer mag schon die fettgesättigte Füllung? Der Beifuß und der Majoran genügen nie, um den Drüsenfluss ausreichend anzuregen – ein Gänseessen gipfelt fast immer im Griff zur Flasche mit dem Hochprozentigen. Dabei kann eine Gänsebrust butterzart sein, wenn man sie bei niedrigen Temperaturen viele Stunden garen lässt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Gerücht: Von Tiefen und Untiefen



(nsb) Jetzt zieht also das Kölner Zeitungshaus vor den Deutschen Presserat, um die Axel-Springer AG wegen einer üblen Kampagne anzuklagen. Vor einigen Wochen habe ich die Entwicklungen rund um Konstantin Neven DuMont in die Nähe der Familiensaga „Buddenbrooks“ gebracht. Und Klaus Kocks hat die nahezu euripidische Tragik beschworen, mit der ein großes Medienhaus und ein großes Erbe perdu gehen. Heute bin ich sicher: Wir haben uns beide

## PR-Digest (Lesehinweise)

### Digital Public Affairs - Social Media für Unternehmen, Verbände und Politik

Pünktlich zum Politikkongress erscheint der Sammelband "Digital Public Affairs - Social Media für Unternehmen, Verbände und Politik". Das Buch lehnt sich thematisch an den Politikkongress 2010 an, der am 25. und 26. November erstmalig unter dem Motto "Public Affairs & Lobbying im Web 2.0" veranstaltet wird. Auf knapp 400 Seiten stellen Autorenbeiträge vor, wie politische Kommunikation von Unternehmen, Verbänden, einer NGO und Politikern im Sozialen Netz aussehen kann. Unterschiedliche Strategien und Instrumente werden anhand von Beispielkampagnen vorgestellt. Das Herausgeberwerk öffnet mit einem Methodenüberblick und schließt mit ethischen Herausforderungen und einem Blick in die Zukunft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medienzeitmaschine. Stephan Fink: 2.000 Mark für Telefon waren fast normal

Als Sprecher des Vorstands der Fink & Fuchs Public Relations AG, Wiesbaden/München ist Stephan Fink, Jahrgang 1957, heute in der technologisch geprägten PR-Szene eine feste Größe. Doch schon vor der Gründung von Fink &

Fuchs PR im Jahr 1988 war der Wiesbadener als Early Adopter, Autor und Techie-PRler unterwegs. Was LötKolben mit Redaktionsbesuchen in den 80ern zu tun hatten, welche Telefonbücher im Postamt zu finden waren und wie viel der erste Laserdrucker eines aufstrebenden PRlers kostete – all das erzählt Stephan Fink im folgenden Interview - hier in der "Medienzeitmaschine" [online weiterlesen](#).

## Jobangebote

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

### GESUCHE

Die 11 aktuellen Gesuche finden Sie hier:  
<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

### ANGEBOTE (59)

#### Volontariat/Trainee

Die 12 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

PR Trainee (m/w) für Emanate, München

PR-Projektleitung, Berlin

PR-Berater/Senior PR-Berater (m/w) für Agentur, München

PR-Junior oder Trainee (w/m), München

PR-Berater (w/m), Düsseldorf

Junior Consultant (w/m) Corporate Communications, Hamburg

Consultant (w/m) Corporate Communications, Hamburg

Junior Consultant (w/m) Marketing Communications, Hamburg

Consultant (w/m) Marketing Communications, Hamburg

Account Director (w/m) für Brand/Consumer und Corporate PR, Köln

PR-Berater/in, Berlin

PickMeUp sucht Junior-PR-Berater/in, Hamburg

Junior PR-Berater (m/w) Healthcare & Lifestyle, München

Junior / Berater / Senior Markenkommunikation (m/w), Düsseldorf

PR-Berater (m/w) Wirtschaft / Finanzen in Hamburg

PR Berater/in Mode und Lifestyle, München

Junior PR-Consultant (m/w) Technik/Lifestyle international, München

Consultants für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main

Kohl PR sucht Juniorberater/in, Berlin

Juniorberater/in, Hamburg

PR-Berater/in Healthcare/PR-Junior-Berater/in Healthcare, Köln

Junior PR-Berater/-in, München

Junior Consultant/Trainee in Frankfurt/Main

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

**Medien**

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

**Unternehmen**

Media Relations Executive, Germany

Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, München

Referent/in Öffentlichkeitsarbeit, Heidelberg

Referent/in für Marketingkommunikation – Schwerpunkt Text bei der MACH AG, Standort Lübeck

**Verbände (Non-Profit)**

PR-Referent/-in Vereinigung Cockpit, Frankfurt

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 22. Nolvember 2010 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.323 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 (nspbunktum[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 Ehrling, Hürth (SSP-Kommunikation) (m.ehrling[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)

**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; 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.