

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 279 / 06. KW-2011

Seite 1

Facebook wächst und wächst und wächst

Eine deutsche Ministerin rät von der Nutzung ab, die Verbraucherschützer fordern einen Boykott – aber die Mitglieder lieben Facebook und täglich werden es mehr. Der virtuelle Börsenwert von Facebook wird mittlerweile auf 50 Milliarden Dollar taxiert, die Zahl der Mitglieder ist in sechs Monaten um weitere 100 Millionen auf 600 Millionen angewachsen. Facebook hat etwas Magisches, was jeden Nutzer über Warnungen oder Kritik hinwegsehen lässt – und die werbetreibenden Unternehmen anlockt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Personalwechsel in der Kommunikation der BMW Group

Marc Hassinger (45), bisher Leiter der Wirtschafts- und Finanzkommunikation sowie Nachhaltigkeitskommunikation der BMW Group, ist in

den Bereich Strategische Konzernplanung gewechselt. Bis zur Ernennung eines Nachfolgers wird Bill McAndrews (53), Leiter Kommunikationsstrategie und Unternehmenskommunikation, die Abteilung kommissarisch leiten. Michael Rebstock (49), Sprecher in der Abteilung Wirtschaft- und Finanzkommunikation, wird zum 1. Mai die Leitung der Produktkommunikation für Automobile und Motorräder von Dirk Arnold (45) übernehmen. Arnold wechselt zur BMW Group USA und verantwortet dort zukünftig die BMW Kommunikation.

Bundesverdienstkreuz für Manfred Piwinger

Bundespräsident Christian Wulff hat Manfred Piwinger (74), langjähriger Lehrbeauftragter für Kommunikationsmanagement/PR am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft (IfKMW) der Universität Leipzig, für seine herausragenden Leistungen in der Weiterbildung und für den Berufsstand der Kommunikationsfachleute das Bundesverdienstkreuz am Bande verliehen. Die Auszeichnung wurde ihm am 11. Februar im Rathaus seiner Heimatstadt Wuppertal überreicht. Piwinger hat während seines langjährigen Engagements als Lehrbeauftragter an der Universität Leipzig seit 1999 mit hohem zeitlichen Aufwand Seminare durchgeführt, Projektarbeiten initiiert und Abschlussarbeiten mit betreut.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



medienfabrik Gütersloh erweitert Geschäftsleitung

Die medienfabrik Gütersloh hat mit Beginn des Jahres ihre Geschäftsleitung um Stephan Braun, Thomas Göllner und Gero Hesse erweitert. Braun leitet das Geschäftsfeld Publishing. Bei Göllner liegt das Geschäftsfeld Sales Communications. Hesse leitet das Geschäftsfeld Ventures. Externe und interne Kommunikation, PR, Markenkommunikation, Dialogmarketing sowie werbliche Kommunikation deckt das Geschäftsfeld Corporate Communications unter Leitung von Guido Klinker ab. Roman Brinkmann verantwortet als Chief Operating Officer unter anderem die Integration neuer Geschäftsfelder und den strategischen Ausbau des digitalen Geschäfts. Als kaufmännischer Leiter überwacht und steuert Alexander Lange die Wirtschaftlichkeit und Liquidität des Unternehmens. Stefan Postler obliegt als Geschäftsführer die Gesamtverantwortung für die inhaltliche und geschäftliche Entwicklung der medienfabrik.

Personalien compact (17) (06.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **René Pfammatter** und **Daniel Scholten** ergänzen das Beratungsunternehmen Enzaim in Zürich (CH). Pfammatter tritt als Senior Consultant an, die Schwerpunkte seiner bishe-

rigen Tätigkeiten liegen in den Bereichen Kommunikationsstrategie, Projektmanagement, Coaching und E-Business. Scholten ist neuer Junior Consultant, zuvor studierte er Organisationskommunikation.

02: **Stefan Kombüchen** (37), seit Anfang 2010 als Director of Corporate Communications Teil der Geschäftsleitung von Grayling Deutschland (vormals Trimedia) mit Sitz in Frankfurt am Main, übernimmt als zusätzliche Aufgabe die Standortleitung des Düsseldorfer Büros. Der promovierte Kommunikationswissenschaftler mit Erfahrungen im Rundfunkjournalismus *war zuvor* Gründer und zehn Jahre lang Geschäftsführer des PR-Ausbilders PR plus in Heidelberg.

UNTERNEHMEN:

03: **Elisabeth Dal-Bianco**, bisher verantwortlich für Unternehmenskommunikation, Medienbetreuung sowie Corporate Social Responsibility bei Pfizer Österreich, geht in Elternschaft. **Christine Dunai** (27) übernimmt ihre Verantwortungsbereiche. Dunai kam 2007 zu Pfizer, in der Abteilung Corporate Media Relations Europe war sie seit dem vorrangig für Unternehmenskommunikation, Medienbetreuung und Länderunterstützung auf europäischer Ebene zuständig.

04: **Christoph Löwer** (41) ist neuer Leiter Government Relations beim Energie- und Transportunternehmen Alstom Deutschland in Berlin. In dieser Position verantwortet er die Regierungsbeziehungen der drei Sparten "Power",



"Grid" und "Transport". Zuvor arbeitete er vier Jahre als Director Public Affairs bei der Kommunikationsagentur Burson-Marsteller. Löwer folgt auf **Dieter Klumpp**, der in den Ruhestand gegangen ist.

05: **Uwe Dolderer** (46) verantwortet ab Mitte Februar als Pressesprecher und Mitglied der Geschäftsleitung die Unternehmenskommunikation der Berliner Fitness-Kette McFit. Er kommt von dem Klinikbetreiber Vivantes in Berlin, wo er seit Anfang 2005 als Leiter der Unternehmenskommunikation tätig war. Dolderer ist seit September 2009 Präsident des Bundesverbands deutscher Pressesprecher (BdP).

06: **Mayk Wienkötter** (36) verstärkt als Produkt- und Markensprecher die Presseabteilung von Jaguar und Land Rover Deutschland in Schwalbach. Der Journalist arbeitete in den letzten zwei Jahren als selbständiger TV-Journalist für Formate wie autobild.tv, auto, motor und sport tv und den ARD Ratgeber Verkehr, davor leitete er von 2002 bis 2009 das Testressort des SAT.1 Automagazins.

