

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 296 / 24. KW 2011

Seite 1

Lektionen in Demut: Was Journalisten von Bloggern lernen können

Was können sich Journalisten von Bloggern abschauen? Zum Auftakt des NRW-Medienforums hier eine Zusammenstellung jener Lektionen, die der „Journalist“ Gutjahr vom „Blogger“ Gutjahr lernen konnte. Eine der ersten lautet: Demut. Die Zukunft des Journalismus liegt nicht in den alten, auch nicht in den neuen Medien. Sie liegt im guten Journalismus. Dieser muss aber heute anders organisiert und vor allem gelebt werden. Vor allem hier sehe ich die größten Defizite bei den klassischen Medienhäusern.

Den Artikel von Richard Gutjahr am 20. Juni in "G! - gutjahr's blog" [hier online weiterlesen](#).

Personalien

Facebook holt sich früheren Präsidenten-Sprecher

Wenn Facebook einen ehemaligen Regierungssprecher verpflichten will, bekommt es ihn auch. Das weltgrößte Online-Netzwerk verkündete am Mittwoch als Neuzugang Joe Lockhart, den

einstigen Pressesekretär von Präsident Bill Clinton. Zuvor soll der frühere Obama-Sprecher Robert Gibbs abgesprungen sein, nachdem das Facebook-Angebot an ihn in die Medien durchsickerte. → computerwoche.de

Personalien compact (18) (24.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **Axel Schüler-Bredt** (46), bisheriger Geschäftsführer der Nordpol+ PR Division in Hamburg, verlässt nach über zehn Jahren wegen unterschiedlicher Vorstellungen über die strategische Ausrichtung das Unternehmen. Er startet nun als freier PR- und Marketingberater, Trainer/Coach, Unternehmensentwickler und Berater für Kommunikationsprojekte. Der gelernte Journalist war seit Gründung der PR Division von Nordpol+ für das Unternehmen tätig. **Michael Becker**, der seit mehreren Jahren die Beratung und Strategie des Bereichs Corporate Communications von Nordpol+ verantwortet, hat die Geschäftsführung übernommen.

02: **Tanja Laube** (41) ist seit dem 15. Juni als Beraterin und Interim-Managerin selbstständig. Mit Sitz in Inning am Ammersee (bei München) unterstützt sie Unternehmen in allen Fragen der Unternehmenskommunikation und des Markenmanagements. In den vergangenen 20 Jahren hat Laube u.a. für die Unternehmen Philips, NXP Semiconductors, Tchibo und VTG leitende, internationale Kommunikations- und Marketingaufgaben übernommen.

03: **Karin Lange** (46) ist neue Ansprechpartnerin



für die Presse bei A&B One (GPRA) in Berlin. Die Journalistin verantwortet als PR-Seniorberaterin und Chefredakteurin seit 2007 die Belange von Kunden, Kampagnen und Projekten der Agentur. Zuvor arbeitete sie viele Jahre als Seniorberaterin bei SEA im Bereich Corporate Communications für die Konzernkommunikation der Deutschen Telekom.

04: **Raphael Briner** (44) übernimmt am 4. Juli bei der Kommunikationsagentur Viva in Zürich (CH) die neu geschaffene Funktion des Leiters Redaktion. Er war 16 Jahre als Redakteur in verschiedenen Ressorts tätig und leitete zuletzt eine Regionalredaktion beim Züricher "Tages-Anzeiger". Sein Vorgänger **Markus Pfanner** verlässt nach fünf Jahren die Agentur.

05: **Katja Schramm** (39) verstärkt als PR-Beraterin die Kundenberatung der Beratungsgesellschaft Faktenkontor in Hamburg. Zuvor war die studierte Sprachwissenschaftlerin für die Kommunikationsarbeit eines Unternehmens aus der Medizintechnik zuständig.

06: **Vera Schott** ist neue PR Managerin im Team von Crimson Cow in Hamburg. Zuvor war sie seit 2009 beim Games-Publisher dtp entertainment in Hamburg beschäftigt und betreute dort nationale sowie internationale PR-Kampagnen.

UNTERNEHMEN:

07: **Astrid Gräf** (39) ist neue Marketingleiterin bei der Adco Umweltdienste Holding in Ratingen. Sie verantwortet damit das internationale Corporate

Marketing und die PR für die Unternehmensgruppe und die beiden Sanitärsystem-Marken Toi Toi und Dixi. Die Diplom-Kauffrau arbeitete zuvor als International Marketing Specialist bei Carl Zeiss Sports Optics. Gräf folgt auf **Karin Bacher**, die das Unternehmen verlässt.

08: **Nicolai Laude** (41) hat die Leitung der Sportkommunikation von Volkswagen in Wolfsburg übernommen. Er folgt auf **Klaus Fuchs**, der in den Ruhestand gewechselt ist. Laude war seit 2000 Leiter der Öffentlichkeitsarbeit von Fairway Marketing, seit 2005 in der Geschäftsleitung. Im Januar 2009 gründete er die Agentur Momentum für Beratung, Kommunikation und Marketing im Sport.

09: **Thomas Reiche** (33) ist neuer Senior PR Manager bei der Kölner Agentur für Hörfunk-PR Radio Relations. Neben seiner Tätigkeit bei Radio Relations wird er auch als Berater in der Agentur Kirmes-Management Public Relations eingesetzt. Zuvor war Reiche als Pressesprecher der Radiosender RPR1., bigFM, Rockland Radio sowie des Hörfunkvermarkters Radiocom S.W. tätig.

10: **Peter Mentner** (50) wird ab 1. Juni die Leitung der Konzernkommunikation der HSH Nordbank in Hamburg verantworten. Er tritt die Nachfolge von **Frank Laurich** an, der zu Mitte Juli zu seiner Agentur Laurich & Kollegen zurückkehrt. Mentner war zuvor Managing Partner bei Deekeling Arndt Advisors.

11: **Dirk Grosse** (43) verstärkt ab Juli als Head of Sports den Bereich Consumer Communications von Sky Deutschland in Unterföhring. Der ausgebildete



Journalist kommt von Sport1, wo er als Produktmanager für die Talkformate "Doppelpass" und "Bundesliga - Die Spieltaganalyse" verantwortlich war.

