

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 273 / 50. + 51. KW 2010

Seite 1

Frohe Weihnacht und alles Gute im neuen Jahr...

...wünscht Ihnen allen (persönlich, Ihren Familien und für Ihre Arbeit), *das Team vom PR-Journal*. Ein ereignisreiches, erfolgreiches Jahr geht zu Ende – unser „PR-Journal“ ist nun sechs Jahre am Markt und hat sich zum größten, meistgenutzten aktuellen PR-Medium für die Kommunikationsbranche im Internet entwickelt. Vor kurzem haben wir einen, wie wir meinen, gelungenen optischen und inhaltlichen **Relaunch** freigeschaltet und uns ab 2011 bei der IVW angemeldet. Und wir planen noch einige neue Services.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen mit PR-Volontariats- Bezahlung nach DJV-Regeln bitte melden!

Der Artikel von Dominik Ruisinger "[Das PR-Volontariat und das Sozialamt](#)" veranlasst das "PR-Journal" doch noch zu einer Jahresend-

aktion der besonderen Art - natürlich kann man auch das neue Jahr damit (gut) beginnen: Wir bitten alle PR-Agenturen und PR-Berater sowie auch die Pressestellen von Unternehmen, Verbänden und Behörden, die sich bei der monatlichen Bezahlung ihrer PR-Volontariate nach den Empfehlungen des DJV Deutscher Journalistenverband richten (1. Jahr: ab 1.583 Euro; 2. Jahr: 2.034 Euro), sich per Mail bei uns zu melden

(direkt hier: pr-volontariat@pr-journal.de).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Volontariat und das Sozialamt: Eine nicht-weihnachtliche Geschichte



von Dominik Ruisinger, Berlin,
Mitinhaber der Agentur [add-pr](#) und PRJ-
Korrespondent

Als Dozent an verschiedenen Hochschulen und bei privaten Ausbildungsträgern habe ich das große Glück, mich regelmäßig mit dem PR-Nachwuchs über seine Bedürfnisse austauschen zu können - über Erwartungen, Probleme, Kritikpunkte, Anforderungen und über typische Berufsfragen wie den richtigen Eintritt in den Job. Dabei steht die Suche nach einem passenden Volontariat oder einem Trainee-Programm stets ganz oben auf der Wunschliste.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



com.x + prm: Das Verhältnis von PR und Journalismus im Zehn-Jahresvergleich

Die Langzeitstudie des com.X Instituts, Bochum in Kooperation mit dem "prmagazin", Remagen-Rolandseck. 2010 geht es um einen Zehn-Jahresvergleich des Verhältnisses zwischen PR und Journalismus. Eine Dekade ist im schnellen Mediengeschäft eine halbe Ewigkeit. "prmagazin" und com.X nehmen die zehnte Ausgabe der gemeinsamen Studie "Journalisten-Trends" zum Anlass innezuhalten. Statt um Themen und Kommunikationsleistung einer Branche geht es diesmal um die Einschätzung der Wirtschaftsjournalisten zu der grundsätzlichen Frage: Wie hat sich das Verhältnis von PR und Journalismus gewandelt – seit dem Start der Langzeitstudie im Jahr 2001, durch die Finanz- und Wirtschaftskrise und durch Social Media?
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Personelle Wechsel in der BASF-Kommunikation

Jens A. Katzek (47), Geschäftsführer von BIO Mitteldeutschland, übernimmt zum 1. Januar 2011 die Leitung der globalen Kommunikation bei BASF Plant Science in Limburgerhof. Seine Vorgängerin Susanne Benner (46) wird Leiterin

der Kommunikation des Max-Planck-Instituts für Chemie in Mainz. Peter Gräve (33) ist seit 1. November neuer Pressesprecher für die BASF Plant Science. Er folgt auf Mette Johansson (43), die zur Zentralabteilung Unternehmenskommunikation und Regierungsbeziehungen der BASF Gruppe wechselt und dort die Zuständigkeit für „Issues and Industry Target Groups“ übernimmt.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (20) (50.+51.KW-2010)

AGENTUREN:

01: **Angela Fleck** (43) und **Eberhard Fleck** (43) verantworten alle grafischen Projekte der Hamburger Agentur Raike Kommunikation (GPRA). Die visuellen Kommunikationsexperten betreuen seit über 15 Jahren nationale und internationale Kunden im Bereich Art Direction und Design. **Till Behrend** (47) verantwortet als Seniorberater und Leiter Redaktion ab sofort den redaktionellen Bereich der Agentur. Der Journalist blickt auf 20 Jahre journalistische Erfahrung zurück und arbeitete 14 Jahre als Korrespondent beim Nachrichtenmagazin "Focus".

02: **Joshua Brecht** (37) ergänzt als Kreativdirektor die Mannheimer Agentur Callies & Schewe Kommunikation. Der diplomierte Kommunikationsdesigner verantwortet den Aufbau einer eigenen Designsparte. Er kommt aus dem Marketing des Einrichtungshauses IKEA und war außerdem als



freier Kreativer tätig. **Ramona Scherrer** (31) ist als Verstärkung des Redaktionsteams ebenfalls neu bei Callies & Schewe. Sie arbeitete zuvor als PR-Beraterin bei echolot public relations in Stuttgart.

03: **Peter Felsbach** (33) ist neuer Senior Consultant bei Kobza Integra PR in Wien (AT). Er verantwortet die strategische Kommunikation für Unternehmen aus den Bereichen Finanzen und Professional Services, führt ein dreiköpfiges Spezialistenteam und leitet das Business Development. Zuvor leitete Felsbach drei Jahre lang die Unternehmenskommunikation der internationalen Wirtschaftssozietät CHSH.