07: **Friedrich von Heyl** (42) hat die Leitung der internen und externen Kommunikation der Phoenix Group in Mannheim übernommen. Er folgt auf **Olaf Teichert**, der als Leiter der Rechtsabteilung zusätzlich für die Unternehmenskommunikation zuständig war. Zuletzt war von Heyl Leiter Unternehmenskommunikation bei AstraZeneca in Wedel.

08: **Jens Kellersmann** (49) ist als neuer Leiter Marketing Kommunikation der Aumund-Gruppe in Venlo (NL) verantwortlich für die strategische Ausrichtung und Umsetzung der weltweiten Marketingaktivitäten. Er kommt von der Kölner PR-Agentur "Die PR-Berater", wo er als Partner für die Beratung von Industriekunden und internationale Projekte zuständig war.

- 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

09: **Jürgen Jungermann** ist neuer Marketing Director bei Across Systems in Karlsbad, neben der Markenführung ist er auch für die Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich. Zuvor war er unter anderem zehn Jahre bei der MHK Group als Leiter Online-Marketing beschäftigt und entwickelte die Direktmarketing-Kampagne "Going Asia" für die Lufthansa.

10: **Yvonne Walther** hat die Position der PR & Marketing Managerin des Superior Spa & Gourmet Resort InterContinental Berchtesgaden übernommen, die aufgrund der Elternzeit ihrer Vorgängerin vakant wurde. Zuvor war sie als Senior PR-Managerin bei der Tourismus-PR-Agentur Aviareps Tourism beschäftigt.

11: **Markus Hauf** ist in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Fiat Group Automobiles Germany in Frankfurt am Main auch als Pressesprecher für

die Marke Lancia zuständig, zusätzlich zu seiner Aufgabe als Markensprecher für Jeep. **Malte Dringenberg** bleibt verantwortlich für die Marke Alfa Romeo.

12: **Britta Käufer** (39) ist in neu geschaffener Position zentrale Ansprechpartnerin für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von pmOne in Unterschleißheim. Die PR-Fachfrau war zuvor sechs Jahre für die Public Relations von MIS (heute Infor) verantwortlich.

13: **Constanze Murcha** (33) hat die neu geschaffene Stelle Leitung Marketing und Öffentlichkeitsarbeit bei Medirenta in Berlin übernommen. Zuvor war sie seit Juni 2009 Leiterin PR und Marketing bei der Berliner Bertelsmann-Tochter Atkon.

14: Bosch und Siemens Hausgeräte (BSH) in München hat die Zuständigkeiten in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Marken neu aufgestellt: Bosch: **Astrid Zaszlo**, Siemens: **Angelika Spitzer**, Neff: **Alex Kostner**.

MEDIEN:

15: **Martin Biedermann** (38) ist jetzt offiziell der neue Leiter der Hauptabteilung Marketing und Kommunikation des Österreichischen Rundfunks (ORF) in Wien. Er hat das Amt bereits seit November interimistisch inne und folgt auf den zurückgetretenen Kommunikationschef **Pius Strobl**, dieser hatte im Zuge der "**Abhöraffaire**" den Hut genommen. Biedermann war zuvor seit 2009 Büroleiter des ORF-Generaldirektors Alexander Wrabetz.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

16: **Bastian Roet** (31) kommuniziert als Referent für Wirtschaft und Öffentlichkeitsarbeit für

- Anzeige -



Deutscher Preis für Onlinekommunikation

Am 14. April 2011 verleiht das Magazin pressensprecher erstmalig den Deutschen Preis für Onlinekommunikation in Berlin. Eine namhafte Jury aus Wirtschaft, Medien und Wissenschaft zeichnet kreative und außergewöhnliche Leistungen der digitalen Kommunikation in 30 Kategorien von der Social Media-Kampagne bis zum digitalen Geschäftsbericht aus.

Bewerben Sie sich bis 10. März 2011 mit Ihren innovativen und erfolgreichen Onlinekonzepten der letzten 12 Monate und messen Sie Ihre Arbeit mit den besten Kommunikationsstrategen Deutschlands.

www.onlinekommunikationspreis.de

den Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmen in Berlin. Er folgt er auf **Martin Kaßler** der zum DDIV wechselte. Zuvor war der Diplom-Soziologe als Sprecher und Projektleiter beim Automobilclub von Deutschland.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

17: **Stefan Löwer** (35) leitet das Referat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Hessischen Finanzministeriums in Wiesbaden. Der frühere Journalist war zuvor vier Jahre in der Pressestelle der Hessischen Staatskanzlei tätig, zuletzt als Referatsleiter in der Abteilung Information.

Etats

Etats compact (21) (06.KW-2011)

01: Bohr-Reisen, Lautzenhausen

was: *PR Arbeit*

an: **C&C Contact & Creation**, Frankfurt am Main

02: Puma Rudolf Dassler Sport, Herzogenaurach

was: *PR-Gesamtetat*

an: **Zucker Kommunikation**, Berlin

03: Zentrale für Tourismus Südliche Weinstrasse,
Landau,

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **global communication experts (GCE)**,
Frankfurt am Main

04: Finanzmanufaktur, Ludwigsburg

was: *PR, Consulting, Editorial Services*

an: **Convensis Group** Stuttgart

05: BestSecret, Aschheim

was: *PR für den Online-Shopping-Club
BestSecret.com*

an: **Spohr Public Relations**, München

06: Deutsche Bank, Frankfurt am Main

was: *Videobeiträge zum Unternehmer-Magazin
"results"*

an: **Hoffmann und Campe Corporate
Publishing** (Ganske Verlagsgruppe), Hamburg

07: Fit Reisen, Frankfurt am Main

was: *Organisation der 1. Health & Wellness-
Medien-Tage*

an: **C&C Contact & Creation**, Frankfurt am Main

08: LOT Polish Airlines, Frankfurt am, Main

was: *PR-Etat in Deutschland, Österreich und in
der Schweiz*

an: **Wilde & Partner Public Relations**, München

- Anzeige -



Interne Kommunikation 2.0 im E-Learning-Kurs der scm.