12: **Frank Heinemann** (32) wird am 1. Juli Leiter Media Relations beim Versicherungs- und Finanzvertrieb MLP in Wiesloch. Er ist seit 2008 in der Presseabteilung von MLP tätig; zuvor hat der Absolvent der Universität Münster als Senior Account Executive bei Edelman in Frankfurt am Main gearbeitet.

13: **Berit Dirscherl** (35) ist neue Pressesprecherin und Leiterin Unternehmenskommunikation im Bereich Immobilien bei PlanetHome in München. Die ehemalige Radio-Journalistin kommt von Aigner Immobilien, sie war dort zuständig für die Bereiche PR, Marketing und Research.

14: **Almut Stollberg** (37) ist neue Pressesprecherin für die Bereiche Wirtschafts- und Finanzsowie Nachhaltigkeitskommunikation der BMW Group in München. Zuvor war sie bis Juni 2010 Senior Managerin Public Affairs bei Energie Baden-Württemberg (ENBW) in Karlsruhe.

15: **Rebecca Engels** (29) ist neue Pressesprecherin bei GFKL Financial Services in Essen und verantwortet die gesamte interne und externe Kommunikation des Finanzdienstleisters. Sie war bisher als Referentin Konzernkommunikation und Investor Relations bei GFKL tätig.

MEDIEN:

16: **Thomas Knüwer** (41), Ex-Handelsblatt-Redakteur und derzeit [Kommunikationsberater](#) und "Indiskretion Ehrensache"-Blogger wurde vom Condé Nast Verlag beauftragt das deutsche "Wired-Magazin" zu entwickeln. Das Magazin soll als One-Shot im Bundle mit der Oktober-Aus-



Vor zehn Jahren hat die PMG als kleines Startup begonnen, heute sind die Produkte des Unternehmens aus der modernen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nicht mehr wegzudenken. Zum Geburtstag hat das Unternehmen gleich eine ganze Reihe attraktiver Angebote zusammengestellt, die mehr als einen Blick lohnen.

Einfach mal anklicken ...

www.pressemonitor.de/jubilaeumsangebote

gabe des Männermagazins GQ erscheinen, weitere Ausgaben sind vorerst nicht geplant. Knüwer arbeitet bei Condé Nast in München als Chefredakteur mit einer kleinen Entwicklungsredaktion.

17: **Felix Menden** (37) wird ab 1. September als Leiter das Digital Center von Gruner + Jahr Deutschland in Hamburg führen. Der Diplom-Physiker war zuvor bei Xing in verschiedenen Funktionen tätig, zuletzt als Vice President und Prokurist für den Bereich Produktentwicklung. Zudem berät er Firmen im Bereich Internet und Telekommunikation.

18: **Uwe Förster** (46), Chefredakteur des "PR Report", verlässt den Fachverlag Haymarket Media zum 30. Juni auf eigenen Wunsch. Er ist seit 2000 beim "PR-Report" tätig, seit Mai 2009 als Chefredakteur. Über seine Nachfolge ist noch nicht entschieden.

Etats

Ausschreibung: BAuA sucht redaktionelle Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit

Kurzbeschreibung der Leistung: Der Auftrag umfasst die Erbringung von Leistungen zur Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit zur Gemeinsamen Deutschen Arbeitsschutzstrategie. Dies beinhaltet die Aufbereitung von vorhandenen Texten und Materialien, die Erstellung von neuen Texten, Artikelakquise, die Erstellung von Pressemeldungen/-mitteilungen, den Aufbau und die Pflege eines Presseverteilers sowie Unterstützung bei der Redaktion des Internetauftritts zur Gemeinsamen Deutschen Arbeitsschutzstrategie. Es ist vorgesehen, einen Rahmenvertrag über mindestens zwei Jahre, mit der Option der Verlängerung auf vier Jahre, abzuschließen. Auftraggeber ist die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin in Berlin. Weitere Informationen: baua.de

Etats compact (16) (24.KW-2011)

01: Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Berlin
was: *Relaunch der Internetpräsenz*
an: **Outline – Online Medien**, Augsburg

02: Bookatable.com, Hamburg
was: *Marken-PR im B2B- und B2C-Bereich*
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**, München

03: Lodestone Management Consultants, Garching b. München
was: *kommunikative Beratung und Betreuung*
an: **verclas & friends kommunikationsberatung**, Heidelberg

- Anzeige -



Communication Performance Manager

Verschaffen Sie sich einen schnellen Überblick über das aktuelle Meinungsumfeld Ihres Unternehmens. Prüfen Sie Ihren Kommunikations-erfolg 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

04: Solarlux, Bissendorf / Somfy, Rottenburg / Weber-Stephen, Ingelheim
was: *Aktion "Genießerterrasse" mit Johann Lafer*
an: **Schaal.Trostner Kommunikation (GPRA)**, Stuttgart

05: SlipShift, Berlin
was: *Planung und Umsetzung der Produkt- und Corporate-PR*
an: **Lightning PR**, Essen

06: Robert Bosch Stiftung, Stuttgart
was: *Jubiläumskampagne zum 150. Geburtstag von Robert Bosch*
an: **Scholz & Friends Agenda**, Berlin

07: Sitecore Deutschland, Bremen
was: *klassische Pressearbeit, Online-Marketing und Social-Media-Kommunikation*
an: **Bond PR-Agenten**, Berlin

08: Jowa, Volketswil (CH)
 was: *Marken- und Produkt-PR für die Markteinführung der Marken "delice & friends" und "Tipo Swiss Premium" in Deutschland*
 an: **Talk of Town.Wächter & Wächter**, München

09: Bibliographisches Institut, Mannheim
 was: *kommunikative Ausrichtung der Marke Duden*

10: Monier Braas, Oberursel
 was: *Unternehmens-, Marken- und Produktkommunikation für Braas-Dächer*
 an: **achtung!** (GPRA), Hamburg

11: Kempinski Hotel Adriatic, Istria (HR)
 12: Sentido Hotels & Resorts, Oberursel
 13: Dolce Munich Unterschleißheim, München
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
 an: **Silvia Unger Success PR**, München