04: **Elena Staubach** (24) verstärkt als neue Account Executive das Team der Agentur für PR und MarCom HBI Helga Bailey in München. Zuvor war sie bei der Zentralen Presseabteilung der Messe München tätig.

05: **Marcel Al-Naama** (32) steigt als Senior Consultant bei Roth & Lorenz in Stuttgart ein. Zuvor arbeitete er bei der Düsseldorfer Kommunikationsagentur MEC Access als Director Business Development.

UNTERNEHMEN:

06: **Frank Weber** (42), Direktor Konzernentwicklung und Kommunikation der W&W-Gruppe

(Wüstenrot & Württembergische) in Stuttgart, verlässt den Versicherungskonzern Ende 2010. Er kam Mitte 2006 *von VR-Immobilien zur W&W Gruppe*. Neuer Leiter Kommunikation wird der bisherige Stellvertreter **Immo Dehnert** (42), der neben seiner neuen Funktion auch weiterhin Pressesprecher der W&W-Gruppe bleibt. Das von Weber aufgebaute Change Management fällt künftig in den Bereich von Personalvorstand **Michael Gutjahr**.

07: **Martina Westholt** (47) wird zum 1. Januar 2011 neue Leiterin der Unternehmenskommunikation und Konzernsprecherin der VHV Gruppe in Hannover. Sie ist seit 1998 bei der VHV tätig, seit 2003 als Pressesprecherin für den Geschäftsbereich Schaden- und Unfallversicherung und stellvertretende Konzernsprecherin. Westholt folgt auf **Kerstin Bartels** (45), die als Leiterin Presse und Unternehmenskommunikation zu den Generali Versicherungen in München wechselt.

08: **Kerstin Heinemann** (29) ist neue Pressesprecherin des Pharmaunternehmens AstraZeneca in Wedel. Sie kam im August 2010 als stellvertretende Pressesprecherin zum Hamburger Arzneimittelhersteller, davor war sie seit 2005 bei Wyeth Pharma zuletzt als Teamleiterin Presse tätig. Heinemann tritt die Nachfolge von **Friedrich von Heyl** an, der die Position des Leiters Unternehmenskommunikation aufgibt.

09: **Birgit Ziesche** (43) übernimmt am 1. Februar 2011 die Leitung der weltweiten Internen Kom-



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!

munikation bei Henkel in Düsseldorf. Sie kommt von Volkswagen, wo sie 2003 die Leitung der internen Konzern-Kommunikation übernahm. Ziesche tritt die Nachfolge von **Katrin Latki** an, die die Interne Kommunikation derzeit kommissarisch leitet und auch zukünftig in der Internen Kommunikation tätig sein wird.

10: **Thomas Becki** (49) übernimmt ab sofort die Produkt- und Technikkommunikation bei Porsche in Stuttgart. Er war zuletzt selbständiger Kommunikationsberater, davor verantwortete er von 1999 bis 2008 die Kommunikation für Michelin Deutschland. Becki tritt die Nachfolge von **Hans-Gerd Bode** an, der seit Oktober die Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit und Presse verantwortet.

11: **Nicole Stelzner**, Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Progress Film-Verleih in Berlin wird das Unternehmen am 30. Dezember 2010 verlassen. Am 3. Januar 2011 startet sie bei der Berliner vorwärts Verlagsgesellschaft als Leiterin der Abteilung Strategische Unternehmensentwicklung und Verkauf, wozu auch die Bereiche Corporate Publishing und Öffentlichkeitsarbeit gehören.

12: **Gunnar Lott** (41) wird am Jahresanfang 2011 als Head of Public Relations die Leitung der Presseabteilung des Karlsruher Online-Spieleanbieters Gameforge übernehmen. Der

gelernte Journalist kommt vom Münchner IDG Entertainment Verlag, für den er mehr als zwölf Jahre in unterschiedlichen Positionen tätig war, zuletzt als Director Online and New Business.

13: **Annette Uhlmann** (35), Pressesprecherin und Leiterin der Presse und PR-Abteilung von Legoland Deutschland, verlässt zum Ende des Jahres das Unternehmen. Nach achtjähriger PR-Tätigkeit für den deutschen Legoland-Park in Günzburg wird sie künftig eine PR-Agentur unter eigenem Namen mit Sitz in Augsburg führen.

14: **Sandra Kaul** (29) verlässt Ende 2010 das Berliner Unternehmen erdgas mobil. Sie hat seit Juli 2009 die Kommunikationsabteilung des Start-up-Unternehmens aufgebaut und die politische Kommunikation und Medienarbeit geleitet. Die Stelle ist noch nicht neu besetzt.

MEDIEN:

15: **Christoph Reisinger** (48) wird Chefredakteur der "Stuttgarter Nachrichten" und von "Sonntag aktuell". Er kommt von der "Neuen Osnabrücker Zeitung". Dort hat der promovierte Historiker als Leiter der Nachrichten-Redaktion mehrere Jahre die redaktionelle Produktion des Mantelteils geführt. Reisinger tritt im April die Nachfolge von **Christoph Grote** im Haus der Mediengruppe Süd an.

16: **Agi Orlewicz** (31) ist neue Leiterin des Bereichs Corporate Communications bei dem

PMG · Presse-Monitor®



PMGmobil – Pressespiegel aufs Handy

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

Mehr Info? Bitte hier klicken!