Vom 08. März bis 05. April 2011 findet jeden
Dienstag ab 17 Uhr der E-Learning-Kurs
„Intranet und Social Media in der Internen
Kommunikation“ der school for communication
and management statt.

Im Fokus der fünf 90- bis 120-minütigen
Videosessions stehen Tools mit ihren Stärken
und Schwächen, die Plattform Intranet und die
Unternehmenskultur bis hin zur Arbeitswelt 2.0.
Abgerundet wird der Kurs durch die Themen
Controlling und Rechtliches.

www.scmonline.de

09: myfab Deutschland, Hamburg

was: *PR-Aktivitäten zur Markteinführungen in
Deutschland*

an: **public link**, Berlin

10: Germany Trade and Invest (GTAI), Berlin

was: *Gestaltung und Redaktion des GTAI-
Geschäftsberichts 2010*

an: **Flaskamp Ummen**, Berlin

11: Bundesverband Wärmepumpe (BWP), Berlin

was: *auf drei Jahre angelegte integrierte
Wärmepumpen-Kampagne*

an: **we do**, Berlin

12: b2d Business to Dialog Hofes

was: *Öffentlichkeitsarbeit für die regionalen Dialog-
Business-Messen*

an: **Spreeforum International**, Berlin

13: Casio Europe, Norderstedt
was: *Einführungskampagne für die neue Digitalkamera Exilim EX-TR 100*
an: **Scholz & Friends Brand Affairs**, Hamburg

14: Rössler Papier, Düren
was: *Neuausrichtung der Kommunikation und Relaunch des Corporate Designs*
an: **rheinfaktor**, Köln

15: The Phone House Telecom, Münster
was: *Beratung in der Unternehmenskommunikation mit Schwerpunkt Social Media*
an: **Mindact Gesellschaft für Kommunikation**, Wuppertal

16: Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), Berlin
was: *Kampagnenarbeit für den deutschen Beitrag im Internationalen Jahr der Wälder*
an: **MediaCompany**, Berlin

17: Telekom Shop Vertriebsgesellschaft (Deutsche Telekom), Bonn
was: *Kommunikation zur Ausweitung des Telekom Community-Store-Konzeptes "4010"*
an: **Schröder+Schömb's PR (S+SPR)**, Berlin

18: Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF), Berlin
was: *Etat für einen dialogorientierten Ausbau und die Fortführung der Informationskampagne "NanoTruck – Hightech aus dem Nanokosmos"*
an: **Flad & Flad Communication Group**, Heroldsberg

19: Defereggenitals in Osttirol (AT)
was: *PR-Auftritt*

20: Landhotel Kleebauer mit Golf- und Reitakademie im oberösterreichischen Mühlviertel (AT)

was: *PR-Medienauftritt*
21: Kärntens Naturarena (AT)
was: *Webausendungen und Aktionen*
an: **Medienbüro DialogPresseweller**, Siegen

Branche

Holmes Report wählt die "EMEA - Agenturen des Jahres 2011"

Der US-amerikanische Holmes-Report hat die Wahl der Agenturen des Jahres 2011 in der EMEA Region (Europa, Mittlerer Osten, Afrika) bekannt gegeben. Als diesjähriger **Sieger für Deutschland** geht dabei die Agentur **fischerAppelt**, relations (GPRA) mit Hauptsitz in Hamburg und Büros in Berlin, Frankfurt am Main, München, Stuttgart und Wien (AT) hervor. Der Holmes-Report begründet die Wahl unter anderem damit, dass es **fischerAppelt** geschafft hat, in die Top-12-Liste der unabhängigen Agenturen der Welt aufzusteigen. Außerdem konnte die Agentur im vergangenen Jahr wichtige Etats gewinnen und das Management-Team mit erfahrenen Führungskräften ausbauen.

Weitere Gewinner in den Euroäischen Ländern:
[National Consultancies of the Year](#)
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Volkswagen, Lego, Apple und Kempinski sind die erfolgreichsten Marken Deutschlands

Deutschlands erfolgreichste Marken wurden mit dem best brands-Award 2011 ausgezeichnet. Den Siegertitel in der Kategorie "Beste Unternehmensmarke" holte sich der Autobauer Volkswagen, in der Kategorie "Beste Produktmarke" sicherte sich der Spielwarenhersteller Lego zum zweiten Mal in

Folge den ersten Platz. Der Unterhaltungselektronikkonzern Apple gewann in der Kategorie "Beste Wachstumsmarke". Der best brands-Award in der diesjährigen Sonderkategorie "Beste Dienstleistungsmarke bei Entscheidern" ging an die älteste europäische Luxushotelkette Kempinski. → gfk.com

Bodo Hombach über "Medien und Public Relations"

In einem Kolloquium an der Uni Bonn fordert Bodo Hombach eine kritische Distanz zwischen PR und Journalismus. Im Anschluss an seine Eröffnungsvorlesung setzte Bodo Hombach seine Lehrtätigkeit am Institut für Politische Wissenschaft und Soziologie an der Universität Bonn mit einem Kolloquium mit dem Titel "Medien und Public Relations – Symbiose oder Konflikt? Eine Grenzwertbestimmung" fort. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (8) (06.KW-2011)

01: **Das ICCO-Trendbarometer, an dem sich auch die GPRA beteiligt hat**, zeigt - wenn naturgemäß auch nur schlaglichtartig - die internationale Entwicklung der Branche auf. Soziale Medien und Digitale Kommunikation sind, wenig überraschend, nach wie vor Wachstumsfelder. Interessanter dagegen: Leistungen, die eine hohe Beratungskompetenz erfordern, wie Issues Management, strategische und Krisenkommunikation, gewinnen zunehmend an Bedeutung. Für den deutschen Markt ließen sich hier noch Interne Kommunikation sowie Change- und Reputation Management ergänzen. Hier zeigt sich die wichtige Lotsenfunktion, die Public