14: Katla Travel, München
 15: Leinfelder Uhrenmanufaktur, München
 16: Viator Summer Houses, Reykjavík (IS)
 was: *PR-Arbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz*
 an: **crystal communications**, München

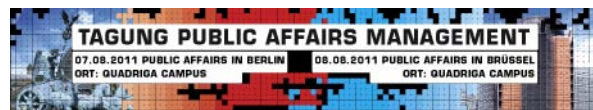
Branche

Neuer Vorstand bei der DPRG Baden-Württemberg

Stefan Hencke ist neuer Vorsitzender der DPRG-Landesgruppe Baden-Württemberg. Auf der Mitgliederversammlung in Stuttgart Ende Mai 2011 wurde der CEO der Kommunikationsgruppe Convensis Group und Professor für Betriebswirtschaft erstmalig in dieses Amt gewählt, nachdem er von 2008 bis 2011 bereits als Beisitzer im Vorstand tätig war. Seine Stellvertreter sind Peter Verclas und Veit Mathauer.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

- Anzeige -



Grundlagen und Hintergrundwissen für angewandte Public Affairs und Lobbying in Berlin und Brüssel bietet die **Tagung Public Affairs Management**, die am **7. und 8. Juli 2011** auf dem **Quadriga Campus** in **Berlin** stattfindet. Die Veranstaltung der Quadriga Hochschule Berlin und des Magazins politik&kommunikation richtet sich an Vertreter von Unternehmen, Verbänden und Agenturen, die ihre Interessen in Berlin und Brüssel geltend machen wollen. Weitere Informationen finden Sie unter www.tagung-public-affairs.de.

GPRA-Vertrauensindex Q2/2011: Deutschland glaubt an die Energiewende – Die Zukunft wird sonnig!

Während Industrie und Politik noch über die Energiewende streiten, hat die Bevölkerung in Deutschland diesen Wandel mental längst vollzogen. Regenerativen Energieträgern, allen voran der Solartechnik vertrauen die Deutschen als Energiequelle der Zukunft. Fossile Brennstoffe, aber vor allem Kernenergie, besitzen keine Akzeptanz mehr und sind Auslaufmodelle. Dies sind Ergebnisse des aktuellen GPRA-Vertrauensindex, einer Repräsentativbefragung, die quartalsweise in Kooperation mit TNS Emnid erhoben wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Cannes 2011: Jung von Matt holt PR-Gold

Vom 58. Internationalen Cannes-Festival (19. bis 26. Juni) an der französischen Côte d'Azur berichtet die Fachzeitschrift "werben & verkaufen": Eine weitere Medaille geht auf das Cannes-Konto 2011 von Jung von Matt Hamburg: Im PR-Wettbewerb gewinnt die Agentur Gold mit der Einreichung "Tramp a Benz" für den Stammkunden Mercedes. Die Agentur hatte einen Trampfer auf Reisen geschickt, der ausschließlich Autos mit Stern bestieg.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (10) (24.KW-2011)

01: **F&H Porter Novelli in München** ist für die kreative Umsetzung eines Journalistenevents für ihren Klienten LG Electronics Deutschland mit dem **Communicator Award of Distinction** ausgezeichnet worden. Die Entertainment-Veranstaltung "Big Bang Black Box-Event" wurde in der Kategorie "Integrated Campaign - Business to Consumer" als Gewinner prämiert. Ziel war es, die Highlights des neuen Produkt-Line-Ups aus dem Home Entertainment-Bereich von LG Electronics für das Jahr 2010 zu präsentieren. Die Agentur entwickelte ein Eventkonzept, um die aktuellen Produkte aus den Bereichen LED, Sound, Vernetzte Welten und 3D in vier Themenwelten erlebbar zu machen. → [fundh.de](#)

02: Zehntausende Verbraucher haben die **"Milch-Schnitte" bei einer Online-Abstimmung zur Werbelüge des Jahres 2011 gewählt**. Der dreisteste Fall von Etikettenschwindel geht damit auf das Konto von Ferrero. Für diese unrühmliche Leistung verleiht die Verbraucherorganisation **foodwatch** dem Süßwarenkonzern den **Goldenen Windbeutel** am Deutschland-

- Anzeige -



Das Gesamtprogramm der scm für das 2. Halbjahr 2011 sowie das 1. Halbjahr 2012 ist erschienen.

Neben Seminaren, Intensivkursen und Tagungen zu verschiedenen Kommunikationsthemen, die die scm in Düsseldorf, Köln, München, Frankfurt und Berlin anbietet, enthält die Broschüre ein Kapitel zum erweiterten E-Learning-Kurs-Programm.

Auswahl:

Intensivkurs Interne Kommunikation / 6.10. - 3.12.2011 in Frankfurt

Intensivkurs Social Media & Onlinekommunikation / 6.10. - 12.11.2011 in Düsseldorf

Effektive Pressearbeit / 20.-21.10.2011 in D'dorf

Schreibtraining für PR-Profis / 20.-21.10.2011 in Ddf

Diese und alle weiteren Termine finden Sie unter:

www.scmonline.de/veranstaltungen/seminare

sitz des Konzerns in Frankfurt am Main. →

[foodwatch.de](#) **Der Süßwarenkonzern wollte sich der Kritik jedoch nicht stellen:** Obwohl die Aktion angekündigt war, stand kein Ferrero-Vertreter den foodwatch-Aktivisten für ein Gespräch zur Verfügung. Ein Mitarbeiter des Empfangs richtete aus: "Die Geschäftsführung lässt mitteilen, dass Ferrero den Windbeutel nicht annehmen will und dass Gesprächsbereitschaft auch nicht vorhanden ist." → [foodwatch.de](#)

03: **Rund 265 Milliarden Euro geben die Deutschen jährlich für ihre Gesundheit aus** – ein riesiger Markt, der einem permanenten Wandel unterliegt. Das aktuelle A&B One FOLIO thematisiert, welche Anforderungen das an die professionelle Kommunikation stellt. **Was kann**