Teleshopping-Kanal QVC Deutschland in Düsseldorf. Die Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin ist bereits seit 2007 bei QVC im Bereich Corporate Communications tätig und verantwortet künftig sowohl die externe als auch interne Kommunikation. Sie folgt auf **Andrea Koepfer**, die das Unternehmen verlässt.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

17: **Susanne Iglar** ist bei der Marburger Philipps-Universität für die Pressearbeit in den Bereichen Hochschulpolitik auf Landes-, Bundes- und europäischer Ebene sowie Bauangelegenheiten zuständig. Sie wird sich zusätzlich um "Social Media", um Weiterbildungsangebote im Bereich Wissenschaftskommunikation und um das Studierendenmarketing kümmern. Für alle anderen Presseangelegenheiten ist **Viola Düwert** die Ansprechpartnerin. Die langjährige Leiterin der Marburger Uni-Pressestelle hatte vor dem Arbeitsgericht erfolgreich dagegen geklagt, dass ihr im Frühjahr die Leitung der neu geschaffenen Stabsstelle "Corporate Publishing und Marketing" übertragen worden war.

18: **Anette Lejeune** (42) wird zum Jahresbeginn 2011 neue Studienleiterin der Deutschen Presseakademie (depak) in Berlin. Sie hat zuvor als PR-Managerin des Solartechnik-Herstellers Solon gearbeitet, zudem in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Gillette Deutschland. Lejeune tritt die Nachfolge von **Christoph Ringwald** an, der zum 1. Februar 2011 zum Technologiekonzern Heraeus wechselt und auch nach seinem Wechsel als Seminarreferent für die depak tätig sein wird.

19: **Eva Henkel** verantwortet als Pressereferentin die deutschsprachige Pressearbeit der Europäischen Investitionsbank (EIB) in Luxemburg.

- Anzeige -



Communication Performance Manager

Verschaffen Sie sich einen schnellen Überblick über das aktuelle Meinungsumfeld Ihres Unternehmens. Prüfen Sie Ihren Kommunikationserfolg durch schnellen Zugriff auf die wichtigsten Kennzahlen. Erzeugen Sie mit einem Klick ein attraktives Reporting für das Management.

Das webbasierte Tool für das Kommunikationsmanagement

Wir stellen alle relevanten Informationen über eine zentrale Plattform bereit. Sie können verschiedene Module flexibel nach Ihren Anforderungen zusammenstellen.

www.communication-performance.de

Sie arbeitete zuvor als Pressesprecherin bei Germany Trade & Invest, beziehungsweise bei der Vorgängergesellschaft Invest in Germany. Davor war sie u. a. als Pressereferentin in der Senatskanzlei Hamburg.

20: **Sabine Bendfeldt** (43) hat die Leitung des "netteKieler" Ehrenamtsbüros übernommen und will mit Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die Außenwirkung und -wahrnehmung ausbauen. Zuletzt war sie als selbstständige Agenturinhaberin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Kiel tätig.

Etats

Etats compact (18) (50.+51.KW-2010)

01: Relais & Châteaux-Hotel Bülow Palais & Residenz, Dresden

was: *Medien- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Thiele Public Relations**, Dresden

02: Stadtmarketing & Tourismus der Stadt Esslingen am Neckar

was: *Einführung von Social Media Kommunikation*

an: **Sympra** (GPRA), Stuttgart

03: Station-Berlin + SinnerSchrader, Berlin

was: *Kommunikation für die Next Conference 2011*

an: **pr://ip - Primus Inter Pares**, Münster

04: Certon Systems, Heidelberg

was: *Etat für PR, Marketing und Internet für RAID-Systeme*

an: **Schneider Kommunikation**, Stuttgart

05: Initiative Deutsche Manufakturen, Berlin

was: *Kommunikationsmaßnahmen für "Handmade in Germany"*

an: **wbpr** (GPRA), Berlin

06: Hanvon Technology Deutschland, Kayhude

was: *Kommunikationsstrategie und Pressearbeit in Deutschland*

an: **Fleishman-Hillard**, München

07: o.m.t., Lübeck

was: *Kommunikationsarbeit für E-Collection Hafencity Hamburg*

an: **PReventas**, Hamburg

- Anzeige -



Am **24. und 25. Februar 2011** veranstaltet die Quadriga Hochschule Berlin gemeinsam mit dem Magazin pressensprecher die Tagung **Onlinekommunikation** in Berlin. Referenten und Workshopleiter stellen vor, wie Unternehmen Soziale Medien innovativ einsetzen – insbesondere in der Krisen- und der internationalen Kommunikation. Zu den Spezialthemen der Tagung zählen Social Media Guidelines und die „Netiquette“ sowie die rechtlichen Fallstricke des Social Web. Die zweitägige Veranstaltung bietet den Teilnehmern Raum für fachlichen Austausch und Networking. www.tagung-onlinekommunikation.de

08: Carl Zeiss Industrielle Messtechnik (IMT), Oberkochen

was: *PR-Arbeit über verschiedene Kanäle, in Text, Bild und Video*

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

09: Conpharma, Langenfeld

was: *Kommunikationsarbeit für Puresstiel in deutschen Fach- und Handelsmedien sowie Publikumszeitschriften*

an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln

10: Falke, Schmollenberg

was: *nationale Pressearbeit, klassische PR-Arbeit, Veranstaltungsorganisation und -betreuung für Esprit socks & tights*

an: **BartheCommunications**, Hamburg

11: Messe Frankfurt Exhibition
was: *Media Relations rund um die internationalen Konsumgütermessen Paperworld, Creativeworld, Christmasworld, Hair and Beauty*
an: **Schwartz Public Relations**, München

12: Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), Berlin
was: *Herausgabe des monatlichen Magazins "Umwelt"*

13: Deutschen Bahn, Frankfurt am Main
was: *Herausgabe der monatlichen Reisezeitschrift "DB Mobil"*
an: **G+J Corporate Editors**, Hamburg