Relations für Kunden im komplexen Kommunikationsmarkt übernehmen kann. → gpra.de

02: **Eurocom Worldwide, ein Verbund von unabhängigen, inhabergeführten Kommunikationsagenturen mit 60 Standorten weltweit, hat in diesem Jahr das zehnjährige Jubiläum** des PR-Netzwerkes im Rahmen seiner jährlichen Partner-Konferenz in Prag gefeiert. 25 Mitgliedsagenturen haben sich zusammengefunden, um neue Kommunikationsansätze zu entwickeln, eine noch engere Zusammenarbeit zwischen den Partneragenturen zu etablieren – und natürlich das zehnjährige Jubiläum zu feiern. Deutschland, Österreich und die Schweiz werden im Netzwerk Eurocom Worldwide durch die Münchner Technologie-Agentur Schwartz Public Relations vertreten. → schwartzpr.de

03: **Seit März 2006 stellt sich Press'n'Relations, Ulm der anonymen Bewertung durch Kunden in dem Rating- und Meinungsportal Benchmark, Hamburg.** Seither wird die Agentur ohne Unterbrechung uneingeschränkt weiterempfohlen. In dem Online-Portal können aktuell 233 PR-Agenturen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz anonym bewertet werden. Mit drei von vier Niederlassungen führt Press'n'Relations in den Budgetklassen zwischen 5.000 und 100.000 Euro Jahresbudget das Ranking seit fünf Jahren durchgängig auf den Plätzen 1 und 2 an. → press-n-relations.de

04: **Düsseldorfs Oberbürgermeister Elbers hat eine kreative Task-Force für den Eurovision Song Contest einberufen:** Alexandra Iwan, Chefin der PR-Agentur Textschwester, und Ralf Zilligen, Chef der Agenturmarke Arthur Schlovsky, sollen das Rathaus mit frischen Ideen beliefern. Expertin Iwan versucht, professionelle PR-Denke ins Düsseldorfer Rathaus zu bringen. Erste Maßnahme: eine wöchentliche Pressekonferenz zum Song Contest. Hier werden die Wogen geglättet, die Journalisten,

Blogger und Bürger beunruhigen. → handelsblatt.com

05: **Agenturchefinnen machen sich für Frauen-quote stark:** Frauen in Chefetagen – ein solches Szenario wünschen sich Frauen heute. Doch selbst diejenigen, die ihren Weg aus eigener Kraft nach oben geschafft haben wie IQ Media Marketing-Geschäftsführerin Marianne Dölz und Astrid von Rudloff, CEO Weber Shandwick, glauben, dass dafür Strukturen geschaffen werden müssen. Auch von der Politik. → wuv.de

06: **Meine Marken: Carl-Eduard Meyer.** Eigentlich gehört ja Neutralität zu jeder Primärtugend eines Journalisten. So ganz neutral ist Meyer, Chef von news aktuell, Hasmburg, aber nicht, was seinen Kleiderschrank betrifft: Hier dürfen es doch teure, italienische Marken sein. Mehr dazu in der wöchentlichen W&V-Serie "Meine Marken". → wuv.de

07: **Einen Blick auf die tatsächliche Lage im Spannungsfeld der HR-PR-Kommunikation** wirft Manfred Böcker und macht sich auf den Weg, mit einer Umfrage den Trends und Tatsachen auf den Grund zu gehen. Die Crosswater-Redaktion sprach mit dem Kommunikationsexperten Manfred Böcker. → crosswater-job-guide.com

08: **Hohegger-Affäre: Das Geschäft mit der Öffentlichkeit.** Die Affäre um millionenschwere Beratungshonorare hat der PR-Gilde das Image verpasst, sie verdiene sich mit dünnen Konzepten eine goldene Nase. Die Branche ist um Schadensbegrenzung bemüht. → diepresse.com

Social Media + Web 2.0

Social Media Kommunikation im Unternehmen erwünscht

Der Sprecher eines österreichischen Großunternehmens verblüffte Studenten jüngst mit dem Statement: „Wir wollen nicht von unseren Kunden erfahren, ob oder wann sie sich die Zähne putzen“. An vielen Kommunikationsverantwortlichen in Europa perlt noch immer ab, dass für ihre Zielgruppen soziale Medien längst alltäglich sind. Sie verbannen Facebook und YouTube aus dem Firmennetz, statt Social Media als effizientes Kommunikationstool zu nutzen. Für viele amerikanische Unternehmen ist es dagegen schon selbstverständlich: Soziale Medien sind eine ernstzunehmende Kommunikationsplattform für unterschiedlichste Alters- und Zielgruppen und ein Erfolgsgarant für authentisches öffentliches Auftreten, wenn sie strategisch sinnvoll eingesetzt werden.

Den Artikel von Heinz Wittenbrink am 14. Februar in "PR-Blogger" [hier online weiterlesen](#).

Social Media compact (4) (06.KW-2011)

01: **Nach einer aktuellen repräsentativen Umfrage im Auftrag des Bitkom haben 27 Millionen Bundesbürger ein persönliches Online-Profil,** das ist jeder zweite Internetnutzer (53 Prozent). Die meisten veröffentlichen ihre persönlichen Angaben, Gedanken oder Fotos in einer Online-Community (48 Prozent). Rund 24 Millionen Deutsche haben in den Netzwerken ein Profil ausgefüllt, angemeldet sind etwa 30 Millionen. Jeweils sieben Prozent aller Internetnutzer präsentieren sich in einer Singlebörse oder auf einer privaten Homepage. Insgesamt sind bereits mehr als 70 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren online.