Gesundheitskommunikation leisten? Wie erreicht sie die relevanten Zielgruppen und wie etabliert sie ihre Absender in der Öffentlichkeit als glaubwürdige Instanzen? Diesen Fragen gehen die Kommunikationsspezialisten von A&B One (GPRA), Frankfurt am Main zusammen mit den externen Experten Reinhold Roski (Berliner Hochschule für Technik und Wirtschaft) und Wilfried Borocho (AOK Hessen) in der Publikationsreihe A&B One Folio nach. → a-b-one.de

04: Krisenspezialisten lancieren unter crisis-protection.eu eine gemeinsame multinationale Plattform mit einheitlichem Ansatz für nationale sowie länderübergreifende Krisenmandate. Mit Hauptsitz in Zürich hilft The Crisis Protection Network Unternehmen Krisen vorzubeugen und bestehende Krisen professionell zu bewältigen. Zu dem Netzwerk gehören die Schweizer Unternehmens- und Kommunikationsberater Peter Schürmann, Marion Starck und Christine Visinand, Monitoring-Experte Patrick Schürmann und Social Media Guru Stéphane Koch, Krisen- und Litigation Experten Alfred Autischer in Wien, Jonathan Jordan in London, Saïd Aïssaoui in Paris und Katrin Nesemann in Deutschland.

05: Mit K Comms gibt es eine neue Agentur in der Schweizer PR-Branche. Die in Zürich (CH) ansässige Kommunikationsberatung hat ihre Aufbauphase abgeschlossen. Nach acht Monaten ist es ihr gelungen, neben dem Aufbau eines breiten Kundenstamms neue Partnerunternehmen für integrierte Kommunikationsaufgaben zu gewinnen und auf diese Weise das gesamte Spektrum der Corporate Communications abzudecken. K Comms ist ein Schweizer Partner des weltweit agierenden Ketchum-Netzwerks. CEO der K Comms ist Alexander Fink, der zuvor vier Jahre das internationale Geschäft bei der früheren Pleon C-Matrix Group in Zürich (CH) aufbaute.



06: Kurz vor Beginn des Cannes Lions International Festival of Creativity hat die MSL Group die [online Konversationsplattform Cannescentrale.com](http://cannescentrale.com) gestartet. Ein internationales Reporterteam, zu dem auch André Fertich von MSL Germany gehört, liefert darauf während des Festivals tagesaktuelle Informationen über Leute, Events und die neuesten Trends. Tonangebend dabei ist der US-amerikanische Blogger Tim Siedell. Unter seinem Twitternamen @badbanana ist Siedell, laut Twitter-Mitbegründer Biz Stone, "Time" Magazine und Mashable, eine der wichtigsten und witzigsten Kommentator auf Twitter.

07: PR für Steuerberater? Während Unternehmen und Rechtsanwaltskanzleien schon lange auf gezielte und nachhaltige Öffentlichkeitsarbeit setzen, ist das Instrument für Steuerberater noch Neuland. Steuerberatungskanzleien können von modernen PR-Maßnahmen und klassischer Öffentlichkeitsarbeit profitieren. (...) Doch für viele Steuerberater sind Public Relations nach wie vor ein unbeschriebenes Blatt. Dabei stellt aktive PR gerade für die freien Berufe eine äußerst effektive

Methode dar, die Bekanntheit nachhaltig zu steigern und gleichzeitig Vertrauen bei – potenziellen – Mandanten aufzubauen. → haufe.de

08: **Rede von Bodo Hombach zur Eröffnung der Kommunikationsagentur "Hill & Knowlton-Campus"** in der Fachhochschule Gelsenkirchen am 17. Juni. WAZ-Geschäftsführer Hombach blickt in die Geschichte von Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit und untersucht, wie ihre Mechanismen Themen zum öffentlichen Gegenstand machen. Selbst historische Bauten wie Notre-Dame in Paris kommunizieren mit Kennern der Architektur. Mit der Erfindung des Buchdrucks begann die mobile Kommunikation. PR könne im tieferen Wortsinn sogar öffentliche Beziehungen in Form bringen. → derwesten.de

09: Beim **Firmenlauf J.P. Morgan Corporate Challenge** ging am 15. Juni in Frankfurt am Main auch ein zehnköpfiges Team von Dorothea Küsters Life Science Communications an den Start. Unter dem Motto "Gesundheitskommunikation läuft" bewältigten die Healthcare-Professionals die 5,6 Kilometer lange Strecke in sportlichen 35 Minuten und bewiesen mit der wiederholten Teilnahme erneut soziales Engagement. Denn von den Startgeldern werden in diesem Jahr zehn Projekte junger Behindertensportler finanziert.

10: **Die Münchener PR-Agentur modem conclusa feiert 18-jähriges Bestehen.** Gleichzeitig wurde auch der Eintritt der langjährigen Mitarbeiterinnen Uti Johnne und Ute Radojewski als neue Mitgesellschafterinnen und Mitglieder der Geschäftsführung gefeiert. Gemeinsam mit der Unternehmensgründerin Andrea Klepsch und dem sechsköpfigen Team betreuen sie Kunden aus den Branchen Ernährung, erneuerbare Energien, Bauen und Wohnen sowie Tourismus.



Reputations-Management + CSR

Reputationsergebnisse: BMW, VW und Daimler erzielen Top-Positionen im weltweiten Reputations-Ranking

(cw) Die Sony-Panne zeigt, Reputations-Krisen kann ein Unternehmen eine Menge kosten: Sony verlor schlagartig das Vertrauen von Investoren und Konsumenten und rund 2 Milliarden US-Dollar. Der Hackerangriff im April genügte, um Sony von Platz 2 auf Platz 6 der weltweit angesehensten Unternehmen laut Global RepTrak™ 100 zu verweisen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media + Web 2.0

Social Media compact (11) (24.KW-2011)

01: **Facebook hat in den USA laut einer aktuellen Auswertung der Site "Inside Facebook" im Mai sechs Millionen Nutzer verloren.** Und auch in anderen Ländern verabschiedeten sich User aus

dem sozialen Netzwerk. Die Methodik, die hinter den Zahlen steckt, lässt sich zwar durchaus anzweifeln. Aber "Inside Facebook" hat mit dem Artikel eine Grunddebatte weiter angeheizt: **Ist Facebook doch nicht mehr als ein Hype, der bald wieder vorbei ist?** Und wenn ja, was bedeutet das für Marken, die sich gerade erst ins Social Web aufgemacht haben? W&V Online hat dazu fünf Social-Media-Experten aus Deutschland befragt: Nico Lumma, Mirko Kaminski, Christoph Kappes, Christian Faltin und Johannes Lenz. → wuv.de