14: Studio Küpper, Aachen
was: *Herausgabe eines Kunden-Magazins*
15: Ehinger-Schwarz 1876, Ulm
was: *Herausgabe des Magazins Magazin "1876"*
16: GMS Verbund, Köln
was: *Herausgabe des Magazins "Schuhe & Wellness"*
an: **Untitled Verlag**, Hamburg

17: Humanic, Graz (CH)
was: *Fashion-PR in Österreich*
an: **The Fashion Squad**, Wien (AT)

18: William Grant & Sons, Richmond, Surrey (GB)
was: *Öffentlichkeitsarbeit, klassische PR-Arbeit, PR-Strategie, Entwicklung und Umsetzung von Markenevents für die Spirituosenmarken Hendrick's Gin und Sailor Jerry Rum*
an: **Nicole Weber Communications**, Hamburg

Branche

Die Gewinner der European Excellence Award 2010

Die Fitnessstudiokette Injoy und die Düsseldorfer Kommunikationsagentur komm.passion (GPRA) haben den European Excellence Award 2010 in der Kategorie "Sports & Lifestyle" mit der Kampagne "Wie fit sind Sie mit 90?" gewonnen. Die Kategorie "Social Media" gewannen die Hochschulinitiative Neue Bundesländer und Scholz & Friends Agenda mit der Kampagne "Studieren in Fern-Ost". Die Landeskategorie "Germany" gewannen SC Johnson und Edelman mit der Kampagne "00 null null WC Frische-Siegel auf Hygiene Mission". Als Agentur des Jahres wurde Edelman (Europe) ausgezeichnet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

AIKA-Agenturen ziehen positive Bilanz

Die Mitglieder der Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA) beurteilen die Geschäftsentwicklung im Jahr 2010 positiv und prognostizieren auch für 2011 kräftiges Wachstum. Das sind die wichtigsten Ergebnisse einer Umfrage unter den knapp 50 Mitgliedsagenturen, die AIKA in Zusammenarbeit mit der Sozialforscherin Elisabeth Kerkhoff durchgeführt hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (3) (50.+51.KW-2010)

01: **Oehen PR, der Schweizer PR-Strategieberater, ist neu mit einer Niederlassung in München präsent.** "Wie mit der Repräsentanz in Wien (seit 2007) wollen wir in München nicht in erster Linie den lokalen PR-Markt bearbeiten."

Vielmehr sind wir in der Lage, PR-Brücken zwischen der Schweiz und dem süddeutschen Raum und umgekehrt zu bauen", erklärt Firmengründer Stephan Oehen. In Deutschland sind die Bundesländer Bayern und Baden-Württemberg für die Schweizer PR-Berater besonders interessant, weil die geografische Nähe zur Schweiz und die starken wirtschaftlichen Verflechtungen einen PR-Markt schaffen.

02: **Höcker: Pressearbeit wider die Interessen seines Mandanten Kachelmann.** In einem großen [\(Mail-\)Interview](#) erteilt die Süddeutsche Zeitung dem Rechtsanwalt Ralf Höcker - ehemaliger Showmaster bei SAT1 und RTL - das Wort. Höcker nutzt die Plattform jedoch nicht etwa zugunsten seines Mandanten Jörg Kachelmann, sondern im Gegenteil: er betreibt reine "anwaltliche Pressearbeit" in eigener Sache. [binz-kriseblog.blogspot.com](#)

03: Mit dem **Büro Hamburg** eröffnet die Kommunikationsagentur **MediaCompany** im Januar 2011 ihren **vierten Standort in Deutschland** (nach Bonn, Berlin und Düsseldorf). Leiter des Büros ist Peter Zolling. Er bringt die von ihm 2004 gegründete Partner-Plattform coram publico, ein Zusammenschluss medienservierter PR-Spezialisten, die sich einer journalistischen Öffentlichkeitsarbeit verschrieben haben, in die Zusammenarbeit mit MediaCompany ein.

Internationale PR

Sound-Branding - Die Marke hörbar machen

Wird akustische Markenführung das Kommunikations-Tool Nummer 1 des nächsten Jahrzehnts? Für Julian Treasure steht das außer



Frage. Der Autor des Buchs Sound Business, "der ersten Landkarte eines aufsehenerregenden neuen Territoriums des Business-Sounds", gilt als einer der weltweit erfahrensten Profis in dieser Szene. TIME Magazine, The Economist, The Times und andere bedeutende Medien haben über ihn geschrieben. In den 25 Jahren als Chef der "The Sound Agency" hat Treasure Kunden beraten wie Marks & Spencer, BAA, The Body Shop, InterContinental Hotels Group, Tesco und Unilever.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media + Web 2.0

Studie: Digitale Kommunikation als Bestandteil im Dialog mit Parlamenten

Die Nutzung digitaler Medien zur Interaktion mit politischen Entscheidungsträgern nimmt weiterhin zu und erlangt zum Teil den gleichen Stellenwert wie traditionelle Kommunikationsformen. Zu diesem Ergebnis kommt der Capital Staffers Index 2010, welcher von der PR-Firma Edelman unter 271 Parlamentsmitarbeitern in Berlin, Brüssel, London, Paris und Washington, D.C. durchgeführt wurde. Die internationale Studie untersuchte deren Onlineverhalten und stellte dabei eine gestiegene Bedeutung der digitalen Kommunikation fest.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Twitter – Ein neues Werkzeug der Öffentlichkeitsarbeit?

Twitter hat sich rasant entwickelt und wurde innerhalb weniger Jahre zu einem der Vorzeigeprojekte, wenn man von Social Media spricht. Erst 2006 gegründet, schrieb Anfang 2010 bereits 1,6 Mil-

lionen Nutzer täglich rund eine Million Tweets – und das alleine in Deutschland. Die SMS-artigen Kurzmeldungen und vor allem die Möglichkeit der Diskussion und Informationen haben einen Nerv getroffen. Sehen und gesehen werden. Ignorieren geht nicht.