Doch so intensiv die Menschen das Internet nutzen, so skeptisch sind sie in puncto Datensicherheit. 55 Prozent halten ihre Daten im Allgemeinen eher für unsicher, nur 42 Prozent sind beruhigt. → bitkom.org

02: Online zu sein ist für viele Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren alltäglich. Über die Hälfte der Kinder geht zumindest selten ins Internet, allerdings ist ein Großteil der Eltern der Meinung, dass das Internet für Kinder viele Gefahren birgt (81 %) und sie dort mit ungeeigneten Inhalten konfrontiert werden (65 %). Knapp zwei Drittel befürworten deshalb auch technische Hilfs-mittel, dies wird jedoch selten im Alltag umgesetzt: Nur 14 Prozent der Eltern haben tatsächlich eine Kindersicherung auf dem Familiencomputer installiert. 41 Prozent lassen nach eigenen Angaben ihr Kind ohne Aufsicht im Internet surfen. Dies sind vorab erste Ergebnisse der KIM-Studie 2010, die Ende Februar veröffentlicht wird. → mpfs.de

03: Social-Media-Plattformen wie Facebook spielen im Energiesektor für die Kundenkommunikation bisher kaum eine Rolle, wie eine Untersuchung der auf marktorientierte Unternehmensführung spezialisierten Strategieberatung Keylens Management Consultants zeigt. Von den zehn bekanntesten Energieversorgern in Deutschland verfügen lediglich drei über eine nennenswerte Facebook-Präsenz. Daraus ergeben sich für Energieversorger Chancen, diesen Kommunikations-raum zu besetzen. Am besten gelingt dies über einen Fokus auf möglichst konkrete Themen, für die das Unternehmen steht. → fair-news.de

04: Das Web 2.0 bietet für Unternehmen aus dem B2B-Bereich viele neue Möglichkeiten, um mit der Veröffentlichung von Unternehmens- und Produktinformationen neue Kunden zu gewinnen. Melanie Tamblé, Online-Marketing

Expertin beim Online-Distributionsdienst PR-Gateway, erklärt im Gespräch mit Gunther Schunk, PR-Leiter von Vogel Business Media, worauf es bei der Online-PR ankommt und welche Rolle Presseportale bei der Verbreitung von Pressemitteilungen spielen. → firmenpresse.de

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: Die Hartz IV-Reform



Last-Minute-Lösung bei der Hartz-IV-Reform Spiegel Online meldete am Freitag "SPD und Union umgehen Pleite im Bundesrat". Im Kern der Diskussion diskutieren FDP und die Union mit den Grünen sowie der SPD über eine mögliche Erhöhung des Hartz-IV-Regelsatzes über die geplanten fünf Euro hinaus. Am Donnerstagabend ließen nun beide Seiten verlauten, man wolle einen neuen Versuch unternehmen und eine Abstimmung über die Regelsätze im Bundesrat vermeiden.

Nicht nur im Bundestag, sondern auch in den sozialen Medien wird das Thema kontrovers diskutiert. 17.962 Beiträge zum Thema Hartz-IV lassen sich in den vergangenen Tagen identifizieren. Die klassischen Newsseiten liefern mit 33,8 Prozent nur ein Drittel der relevanten Posts. Die anderen zwei Drittel spielen sich auf Twitter, Youtube, Facebook, Blogs und Foren ab.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Lokaljournalismus 2.0: "Mein Anzeiger" und "Deutschland Today"

Die "Thüringer Blogzentrale" gibt es jetzt seit fünf Jahren. Wir haben Lokalpolitiker geärgert, Bundes- und Landespolitik zerrissen, Kunst und Kultur kritisiert, die Thüringer Medienlandschaft beobachtet und die Entwicklung der deutschen Internetpolitik – mit Schleichwerbung, Netzsperrern und Daten-schutzkatastrophen – kritisch hinterfragt ... wir haben hier deshalb diverse Shitstorms überstanden, sind knapp an einer Abmahnung (eines prominenten anderen Bloggers) vorbeigeschlittert, sind bedroht und beleidigt worden, wir haben Interviews gegeben und Vorträge gehalten. Wir waren im Fernsehen, in der Zeitung und im Radio, stehen in medienwissenschaftlichen Fachpublikationen und Dissertationen. Die "Thüringer Blogzentrale" hat in Hochzeiten mehr als 10.000 Besucher am Tag und ihre Autoren arbeiten auch für die "Zeit", "Telepolis", "Leipziger Volkszeitung" oder die "Thüringer All-gemeine". Die "Thüringer Blogzentrale" steht auf Platz vier der hundert beliebtesten Regionalblogs in Deutschland. *Den Artikel von Sven Oelsner am 10. Februar in "Thüringer Blogzentrale" hier online weiterlesen.*

Medien compact (1) (06.KW-2011)

01: **Kinobilanz 2010:** Die Zahl der Kinobesucher ist in Deutschland im Jahr 2010 deutlich gesunken. Mit 126,6 Millionen verkauften Tickets (2009: 146,3 Mio.) verzeichneten die Filmtheater einen Rückgang von 13,5 Prozent. Im selben Zeitraum sank der Gesamtumsatz der Branche mit 920,4 Millionen Euro dank des Umsatzmotors 3D lediglich um 55,7 Millionen (5,7%). Der deutsche Film erreichte im Vorjahresvergleich mit

20,9 Millionen Besuchern (Marktanteil: 16,8%) nur rund die Hälfte seiner Besucher aus dem Vorjahr (39,9 Mio.). Gleichzeitig ist auch die Zahl der Leinwände und der Standorte in Deutschland weiterhin rückläufig. Sehr erfreulich verlief dagegen die Entwicklung im Home-Entertainmentmarkt, dessen aktuelle Ergebnisse aus 2010 erneut gestiegen sind. → ffa.de

Services + Tipps

Service compact (3) (06.KW-2011)

01: **Alle Politiker, die sich in Deutschland mit Haushalts- und Finanzpolitik befassen, auf einen Blick**, das bietet "Kürschners Handbuch Haushalt, Finanzen", das am 17. Februar erscheint. Das Buch enthält über 500 ausführliche Biografien und knapp 1.200 Kontaktdaten von den Mitgliedern der haushalts- und finanzpolitischen Fachausschüsse aus Bundestag, Bundesrat, Europaparlament und den 16 Landesparlamenten sowie der Personen, die in den jeweiligen Regierungen für den Ressortbereich Haushalt und Finanzen zuständig sind. Zu bestellen ist "Kürschners Handbuch Haushalt, Finanzen" ab sofort unter → ndv-shop.de