02: **Internet- und Werbewirtschaft** haben unter dem Dach des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) die **Gründung einer neuen Selbstkontrollereinrichtung** beschlossen. Der neue Rat für Datenschutz in der Online-Werbung verfolgt das Ziel der Selbstverpflichtung der Branche auf einen Verhaltenskodex und die Schaffung einer Beschwerdemöglichkeit für den Verbraucher. Weiteres Ziel ist es, Verbraucher, Unternehmen und Öffentlichkeit über nutzungs-basierte Onlinewerbung aufzuklären. Zudem wird die Selbstkontrollereinrichtung eine direkte Anlaufstelle bei Fragen zu den Themen Datenschutz, Datensicherheit und Transparenz sowie Datenkontrolle durch den Verbraucher sein. → bvdw.org

03: **Die digitale Wirtschaft in Deutschland hat 2010 erstmals die Umsatzmarke in Höhe von 100 Milliarden Euro überschritten.** Für das aktuelle Jahr 2011 prognostiziert die Branche ein Umsatzwachstum von über acht Prozent auf bis zu 110 Milliarden Euro. Für 2012 werden bis zu 120 Milliarden Euro Umsatz erwartet. Dies geht aus den ersten Ergebnissen der Studie „Die Digitale Wirtschaft in Zahlen von 2008 bis 2012“ hervor, die vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), Düsseldorf gemeinsam mit dem Rhein-Ruhr Institut für angewandte Systeminnovation (RIAS) durchgeführt wurde. Die äußerst

positive Entwicklung der Umsätze spiegelt sich auch auf dem Arbeitsmarkt wider. → bvdw.org

04: **Fans und Follower bei Facebook, Twitter & Co.: Ihre Anzahl gilt als Erfolgsindikator der Social Media-Aktivitäten** von Marken und Unternehmen. Dabei spielt jedoch nicht allein die Quantität der Fans und Follower, sondern vor allem ihre Qualität eine Rolle - also ihre Motive, ein Fan zu sein und ihr Interaktionsgrad mit einer Marke bzw. einem Unternehmen. Der aktuelle W3B-Report "Social Web: Nutzung und Potentiale" untersucht das Thema aus der Nutzerperspektive: Er zeigt auf, wie groß die Gruppe der Fans und Follower im deutschsprachigen Social Web heute schon ist - und was Internet-Nutzer dazu bewegt, ein Fan bzw. Follower zu werden. → 3b.org

05: **Internet-Junkies sind tendenziell jung und männlich.** Mehr als drei Stunden verbringen männliche User unter 30 Jahren durchschnittlich jeden Tag im Web. Insgesamt sind Internetnutzer in Deutschland im Schnitt knapp 140 Minuten täglich online. Das hat eine aktuelle Erhebung im Auftrag des Hightech-Verbandes BITKOM ergeben. „Das Internet hat sich als fester Bestandteil des beruflichen und privaten Alltags etabliert“, sagte BITKOM-Präsident Dieter Kempf. Männer surfen gut eine Viertelstunde länger am Tag als Frauen (146 gegenüber 130 Minuten). Jeder zweite Internetnutzer unter 30 Jahren ist fast drei Stunden aktiv online. → bitkom.org

06: **Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) wendet sich gegen Pläne des Bundes-Verbraucherschutzministeriums** in Berlin, Anzeigenkunden von Internetfirmen dafür verantwortlich zu machen, wenn Social Networks wie Facebook, Suchmaschinen wie Google oder Nachrichtencommunitys und andere Anbieter im Netz gegen Datenschutzgesetze in Deutschland verstoßen. „Wie soll ein Werbung treibendes Unternehmen einen Internet-

Anbieter daraufhin kontrollieren können, dass sämtliche Bedingungen des Datenschutzes auch wirklich erfüllt werden?“, kritisiert der OWM-Vorsitzende Uwe Becker. → markenartikel-magazin.de

07: Zwar haben inzwischen viele Geldinstitute Präsenzen auf Facebook & Co errichtet, nennenswerte Resonanz wird jedoch nur ein Einzelfällen erreicht. Dies offenbart eine umfassende Social Media-Untersuchung der auf markt-orientierte Unternehmensführung spezialisierten Strategieberatung Keylens Management Consultants. Die Banken verschenken hier leicht zu nutzendes Potenzial. Es gibt jedoch auch einzelne gute Ansätze von Banken. Aus diesen hat Keylens fünf Handlungsempfehlungen für einen effektiven und nachhaltigen Social Media-Einsatz erarbeitet: → onlinepresse.info

08: Wie arbeiten Internet-und Intranetredakteure in Unternehmen? Das ist die zentrale Frage, einer seit 2006 regelmäßig durchgeführten Befragung. Die Arbeit von Online-Redaktionen in Unternehmen für interne und externe Websites steht im Mittelpunkt der Content Studie. Seit acht Jahren führen aexea-communication.content.consulting und contentmanager.de die Befragung von Online-Redakteuren und Web-Verantwortlichen gemeinsam durch. Die Beantwortung der Fragen dauert etwa zehn Minuten. Hier finden Sie den Fragebogen: → contentmanager.de

09: Joachim Kardinal Meisner hat am Pfingstsonntag ein neuartiges Kommunikationsangebot im Internet eröffnet. Unter direktzumkardinal.de können sich Bürger mit ihren Fragen direkt an den Kölner Erzbischof wenden. Auf welche Fragen "zu Glauben, Leben und Kirche" (so das Erzbistum Köln) der Kardinal antworten soll, können die Nutzer der Plattform anhand eines demokratischen Abstimmungs-

verfahrens selbst entscheiden. Die bestbewerteten Beiträge werden regelmäßig und öffentlich vom Kölner Erzbischof auf der Plattform beantwortet.