Den Artikel im *index-Newsletter* vom 15. Dezember [hier online weiterlesen](#).

Studie zur Popularität von Viral-Videos

Ein Blick auf die Klickzahlen bei Youtube verrät: Viral-Videos werden im Internet millionenfach abgerufen. Wer sie genau anschaut und wie sie sich verbreiten, untersucht die Kommunikationsberatung *Ketchum Pleon* in einer aktuellen Studie. Rund 80 Prozent der 16- bis 34-Jährigen beschäftigen sich mit viralen Videos, 54 Prozent der 55- bis 64-Jährigen kennen virale Videos. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Web bleibt Domäne der Jungen

(pte) Die noch relativ jungen sozialen Netzwerke sind innerhalb kürzester Zeit zu einem globalen Phänomen geworden. Den Ton darin gibt jedoch nach wie vor die Generation Internet an. Wie das *Pew Research Center* aufzeigt, holen ältere Semester über 30 Jahren zwar bei der Web-Nutzung und Diensten wie der Online-Suche oder E-Mail auf. Von den Social Networks halten sie sich aber im Vergleich zu jüngeren Usern weitgehend fern. Diese Tendenz ist weltweit zu beobachten. In Deutschland halten sich die Internet-Nutzer generell nur wenig mit der modernen Kontaktpflege auf. Die Bundesbürger sind im internationalen Vergleich Networking-Muffel.

Den Artikel von *Manuel Haglmüller* am 17. Dezember in "*presstext.austria*" [hier online weiterlesen](#).

Social Media compact (4) (50.+51.KW-2010)

01: **43 Prozent der deutschen Arbeitnehmer halten sich weder hinsichtlich mobiler Endgeräte noch betreffs Sozialer Netze an die geltenden Richtlinien ihrer Firma.** Dies besagen die Ergebnisse der Studie Cisco Connected World Report. Dafür wurden mehr als 2600 Anwender und IT-Entscheider in 13 Ländern befragt. Immerhin 29 Prozent der User setzen sich nach eigenen Angaben bewusst über die Richtlinien hinweg, um ihre Arbeit besser machen zu können. Mehr als ein Fünftel der Anwender weiß gar nicht, dass solche Regeln überhaupt existieren. Cisco sieht die Schuld in seiner Interpretation des Ergebnisses bei den Arbeitgebern. Quelle: [ZDNet.de](#)

02: **Im internationalen Vergleich stellt sich heraus, dass viele unserer europäischen Nachbarländer den Deutschen beim Netzwerken eine Nasenlänge voraus sind.** Die Italiener sind die Nummer Eins, wenn es um den digitalen Dialog mit Facebook, Twitter, E-Mail & Co. geht. Im Vergleich zu den anderen Ländern haben die Italiener die meisten Freunde in ihrem Netzwerk (durchschnittlich 87 Freunde). Weniger Kontakte sammeln hingegen die Deutschen (durchschnittlich 57 Freunde) und die Franzosen (durchschnittlich 53 Freunde). [ecircle.com](#)

03: **Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) hat die Zahlen der internet facts 2010-III veröffentlicht.** Mit einer Reichweite von 26,46 Millionen Unique Usern pro Monat (52,2 Prozent) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von eBay.de (23,34 Mio. bzw. 46,1 Prozent) und WEB.DE (17,64 Mio. bzw. 34,8 Prozent). Yahoo! Deutschland (15,26 Mio. bzw. 30,1 Prozent) und MSN (13,54 Mio. bzw. 26,7 Prozent) belegen die Plätze vier und fünf. Das Internet hat in Deutschland im Ausweisungszeitraum eine Reichweite von 73 Prozent, d.h. 51,78 Millionen

Menschen waren im dritten Quartal 2010 im Netz (73,4 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren (70,51 Mio.)). [agof.de](#)

04: Markenlogos im Zeitalter von Social

Media: Das Social Web hat die Mechanismen der Markenkommunikation tiefgreifend verändert. Die Kontrolle darüber, welche Informationen wann, wie und wo kommuniziert werden, liegt nicht mehr ausschließlich in der Hand der Marken. Heute ist der User selbst Produzent von Markeninhalten: Informationen werden gezielt ausgetauscht, Empfehlungen ausgesprochen, kritisiert und vor allem diskutiert. Kurz gesagt: Marken sind nicht mehr im Besitz der Unternehmen. Welche Folgen hat das für Markenlogos? [trendbuero.de](#)

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: Delicious



Yahoo stellt Social-Bookmarking-Dienst ein.

In einer internen Yahoo-Besprechung wird es bekanntgegeben: Delicious wird schließen. Frustration war offenbar der Grund, warum diese Nachricht den Weg an die Öffentlichkeit fand. Über Twitter verbreitet sich die Nachrichten seit Donnerstag rasend schnell. Seit dem 14. Dezember finden sich alleine im deutschsprachigen Raum 314 Treffer zu diesem Thema. Mit 66,2 Prozent findet der Meinungs-austausch maßgeblich auf Twitter statt. 25,7 Prozent der Treffer finden sich auf Blogs, 1,2 Prozent in Foren und

nur 6,6 Prozent auf den klassischen Newsseiten. Die Mehrheit der Nutzer kann die Entscheidung des Unternehmens nicht nachvollziehen. "Yahoo kann doch nicht seinen einzigen sinnvollen Service abschalten! - Bookmarks lokal jetzt?" schreibt @digitalnomad.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Medien compact (3) (50.+51.KW-2010)