02: **Marketing per E-Mail zählt nach wie vor zu den wichtigsten und effektivsten Online-Marketing Tools.** Effektiv können E-Mails allerdings nur dann sein, wenn sie der Empfänger auch tatsächlich erhält. E-Mail-Marketer stehen hier vor dem Problem, dass aufgrund notwendiger Spam-Schutzmaßnahmen mitunter auch erwünschte E-Mails nicht oder nicht richtig zugestellt werden. Der E-CRM Anbieter artegic hat nun eine Übersicht über Möglichkeiten der Zustelloptimierung veröffentlicht. In einem praxisorientierten Whitepaper werden Whitelisting-Verfahren und -Programme,

technische Maßnahmen und Premium E-Mail-Dienste analysiert, die im E-Mail-Marketing eingesetzt werden sollten. → artegic.de

03: In vielen Unternehmen ignorieren Führungskräfte nach wie vor die zentralen Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Mitarbeiter teilweise oder völlig. Die Folge ist eine geringe Motivation der Arbeitnehmer: 21 Prozent weisen keine emotionale Bindung an ihr Unternehmen auf und verhalten sich am Arbeitsplatz destruktiv, d.h. sie zeigen unerwünschtes Verhalten, das zu Lasten der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen geht. Zu diesem Resultat kommt der Gallup Engagement Index 2010, den das Beratungsunternehmen präsentiert hat und für den knapp 2.000 Arbeitnehmer ab 18 Jahren befragt wurden. Lediglich 13 Prozent der Beschäftigten verfügen über eine hohe emotionale Bindung und sind bereit, sich freiwillig für ihren Arbeitgeber und dessen Ziele einzusetzen. Die große Mehrheit der Arbeitnehmer, insgesamt 66 Prozent, weist lediglich eine geringe emotionale Bindung auf – und leistet nur Dienst nach Vorschrift. → gallup.com

Termine + Tagungen

Social Media Monitoring erobert die Medienbeobachtung

Social Media Monitoring ist auf dem besten Wege, die klassische Medienbeobachtung abzulösen! Dieser Zukunftsmarkt ist Thema beim 2. Deutschen Medienbeobachterkongress am 15. März in Düsseldorf. Im Mittelpunkt stehen innovative Medienbeobachtung und Social Media Monitoring Dienstleister. Präsentiert werden aktuelle Studien, Beobachtungswerkzeuge sowie

- Anzeige -



2. Deutscher Medienbeobachterkongress 15. März 2011 in Düsseldorf

Social Media bietet neue Möglichkeiten und verändert die Medienbeobachtung!

Dieser Kongress präsentiert:

- Status Quo und Perspektiven des Social Media Monitoring
- neueste Studien zum Thema
- klassische Dienstleister und ihr angepasstes Leistungsspektrum
- innovative Spezialisten und ihre Tools.

Im Mittelpunkt: Know How anhand von Best Practices.

Vom Projekt „Ruhr.2010“ über das Reputationsmanagement eines Autoherstellers bis zur Social Media Strategie von Google.

Lernen Sie die Medienbeobachtung von morgen kennen!

15. März 2011 - CCD Düsseldorf (Messe)

Kongressgebühr: 149 Euro

www.medienbeobachterkongress.de

Anwendungsbeispiele und -prozesse.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (2) (06.KW-2011)

01: Der Kongress "BürgerInnen machen Stadt!? Zivilgesellschaft und ihre kommunal-politische Bedeutung" findet am 24. und 25. März an der Universität zu Köln statt. Veranstaltet wird er von der Heinrich Böll Stiftung NRW - in Kooperation mit dem ProfessionalCenter der Universität zu Köln und VIS a VIS Agentur für Kommunikation. Ständig aktualisierte Informationen zum Kongress finden Sie im Internet unter: boell-nrw.de Kontakt und Anmeldung: gabriel.spitzner@boell-nrw.de

02: Die Kölner Journalistenschule lädt Wirtschaftsjournalisten aller Medien zum vierten

Tag des Wirtschaftsjournalismus am 30. März in Köln ein. Das Konferenzthema lautet "Business as usual? – Wirtschaftsjournalismus zwischen den Krisen". Das Programm für den Tag des Wirtschaftsjournalismus 2011 wird voraussichtlich Mitte Februar veröffentlicht. → tagdeswirtschaftsjournalismus.de

Ausbildung + Seminare

Geld verdienen im Netz: Ulrike Langers Seminar für freie Journalisten

Ulrike Langer, Köln: "Immer wieder werde ich von Journalisten-Kollegen gefragt, warum ich meine Social Media Seminarfolien (sofern sie keine Unternehmensinterna enthalten) frei ins Netz stelle. "Du verschenkst ja Inhalte, die Du auch verkaufen könntest", lautet sinngemäß das Argument, das ich häufig zu hören bekomme. Meine Antwort ist dann immer: "Im Gegenteil. Für jeden Foliensatz, den ich ins Netz stelle, bekommen ich drei neue Anfragen, Seminare zu geben oder Vorträge zu halten." Das ist meine persönliche "Freemium"-Strategie, frei nach Chris Andersons "Free: The Economics of Abundance and Why Zero Pricing Is Changing the Face of Business".

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (3) (06.KW-2011)

01: Die Fachhochschule des Mittelstands (FHM) eröffnet zum Studienstart 2011 einen Hochschulstandort in Hannover. In den traditionellen Räumen der Keksfabrik Bahlsen werden künftig innovative, akkreditierte und staatlich anerkannte Studiengänge angeboten.

Zum Start bietet die FHM die Bachelor-Studiengänge Medienkommunikation und Journalismus, Eventmanagement und Entertainment, Marketingmanagement und Sozialpädagogik und Management an. Eine Ausweitung des Studienangebots um weitere Bachelor-, Master- und MBA-Studiengänge ist beabsichtigt. → fhm-mittelstand.de

02: Das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig hat seinen Jahresbericht 2010 veröffentlicht.

Mit dem aktuellen [Jahresbericht 2010](#) möchte die Universität über ihre wichtigsten Aktivitäten der letzten Monate wie Studien, Forschungsprojekte, Publikationen, laufende Dissertationen und Abschlussarbeiten und anderes informieren. Themenübergreifende Informationen über das gesamte Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft finden Sie online unter kmw.uni-leipzig.de.