10: Realsatire pur: Der "Social Media Elite Club": "Dieser Club wird alles bisher Dagewesene in den Schatten stellen", heißt es am Anfang des Werbevideos zum "Social Media Deppen Club" - äh, Entschuldigung: "Social Media Elite Club". Jetzt habe ich mich doch glatt vertippt. Aber das liegt daran, dass ich so aufgeregt darüber bin, wie toll das Angebot dieses "Clubs" ist. Denn genauso wie die beiden Macher dieses superpreisgünstigen Ausbildungsangebots habe ich "lange auf diesen Tag gewartet". Oder auch nicht. → t3n.de

11: Social Media: "Auch wir werden nach manipulierenden Aktivitäten gefragt." Wo verläuft die Grenze zwischen Seeding und Social-Media-Manipulation? Der Facebook- und YouTube-Boom hat eine Grauzone entstehen lassen, die das Vertrauen in Social Media gefährdet. Mirko Kaminski, Chef der Hamburger Kommunikationsagentur achtung! (GPRA), über Qualitätsstandards und das richtige Bauchgefühl. → wuv.de

...und dann noch das:

Verdrehte Welt: Was in der schönen, neuen Social Web 2.0 Welt funktioniert, sieht im Offline-Leben ganz anders aus. Warum also verhalten wir uns real anders, als virtuell? Wie sich ein facebooktwitterlinkedinholich verhält, wenn er hinter seinem Rechner hervor kommt, könnte so aussehen: Can I be your friend?

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: Dirk Nowitzki



mediamonitoring

Dirk Nowitzki:
The German

Wunderkind. Der Würzburger Dirk Nowitzki hat als Kapitän der US-amerikanischen Basketballmannschaft Dallas Mavericks am 12. Juni den ersten Meister-Titel in der US-Profiliga NBA durch einen 105:95-Sieg gegen die Miami Heat für sich und seine Mannschaft erspielt. Nowitzki wurde nach diesem sechsten Playoff-Finalspiel als wertvollster Spieler (MVP) der Finalserie ausgezeichnet. Wer sich nochmals die Feierlichkeiten dazu ansehen möchte, kann dies zum Beispiel bei Youtube machen (<http://bit.ly/iuBM1a>). In den Social Media wurde Nowitzki frenetisch bejubelt, dabei stellte auch seine deutsche Herkunft ein Thema dar.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Medien

Medien compact (1) (24.KW-2011)

01: Zum **Auftakt des Deutsche Welle Global Media Forum** hat der Intendant des deutschen Auslandssenders, Erik Bettermann, den Kampf der Menschen in der arabischen Welt um ihr Recht auf Freiheit und Selbstbestimmung gewürdigt. Die dreitägige Konferenz in Bonn steht unter dem Thema "Menschenrechte und Globalisierung, Herausforderungen für die Medien". Vor rund tausend Vertretern aus Politik und Wirtschaft, Wissenschaft und Medien sagte Bettermann: "Die Menschenrechte sind nicht

teilbar. Wir müssen ihnen universell Geltung verschaffen und wir dürfen sie nicht gegeneinander ausspielen." → dw-world.de

Services + Tipps

Service compact (4) (24.KW-2011)

01: **Der neue bundesweite Wettbewerb "Deutschlands Mitarbeiterchampions"** prämiert Unternehmen mit den motiviertesten Mitarbeitern und dem besten Personalmarketing. Was zeichnet erfolgreiche Arbeitgeber aus? Die Deutsche Gesellschaft für Qualität (DGQ), die Baubgartner & Co. Business Consultant und forum! Marktforschung wollen dieser Frage nachgehen. Sie suchen "Deutschlands Mitarbeiterchampions 2012" - Unternehmen, die die Potenziale ihrer Mitarbeiter und ihre Attraktivität als Arbeitgeber besser verstehen und steigern wollen, um erfolgreicher zu werden. Der bundesweite Wettbewerb zeichnet Arbeitgeber in drei Größenkategorien aus. → deutschlands-mitarbeiterchampions.de

02: **trivero Kommunikation in München stellt die B2B Knigge App vor:** einen Express-Ratgeber für das internationale Berufsleben. Durch die App zum Hören und Lesen können schnell und gezielt die interkulturellen Missverständnisse vermieden werden, die bei ersten Geschäftskontakten unterschiedlicher Nationalitäten häufig entstehen. Gegliedert nach Arbeitssituationen und Ländern werden in kurzen Einheiten interkulturelle Besonderheiten praxisnah vermittelt. Ob Verhandlungen mit Chinesen oder Marketing in Indien, die einfachen Tipps machen international sattelfest. Mit iPhone oder iPad ist das Express-Wissen überall kurzfristig verfügbar. → trivero.com

03: **Die Preise für eine private Berufsunfähigkeits-Versicherung variieren stark.** Das zeigt die

aktuelle Finanztest-Untersuchung. Selbst unter den besten und günstigsten Tarifen gibt es Preisunterschiede bis zu 1.000 Euro im Jahr. Im Test: 52 Angebote für privaten Berufsunfähigkeitschutz. Finanztest hat sich bei der aktuellen Untersuchung anhand von zwei Modellen auf die besten und günstigsten Angebote jedes Versicherers im Test konzentriert. Bei gleicher Qualität entschied der Preis. Selbst unter den sehr guten Tarifen der Berufsunfähigkeitsversicherer sind die Preisunterschiede – bei sehr ähnlicher Qualität – enorm. → test.de

04: Die Online-Videotechnologie von Moving-Image24, der **VideoManager 5, ist nun auch in den PR-Portalen lifePR und PresseBox der United News Network integriert**. Die Implementierung des Video-CMS ermöglicht ab sofort allen Kunden von PresseBox und lifePR das Verbreiten von Videos. Mit diesem Feature können Marketeers und Pressesprecher neben Pressemitteilungen nun auch ihre Videos an die über 15.000 Journalistenkontakte der Presseedienste verbreiten. → movingimage24.de