01: **Pünktlich vor Weihnachten liegt der neue Zeitungs-Verbreitungsatlas 2011/12 vor.** Für die Planung von Anzeigen und Kampagnen ist der Verbreitungsatlas unerlässlich. Der Blick in die Verbreitungskarten liefert nicht nur wichtige Gebietsinformationen, er bewirkt vor allem eins: Die einzelnen Titel und die vielfältige deutsche Zeitungslandschaft werden greifbar und anschaulich. Wer Anzeigen plant, erkennt schnell und zuverlässig, welche Zeitungen er belegen muss, um den Werbeträger Zeitung optimal für sein Zielgebiet einzusetzen. Zusätzlich lassen sich im „Zielgebieten-Modus“ kinderleicht individuelle Gebietsdefinitionen für die weitere Mediaplanung mit dem Planungsprogramm ZIS erstellen. Probieren Sie es aus! [die-zeitungen.de](#)

Services + Tipps

Broschüre Pitch: Richtig pitchen und die beste Agentur finden

Es gibt frustrierte Marketingverantwortliche, die behaupten, es sei leichter, den Partner fürs Leben zu finden als eine Agentur, mit der man längerfristig

erfolgreich arbeiten könne. Als konkreter Leitfaden für eine erfolgreiche Agentursuche und die Durchführung eines »Pitches« richtet sich diese Broschüre an Entscheider aus dem Bereich Unternehmenskommunikation und Marketing, die erkannt haben, dass ein fairer Interessenausgleich die Zusammenarbeit langfristig befruchtet und beflügelt. Sie soll helfen, eine gute Agenturwahl zu treffen und Fallstricke zu umgehen, die in letzter Konsequenz nur unnötige Kosten verursachen und Ihre Unternehmensentwicklung blockieren. Mit Berechnungsbeispielen für Pitch-Honorare, Mustervertrag und hilfreiche Checklisten für die Agenturwahl. Kosten für die Broschüre 20 Euro + Versand. Hier bestellen: http://www.sdst.info/bestellung_pitch.html. (SDSt Selbständige Design-Studios e.V., Braunschweig)

Hohe Dunkelziffer bei Selbstbewertungen im Internet

Das Empfehlungs- und Bewertungsportal Benchpark.com, Hamburg hat ermittelt, dass rund 20 Prozent der eingehenden Bewertungen von den bewerteten Unternehmen selbst vorgenommen werden. In den auf Benchpark vertretenen Branchen müssen die Prüfer am häufigsten die Bewertungen von Kreativagenturen zurückweisen. Dass diese aufgespürt und erkannt werden, verankert Benchpark u.a. dem Umstand, dass es von Bewertern u. a. eine eindeutig erkennbare Unternehmens-E-Mail-Adresse verlangt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Über 2.100 PR-Awards weltweit zu vergeben

Im kommenden Jahr werden Organisationen und Unternehmen in Europa und den USA wieder insgesamt mehr als 2.100 Awards für Public

Relations Kampagnen verleihen. Die Einnahmen allein aus den Anmeldegebühren belaufen sich dabei auf rund 1,6 Millionen Dollar (1,2 Millionen Euro). Das ergab eine Untersuchung des Online-Portals pr-hamster.com, das heute den [PR Award Kalender für das Jahr 2011](#) veröffentlichte. Die rund 20 nationalen und internationalen PR Awards sind in zahlreiche verschiedene Disziplinen und Kategorien unterteilt. Die Organisationen verdienen dabei mehrere Millionen, bedenkt man, dass die Gebühr pro Einreichung rund 300 Dollar beträgt und ein Tisch bei der Verleihungszeremonie bis zu 1000 Dollar kosten kann. Für die Gewinner ist das Geld dennoch sehr gut angelegt. Die Auszeichnung beeindruckt nicht nur die Konkurrenz sondern auch potentielle Kunden.

Den Artikel auf der Seite "PR Hamster" (powered by PressKing) [hier online weiterlesen](#).

Service compact (3) (50.+51.KW-2010)

01: Ein Blick auf die Klickzahlen bei Youtube verrät - Viral-Videos werden im Internet millionenfach abgerufen. Wer sie genau anschaut und wie sie sich verbreiten, untersucht die Kommunikationsberatung Ketchum Pleon (GPRA), Düsseldorf in einer aktuellen Studie. Dirk Popp, Managing Partner **Ketchum Pleon: "Unsere Kunden fragen virale Videos aus gutem Grund nach:** Rund 80 Prozent der 16- bis 34-Jährigen beschäftigen sich mit dieser Art der Kommunikation. Wirklich interessant ist außerdem die Tatsache, dass auch 54 Prozent der 55- bis 64-Jährigen virale Videos kennen." Die wichtigste Botschaft der Studie fasst Frederik Tautz, Business Director Social Media, bei Ketchum Pleon zusammen: "Die viralen Spitzenreiter bringen es auf bis zu 37 Prozent Bekanntheit in der werberelevanten Zielgruppe. Am beliebtesten sind die Evian Babies, die Coke-Mentos-Fontäne und der Trick-Shot von Roger Federer für Gillette."

02: **Die Berliner PR- und Werbeagentur index bietet ab sofort ihre Themendatenbank 2011 an.**

Das webbasierte Tool listet geplante Sonderthemen und Beilagen aus mehr als 300 deutschsprachigen Medien. So planen Kommunikationsabteilungen in Unternehmen und PR-Dienstleister rechtzeitig ihre Pressearbeit oder Anzeigenschaltung und freie Journalisten optimieren die Auftragsakquise. Ab Anfang 2011 stehen mehr als 20.000 Themen- und Redaktions-schwerpunkte aus über 300 deutschsprachigen Print- und Online-Medien zur Verfügung. Unter www.index-themendatenbank.de kann man sich einen Testzugang bestellen und von den Fähigkeiten überzeugen.