03: RubyCom erweitert sein Angebot an Medientrainings und bietet zur Vorbereitung auf die CeBIT neue Seminarmodule an. Zusätzlich zum Basis- und Master-Training wurde das Modul „Story“ entwickelt und die Palette durch das individuelle Coaching erweitert. Die Seminare sind auf die Arbeit mit der Fach- oder Wirtschaftspresse zugeschnitten, jeweils für Online und Print. → rubycom.de

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 50: Messe-PR ist Dienstleistung für Tausende von Ausstellern

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

Interview mit Michael T. Hofer, Pressesprecher und Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Unternehmensgruppe Messe Berlin, über seinen Status als längst gedienter PR-Chef einer deutschen Messe.



PR-Journal: Sie sind der längst gediente PR-Chef einer deutschen Messe, wollten Sie nie etwas anderes machen?

Michael Hofer: Doch, der Weg zum Messegeschäft war

aber letztlich konsequent. Schon als Schüler habe ich redaktionelle Arbeit für Zeitungen als spannend empfunden, Berichte über aktuelle Geschehnisse zu formulieren waren für mich faszinierend. Nach meinem Volontariat bei der Leonberger Kreiszeitung erhielt ich bei der Bundeswehr die einzigartige Gelegenheit, die Truppenzeitschrift HEER gemeinsam mit fünf Kollegen zu konzipieren, aufzubauen und erfolgreich zu platzieren. Diese Erfahrung war sehr hilfreich für verantwortliche Jobs bei Tageszeitungen, später bei auto motor sport und anderen Magazinen, vor allem bei den damals neuen Medien im Computer-, Fernseh- und Video-Bereich, zuletzt als Chefredakteur einer Fachzeitschrift dieses Genres.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Presidents' Corner

degepol: Transparenz und Qualität – die Eckpfeiler professioneller Politikberatung

Ein Autorenbeitrag von Dominik Meier, Vorsitzender von [de'ge'pol](#) Deutsche



Gesellschaft für Politikberatung, Berlin (14. Februar 2011)

Das Berufsfeld Politikberatung ist heute in aller Munde. In den letzten Jahren hat sich die Politikberatung zu einer professionellen Dienstleistung entwickelt. Diese Entwicklung spiegelt sich in der Gründung der de'ge'pol, der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung e.V., wider. De'ge'pol ist der Berufsverband der deutschen Politikberater. Ihr Ziel ist es, der Politik und der Öffentlichkeit zu vermitteln, was Politikberatung bedeutet. Wir zeigen auf, wie Politikberatung in Berlin, Brüssel, Washington und anderswo funktioniert. Gleichzeitig geht es darum, innerhalb der Branche verbindliche Richtlinien für unser Berufsfeld festzulegen. Dabei geht es erstens um Werte- und Verhaltensstandards und zweitens um Normen zum Qualitäts-anagement.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... den Streit um den schnellsten Weg in den Sozialismus



Guten Tag! Zwanzig Jahre nach der Wiedervereinigung scheint nicht nur für die Spitzenpolitiker der Partei Die Linke der Sozialismus verlockend zu sein, sondern sogar der Kommunismus.

Gleichheit, Mindesteinkommen, gleiche Gehälter für gleiche Arbeit und Beschaffung von Arbeitsplätzen durch den Staat ist weiter ein Traum von vielen Ostdeutschen und wenigen Westdeutschen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zwischenruf: falsche Ausbildungsziele für G+J-Journalisten - gegen PR

Zur Fachkonferenz "Journalismus und PR - zwischen Kooperation und Konfrontation" der Universität Hamburg und der Journalistenorganisation netzwerk recherche am 11. und 12. Februar wird später noch zu berichten sein. Vorab muss hier jedoch eine Aussage von Andreas Wolfers, Leiter der Henri-Nannen-Schule des Gruner+Jahr-Verlages in Hamburg kommentiert werden. Er sagte im Verlauf einer Podiumsdiskussion zum Thema "Pflicht-Übung PR? Was Journalisten in der Ausbildung lernen müssen" sinngemäß: wir bringen den künftigen Journalisten bei, wie sie sich gegen die üblen Tricks der PR (Öffentlichkeitsarbeit) wehren können. In welcher Zeit leben wir eigentlich? Soll nun bei der PR-Ausbildung ein wichtiges Ziel werden, die üblen Tricks der Journalisten abzuwehren?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Vertriebene Klopse



(nsb) In diesem Land über Gedenktage nachzusinnen, gibt regelmäßig Ärger. Jüngstes Beispiel: Ein Vorschlag für einen Gedenktag für die Opfer der Vertreibung aus dem ehemals deutschen Osten sorgte in diesen Tagen sofort für heftigen Widerspruch, vermutlich zu recht. Viel sinnvoller wäre es tatsächlich, die kulturellen Errungenschaften der verlorenen Landschaften dem langsamen Vergessen zu entreißen, die Trachten, Gesänge und Tänze ebenso wie die Leistungen von Stall, Keller und Küche. Und da gibt es einiges, was unsere

Ehrfurcht verdient. Zum Beispiel Königsberger Klopse.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Maier/Stengel/Marschall: Nachrichtenwerttheorie

Michaela Maier, Karin Stengel, Joachim Marschall: „Nachrichtenwerttheorie“. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, 1. Auflage Mai 2010, 163 Seiten. Preis: 19,90 Euro. ISBN: 978-3-8329-4266-3.



Rezension von Sebastian Wuwer, Referent für Europa-Kommunikation im Landtag Nordrhein-Westfalen, Absolvent von PR Plus, Heidelberg

Was macht eine Nachricht zur Nachricht? Das ist eine der meistbeachteten Fragen der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Nach welchen journalistischen Faktoren Medien ihre Nachrichten aus der täglichen Informationsflut auswählen, ist seit den 60er Jahren des vergangenen Jahrhunderts Gegenstand schier unzähliger, empirischer Forschungsbemühungen. Die „Nachrichtenwerttheorie“, geprägt besonders durch das ursprüngliche Modell der norwegischen Wissenschaftler Johan Galtung und Mari Holmboe Ruge, bildet bis heute das theoretische Grundgerüst für analytische Auseinandersetzungen mit massenmedialen Selektionskriterien. Einen Überblick über das sich fortentwickelnde Forschungsfeld, die wissenschaftlichen Anwendungsmöglichkeiten und aktuelle Ansätze der Nachrichtenwerttheorie verschafft nun ein neues Buch von Michaela Maier.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Raus aus der „Schmuddel-Ecke“: Materndienste immer attraktiver



von Joachim Kampshoff, Bonn,
Vital Plus Media Ltd.