Termine + Tagungen

Social Media Praxis am 22. Juni in Berlin

Facebook, Twitter, Xing & Co. für die Unternehmenskommunikation: Das ist das Thema des Jahres für Firmen, Marken und Personalities. Am 22. Juni findet der vorläufig letzte Praxis-Workshop der Nachrichtenagentur presstext im Energieforum Berlin Ostbahnhof statt - und es gibt noch Restplätze. Unter dem Motto "Konkret, verständlich und anwendbar" liefert presstext neue Tipps & Tools sowie Erfahrungsberichte für den erfolgreichen Umgang mit sozialen Netz-

werken. Nutzer des PR-Journals erhalten einen Sonderrabatt von 10 Prozent, wenn sie in der Buchung den Promo-Code PRJ-EX-1080 angeben: presstext.com.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (4) (24.KW-2010)

01: Die DPRG Regionalgruppe Ruhr + Westfalen lädt am 5. Juli zum: **PR-Talk "Zwischen Tatort und Verkehrskontrolle – Die Polizei im Dialog mit dem Bürger"** in Essen ein. Die Polizei muss sich mit ihrer Kommunikation auf sehr heterogene Gruppen von Kommunikationspartnern einstellen. In einer interkommunalen Polizeibehörde wie dem Polizeipräsidium Essen-Mülheim wird dies besonders deutlich – nicht zuletzt, weil bei Bedarf auch die Einschränkung des Individuums und die Maßregelung bei Fehlverhalten des Einzelnen zu den Aufgaben gehört. Special Guest: Stephania Fischer-Weinziehr, Polizeipräsidentin von Essen und Mülheim. Online-Anmeldung bis zum 1. Juli unter otseinladung.de

02: **Die Roadshow für Messeprofis mxREGIO´11 macht eine weitere Station** und zwar am 6. Juli im Ameron Hotel Regent in Köln. "Erfolgsfaktoren für Ihre Messe - Wie sich Menschen als Messebesucher begeistern und gewinnen lassen" ist das Motto unseres diesjährigen Fachforums. Unter diesem Aspekt ist aus erster Hand von drei versierten Experten, u.a. Dirk Kreuter, Trainer des Jahres 2010, zu erfahren, wie Messeprojekte professionell zum Erfolg geführt werden. Weitere Informationen und Anmeldung: messe-institut.de

03: Unter dem Titel "**Expedition ins Ungewisse - Welche neue Medienwelt entdecken Verlage, Web und Social Media?**" setzt dpa-Tochter news aktuell ihre Veranstaltungsreihe in Frankfurt am Main fort. Am 21. Juni diskutieren Journalisten, Medienmanager und PR-Profis über die Zukunft von Nachrichten und Kommunikation. news aktuell

ist mit seinen media coffees in diesem Jahr in insgesamt fünf deutschen Großstädten präsent. → mediacoffee.de

04: Die nächste Veranstaltung der **DPRG**-Landesgruppe Norddeutschland "**Speaker's Corner - Der junge PR-Talk**" findet am 28. Juni in Hamburg statt. Referentin ist Christine Jähn, Pressesprecherin des Universitätsklinikums Hamburg-Eppendorf. Anmeldungen über www.otseinladung.de/event/e32a052534.

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (2) (24.KW-2011)

01: **Das Deutsche Institut für Public Relations (DIPR) feiert in diesem Jahr sein 40jähriges Jubiläum.** Auf alle in 2011 gebuchten Seminare "Methodische Öffentlichkeitsarbeit" Teil 1 (G1) und Teil 2 (G2) gewährt das Institut daher einen Jubiläumsrabatt. Die Grundseminare richten sich als praxisorientiertes Intensiv-Training in erster Linie an Volontäre, Nachwuchskräfte und Einsteiger in den PR-Beruf. In zweimal acht Tagen werden neben Grundlagenwissen und wichtigen Themen des Berufsfeldes Public Relations Fähigkeiten und Fertigkeiten vermittelt, die für eine erfolgreiche Tätigkeit in der PR-Branche nötig sind. Weitere Informationen: dipr.de

02: Ab sofort kann der **Fernlehrgang "Social Media Manager" bei der Fernschule ILS** belegt werden. Die Teilnehmer erwerben innerhalb von zwölf Monaten fundiertes Fachwissen sowie praktische Erfahrungswerte, um zukünftig zielgruppengerechte Social-Media-Maßnahmen für Unternehmen oder Non-Profit-Organisationen zu konzipieren und umzusetzen. Ein 16-köpfiges Expertenteam hat die Studienmaterialien

inklusive Online-Übungen, fakultativen Begleitseminaren und einem lehrgangseigenen Wiki entwickelt und betreut zukünftig auch die Fernstudierenden. → ils.de

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 58 - Jens Grittner: Die PR-Strategie ‚From Local to Global‘ war goldrichtig

„Das PR-Interview“ wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation](http://k1.gesellschaft.für.kommunikation)

Interview mit Jens Grittner, Pressechef und Leiter Medien & Kommunikation im Organisationskomitee für die Frauen-Fußball-WM 2011, Frankfurt am Main.

Frage: *Wie präsent ist die Frauen-WM in der öffentlichen Wahrnehmung? Was lässt sich bis zum Turnierstart noch verbessern?*



Jens Grittner: Verschiedenen Umfragen zufolge hat die Frauen-WM einen Bekanntheitsgrad von bis zu 85 Prozent. Als wir im Januar 2008 starteten, lag der Bekanntheitsgrad bei rund 35 Prozent. Unsere OK-Präsidentin Steffi

Jones hat Sympathiewerte wie Jürgen Klopp – sensationell. Es ist also mehr als ein Grundrauschen vorhanden. Mit jedem Tag rückt die WM weiter in den öffentlichen Fokus. Dafür sorgen inzwischen auch breit angelegte Kampagnen der Sponsoren und Partner. Medial erreicht dieses Turnier in der Geschichte der Frauen-Weltmeisterschaft eine neue Dimension, es wird Maßstäbe für die nächsten Jahre setzen. Wir können also zufrieden sein, lehnen uns aber nicht selbstzufrieden zurück. Denn volle Stadien, die wir uns nicht nur aus wirtschaftlichen Gründen, sondern vor allem wegen der

Stimmung und Atmosphäre wünschen, sind kein Selbstläufer. Wir bleiben mit den Füßen auf dem Boden und arbeiten in aller Ruhe weiter.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Interview Nr. 59 - Ulrich Schuhmann: Kritische Stakeholder-Kommunikation und souveräner Umgang mit dem Wutbürger sind gefragt



Interview mit Ulrich Schuhmann, Geschäftsführender Gesellschafter [Schuhmann Personalberatung GmbH](#), Köln

PR-Journal: Das Stellenangebot in der PR-Branche hat dank Wirtschaftsaufschwung deutlich zugenommen. Suchen einige Branchen stärker nach PR-Fachkräften als noch vor einem Jahr?