03: So kommuniziert die Lebensmittel-industrie – Bestandsaufnahme und Trends der nächsten fünf Jahre. Die Münchner Agentur zweiblick® veröffentlicht ein Band mit fünf Thesen zur Food-Kommunikation, die für die nächsten fünf Jahre richtungsweisend sind. Er soll Kommunikationsverantwortlichen in den Unternehmen sowie Medien im Lebensmittel-sektor als Orientierung dienen und kann unter www.zweiblick.com/profil/publikationen kostenlos heruntergeladen werden. Um den Branchendialog zu diesem Thema zu fördern, folgt am 11. Februar 2011 eine Podiumsdiskussion mit hochkarätigen Experten – initiiert von zweiblick, der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing in München und der Deutschen Post.

Termine + Tagungen

Adventsaktion für das PR 2.0 Forum München : Einen Gast gratis mitbringen

Bis einschließlich Freitag, 31. Dezember 2010, erhalten Teilnehmer des PR 2.0 Forums am 09. und 10. Februar 2011 in der Bayerische Aka-

demie für Werbung und Marketing, München bei Buchung eines regulären Tickets ein zweites kostenfreies Ticket für den Konferenztag. Nach Ihrer regulären Erstbuchung erhalten Sie per E-Mail einen speziellen Code für die kostenfreie Anmeldung Ihrer Begleitperson. Bitte beachten, dass diese Aktion bei Buchung eines PR Junior-Tickets nicht gültig ist. Leser des PR-Journal erhalten auf alle Eintrittspreise einen Rabatt von zehn Prozent. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 48: Wir werden noch den ein oder anderen Skandal präsentiert bekommen

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

Interview mit Sascha Stoltenow, Frankfurt am Main zur Öffentlichkeitsarbeit der Bundeswehr

PR-Journal: Die Veröffentlichung der geheimen Dokumente durch Wikileaks war ein schwerer Schlag für die amerikanische Regierung. Kann der Bundeswehr Ähnliches passieren?



Sascha Stoltenow: So schwer war der Schlag nicht, eher peinlich. Die wirklich geheimen Dokumente kennen wir immer noch nicht, und das ist gut. Der Bundeswehr passiert ständig Ähnliches. Nur liegen die Daten dann nicht im Internet, sondern auf Parkbänken oder in E-Mail-Postfächern in Berlin oder Hamburg. Der beste Schutz vor Skandalisierungen ist die innere Verfasstheit der Bundeswehr. Deutsche Soldaten sind einfach unglaublich professionell und haben selbst in existentiellen Situationen wie im Kampf noch einen

Wertekompass. Die Schädelfotos aus Afghanistan und andere Skandalchen sind hier kein Widerspruch, sondern Beweis. Dennoch: Ich rechne damit, dass wir im kommenden Jahr noch den ein oder anderen Skandal präsentiert bekommen werden, beispielsweise aus dem Umfeld der Spezialkräfte oder sexuell konnotierte Berichte aus den Feldlagern. Aber das sind Ausnahmen, mit denen man gut leben kann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Salz: Vom Winde verweht

Wenn man ein paar Tage Urlaub auf der „Goldstaubinsel“ macht und notgedrungen auch immer wieder durch Westerland kommt, wenn vom Meer die salzige Brise die Friedrichstraße herunter fegt, und wenn in den Medien Westwelle höhere Wellen schlägt als das Meer vorm Weststrand Sylts, da müssen fürs „Salz“ fürsorgliche Gedanken zum Thema der Woche sich brandend überschlagen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

KKK Klaus Kocks Kommentare

KKK: Das Weihnachts-Interview - Kant zum Kult von Kundus



Weihnachten im Felde: das ist ein sehr deutsches Thema. Das Feldlager in Kundus wird just zur adventlichen Kulisse politischer Kundgebungen. Kaum ist der Bundesverteidigungsminister nebst Gattin und Talkmaster

Kerner aus dem Kriegsgebiet zurückgekehrt, darf die Truppe eine neue Bühne für einen weiteren Besuch zimmern: Die Kanzlerin reist mit zu Guttenberg an. Fotos flattern uns auf den Adventstisch, die Merkel mit zu Guttenberg und Offizieren betend in der Ehrenhalle der Bundeswehr zu Kundus zeigen, vor einem geschmückten Weihnachtsbaum, im Gedenken an die Gefallenen. Ehre, wem Ehre gebührt. Aber man darf in diesem Zusammenhang nicht nur von Kriegspropaganda sprechen, man muss es, wenn Sachfragen der Außen- und Verteidigungspolitik derart zu Personality-Formaten des Boulevard gewandelt werden. Wir sprachen über Moral in der Politik und Showbusiness statt Politik mit dem Königsberger Philosophen Professor Immanuel Kant.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Es muss nicht immer Karpfen sein (Rillettes vom Lachs + Kabeljaufilet mit...)



(nsb) Viele Menschen haben Probleme mit Fisch auf dem Teller. Für nicht Wenige nahm die innere Abwehr mit dem Weihnachts- oder Silvesterkarpfen ihren Anfang. Ich entsinne mich: Tagelang schwamm „Charly“, so hatten meine Schwester und ich den Fisch getauft, in einer großen Zinkbadewanne herum. Ob er uns wirklich traurig angesehen hat, ist schwer beweisbar; jedenfalls wollten wir nichts von dem liebgewonnenen Tier essen, das unter Mutters Kochkünsten „blau“ geworden war.