Der Begriff Materndienst hat aus technischer Sicht lange ausgedient.

Er stammt aus der Zeitungsproduktion und beschreibt eine „Kopierfunktion“ von Druckplatten (Mater lat. Mutter). Diese wurde mit einer Papiermasse überzogen, welche ausgetrocknet wiederum als Druckvorlage verwendet werden konnte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

Geburtstagsgrüsse 2.0

Erlauben Sie mir eine kleine Zusammenfassung aus persönlicher Sicht über ein persönliches "Ereignis": Auch bei den Geburtstagsgrüßen bricht sich das Web 2.0 eine breite Bahn. Anlässlich meines 67. Geburtstages am 12. Februar erreichten mich 98 Glückwünsche - und bemerkenswert scheint mir dabei, dass davon 20 per Facebook, 18 über Xing, 19 mit einer direkten Mail und zwölf in Twitter bei mir ankamen. Immerhin acht Gratulanten benutzen das Telefon und vier die normale Post. Und 17 nutzten meine Anwesenheit beim netzwerk-recherche-Kongress in Hamburg zur persönlichen Gratulation. Egal auf welchem Weg: von Herzen danke an alle, ich habe mich sehr gefreut. *Ihr Gerhard A. Pfeffer.*

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 (78)

Volontariat/Trainee

Die 19 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[Mode- / Lifestyleagentur sucht PR-Berater/in in München](#)

[Kölner Agentur VOCATO sucht Juniorberater/in PR](#)

[HEINRICH sucht erfahrene\(n\) PR-Berater\(in\), Ingolstadt](#)

[Junior PR-Consultant \(m/w\) Food/Living, Berlin](#)

[PR-Berater \(m/w\) Schwerpunkt Social Media, Stuttgart](#)

[neues handeln sucht Junior-Beraterin/Junior-Berater, Berlin](#)

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

[Erfahrener Redakteur \(m/w\), Köln](#)

[Redakteur Social Media \(m/w\), Köln](#)

[crossrelations sucht Consultants, Düsseldorf](#)

PR-Berater/in, Berlin

PR-Berater/in, München

Online-Redakteur (m/w) Interne Kommunikation,
Heilbronn/Stuttgart

Junior-Berater/in bei agentur05 in Köln

Kommunikations-Berater/in, Düsseldorf

Redakteur/in, Düsseldorf

PR-Assistent / Junior PR-Berater / PR-Berater (m/w) in
Vollzeit/Teilzeit, Düsseldorf

PR-Berater/PR-Beraterin Consumer Marketing
Automotive, Hamburg

PR Account Manager (m/w) IT/Wirtschaft, München

PR-Berater (m/w), Hamburg

Junior Consultant (w/m) Corporate Communications,
Hamburg

PR-Redakteur (m/w), Wiesbaden

Head of Marketing Communications & Brand PR
(m/w), Frankfurt

Junior PR-Manager(in) für Münchner PR-Agentur
gesucht

Teamverantwortliche/r Beratung, Essen

PR-Berater/-in, Langenfeld

PR-Berater/in, Tübingen

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

Healthcare-PR Agentur (Eltville) sucht ab sofort PR-
Juniorberater

PR Manager für piranha presse & pr GmbH

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

PR-Berater mit Schwerpunkt Projektmanagement, Essen

Junior-Berater (m/w), Hamburg

PR-Berater/in, Schwerpunkt Informationstechnologie,
Berlin

Senior-Berater(in) / Kommunikationsspezialist(in),
Hamburg

PR-Berater, Social-Media-Berater, PR-/Online-
Projektmanager, Redakteure

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

PR-Trainee / PR-Assistent (m/w), Köln

A&B ONE sucht PR-Juniorberater/in (Unternehmens- und
Produktkommunikation), Frankfurt/Main

Junior PR-Berater/in Schwerpunkt Internationale Marken,
München

Behörden (Öffentl.Dienst)

Pressereferent (m/w), Jülich

Medien

Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Potsdam

Unternehmen

Presse- / PR-Referent/in, Hamburg

Manager Social Media (m/w), München

PR Manager (f/m), EMEA

Leidenschaftliche/-n Berater/-in / Seniorberater/-in,
Düsseldorf

PR-Berater (w/m), Stuttgart

Wir suchen Vertriebs-Talente

PR-Manager (m/w), Hamburg

Pressereferent/in, Troisdorf zwischen Köln und Bonn

Mitarbeiter/in Marketing & PR, Niederzissen nahe
Bonn

Verbände (Non-Profit)

PR-Referent/-in mit Schwerpunkt Print-Medien,
Eschborn

PR-Assistent/-in mit Schwerpunkt Eventmanagement,
Eschborn

Online-Redakteur/-in, Eschborn

Referentin/Referent für Verbandskommunikation,
Berlin

Freelancer

10 Jahre PR-Erfahrung – Sie wollen noch mehr?

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:



Montag, 14. Februar 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.586 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
(redaktion[at]pr-journal.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin
(mediaselection[at]t-online.de) - für Rubrik: Kelikowskys
Kommentar; Ursel Reineke, Heidelberg (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 (info[at]punktumpr.de) -
für Rubrik: Norbert: Gerüchte + Gerichte; Sascha
Stoltenow, Waldems (sascha_stoltenow[at]yahoo.com).

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 Ehling,
Hürth (SSP-Kommunikation) (m.ehling[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, Autoren und Rezensenten:

hier auf der Homepage:

<http://www.pr-journal.de/impressum.html>

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-

Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (s.u.), 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, 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.