Ulrich Schuhmann: Der Aufschwung macht sich in allen Branchen gleichmäßig bemerkbar. Wenngleich in der Pharmabranche – anders als in den Jahren zuvor – Zurückhaltung geübt wird. Ich führe das auf die unsichere gesundheitspolitische Lage und die dort anstehenden grundsätzlichen Veränderungen zurück. Allerdings suchen Unternehmen aus dem Bereich Medizintechnik verstärkt nach qualifiziertem Personal.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Sommerliches Schlemmermenu, 3. Gang: Kaninchen-Roquefort-Terrine



(nsb) Kaninchen spielten früher als Nutztiere eine deutlich größere Rolle als heute. Nicht nur auf dem Land, auch in den Schrebergärten der Großstädte wurden Kaninchen in großer Zahl gehalten. Sie wurden als Festtagsbraten geschätzt, aber auch wegen ihres weichen Fells. Daraus entstand mancher Pelzbesatz, und der winterliche Muff hielt die Hände der Damen warm. Heute noch werden die besten Loden und Filze aus Kaninchenhaaren gemacht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen + Buch-Tipps

Neuer Band der depak-PR-Bibliothek: "Handbuch Redenschreiben"

Die Deutsche Presseakademie (depak) veröffentlicht das "Handbuch Redenschreiben" der Autoren Friedhelm und Andreas Franken. Das Buch ist der dritte Band der PR-Bibliothek und vermittelt in fünf Kapiteln auf 550 Seiten praktische Hilfen für erfolgreiche Reden. "Die große Stärke ist die enorme Praxishöhe", sagt Christian Arns, Leiter der Deutschen Presseakademie: "Den beiden Autoren gelingt es, konkrete Anleitungen mit unzähligen Tipps und anschaulichen Beispielen zu verbinden." Er freue sich, dass die Presseakademie mit Friedhelm und Andreas Franken "zwei der bekanntesten Rhetorikexperten als Autoren gewinnen konnte".

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Scherg: Rufmord im Internet – ein Mausclick zerstört Ihre Reputation

Spannend, beunruhigend, aber auch informativ und vorausschauend – "Rufmord im Internet" führt Sie anhand realer Fallbeispiele auf die dunkle Seite des digitalen Zeitalters. Während es Jahrzehnte dauern kann, eine positive Reputation aufzubauen, braucht es im Internet nur wenige Momente, sie zu zerstören. Zunehmend werden Firmen, Institutionen und Privatpersonen Opfer von Rufmord im Internet. Anonyme Angreifer, die mit unfairen und zum Teil illegalen Mitteln kämpfen, stellen Personen im Internet als Steuerhinterzieher, Extremisten oder Kinderschänder an den Pranger.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 10 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

ANGEBOTE (46)

Volontariat/Trainee

Die 11 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

PR-Juniorberater(in), Hamburg

PR-Berater (m/w) Food & Beverage, Hamburg

Kreativ. Frei. Flexibel: Hamburger PR-Agentur sucht Texter/in

Trainee / Berater (m/w) für Markenkommunikation, Düsseldorf

PR-Berater/-in, Hamburg

Mitdenker gesucht: PR-Berater/in aus Leidenschaft, Stuttgart

Junior PR-Berater/-in Technologie, bei Wiesbaden

Junior-Projektmanager/in (m/w) Events/Tagungen, Hamburg

talkabout sucht eine(n) Junior-PR-Berater(in) in München

Beraterteam gesucht, Düsseldorf

Goergen Kommunikation GmbH sucht PR-Consultant (m/w), Köln

PR-Berater mit Schwerpunkt IT und Technologie, Wiesbaden

PR-Juniorberater (m/w) im Bereich Healthcare, Darmstadt

Brand Expression GmbH sucht (Junior-) PR-Berater in Hamburg und Münster

vom Hoff Kommunikation in Düsseldorf sucht PR-Redakteur (m/w)

PR-Berater/-in im Bereich Kommunikations-Controlling (Vollzeit), Leipzig

KOOB sucht PR-Junior-Consultant (w/m), Mülheim a.d.R.

Senior PR-Berater (m/w), Darmstadt

achtung! sucht Junior-PR-Berater (m/w), Hamburg

PR Berater (m/w) Schwerpunkt Kosmetik & Lifestyle, Raum Düsseldorf

PR-Juniobereiter/In im Bereich Entertainment/Freizeit,
Hamburg

PR-Consultants (m/w)

PR-Mitarbeiter Fashion / Events, Düsseldorf

Junior PR-Berater (m/w), Berlin

(Senior) PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Fashion /
Lifestyle, München

Texter (m/w) mit Finanz-Background, Hamburg

PR-Berater Finance/Lifestyle (m/w), Frankfurt

kiecom sucht PR (Junior-)Berater/in, München

PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Produkt-PR (B2C)
von Berliner Agentur zum 1. Juli 2011 gesucht

Unternehmen

Referent Unternehmenskommunikation (m/w), Köln

Referent/in Unternehmenskommunikation -
Schwerpunkt Neue Medien, Wuppertal

Manager Corporate Communications (m/w), Köln

Referent Unternehmenskommunikation, München
(w/m)

(Junior) Communication Manager w/m, Cologne

Verbände (Non-Profit)

Pressereferent (m/w), Süddeutschland

Referenten (m/w) für die Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit in Berlin

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 28. Februar 2011 – 23:30 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **14.615 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 (urssel[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_stoltenoiw[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": Prof. Michael Bürker,
ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation, München
(michael.buerker[at]commendo.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 + Rezensenten: siehe im
[Impressum der Homepage](#).

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