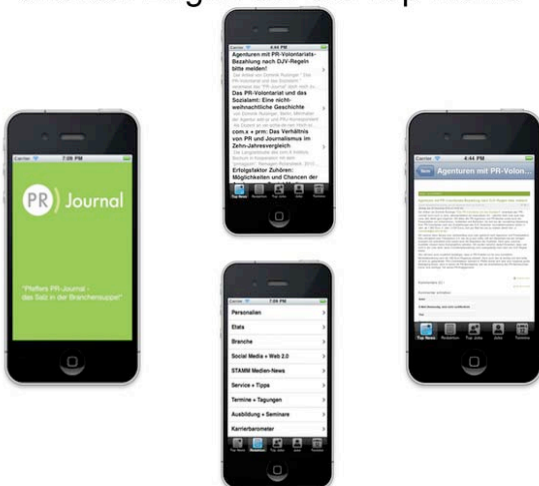
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal als iPhone App

PR-Journal goes mobile! Hier sehen Sie das Weihnachtspräsent unseres Verlages für die Kommunikationsbranche im neuen Jahr: Unser Webmaster Robert Deutz hat eine PR-Journal-App fürs iPhone und fürs iPad programmiert. Ein wenig haben wir's "ausgepackt" und zeigen Ihnen hier vier Seiten als Screenshots.

direkter Zugriff auf die Top-News



oder nach Ressorts geordnet

Und damit Sie sehen, welche Inhalte geplant sind, hier die Icons der Informationsangebote: Sowohl die von der PR-Journal-Startseite bekannten "Neueste Artikel" (Top News) und "Neueste Jobs" (Top Jobs) werden Sie wiederfinden. Auch alle Artikel der Redaktion, gegliedert nach den Ressorts und Rubriken sowie alle Jobangebote, gegliedert nach den Arbeitsbereichen, werden drin sein. Und als Zusatz noch die PR-Terminliste aus unserer PR-Datenbank. Und selbstverständlich wird die App kostenlos sein.



Es sind noch einige Feinarbeiten notwendig und auch die Anmeldeprozedur bei Apple dauert noch einige Tage - aber im Januar wollen wir alles freischalten. Natürlich melden wir Ihnen den genauen Starttermin. Und selbstverständlich werden wir auch für die anderen Smartphones und Tablets auf Android- und Windows-7-Mobile-Basis entsprechende Anwendungen vorbereiten.

Wir werden auch unser App-Angebot im ersten Quartal 2011 weiter ausbauen. Unter anderem planen wir die Herausgabe von iBooks (z.B. die Rezepte von Norbert), eine entsprechende Ausgabe unseres Newsletters wird hierfür als erstes vorbereitet.

Damit ist auch für das "PR-Journal" eine neue Seite unserer Aktivitäten "aufgeschlagen", die wir intensiv vorbereitet haben und auf die wir uns freuen. Im Januar werden wir wissen, was "der Markt" dazu sagt. -fff-

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 14 aktuellen Gesuche finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

ANGEBOTE (59)

Volontariat/Trainee

Die 18 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 8 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[PR-Redakteur \(m/w\), Heroldsberg](#)

[Berater-Persönlichkeiten \(m/w\), Hamburg](#)

[PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)

[PR-Berater FMCG und/oder Healthcare/OTC \(m/w\), Frankfurt](#)

[talkabout sucht 4 moderne PR-Berater\(innen\) in München](#)

[Junior-Berater/in \(m/w\) Fashion-/Lifestyle-PR, Düsseldorf](#)

[Kreativer PR-Berater \(m/w\) in Heidelberg gesucht](#)

[Junior PR Consultant für Fashion & Lifestyle, Köln](#)

[PR-Consultant \(m/w\), Wiesbaden](#)

[Fachjournalisten/in bzw. Projektleiter/in mit Schwerpunkt IT oder Gartenbau, Köln](#)

[Berater: PR, Campaigning, Events \(m/w\), Berlin](#)

[PR-Berater, Schwerpunkt International & Corporate Communications \(m/w\), Hamburg](#)

[Consultants für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main](#)

[Junior PR-Berater Schwerpunkt Marke \(m/w\), Hamburg](#)

[PR-Berater \(m/w\), Berlin](#)

[PR Berater \(m/w\) für Mode und Lifestyle, München](#)

[Junior PR-Berater \(m/w\) bei Profil Marketing, Braunschweig](#)

[\(Junior\) PR-Berater Finance \(m/w\), Frankfurt](#)

[PR-Junior-Berater/in und Volontar/in, Hamburg](#)

[Junior-PR-Berater/-in, Hamburg](#)

[Assistent/in PR/IR von Frankfurter Berateragentur](#)

[PR-Berater \(w/m\), Berlin](#)

[Berater \(m/w\) Unternehmenskommunikation, Frankfurt am Main](#)

[PR-Juniorberater \(m/w\) für Agentur, München](#)

[Bildredakteur/in, Köln](#)

[PR-Berater/in, Berlin](#)

[Account Director \(w/m\) für Brand/Consumer und Corporate PR, Köln](#)

[Junior / Berater / Senior Markenkommunikation \(m/w\), Düsseldorf](#)

Unternehmen

Berater/in Public Relations und Social Media (Vollzeit),
Berlin

PR Manager (m/w), Stuttgart

Pressearbeit und Werbung B-to-B, Inland und
international

Verbände (Non-Profit)

Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit, Bonn

Desk Officer International Communications/Public
Relations Malteser International, Cologne

Freelancer

10 Jahre PR-Erfahrung – Sie wollen noch mehr?

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 20. Dezember 2010 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **14.379 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
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
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
(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 Mickleit, München;
Uwe Mommert, Berlin; Frank Muscheid, Lingen; Jens
Nordlohne, Oederquart; Jörg Pfannenbeerg, Düsseldorf;
Manfred Piwinger, Wuppertal; Prof. Dr. Lothar Rolke,
Frankfurt am Main; Dominik Ruisinger, Berlin; 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.