

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 312 / 44. KW 2011

Seite 1

karrierebibel: Soll ich oder ich soll ich nicht? – 10 Fragen VOR der Gründung

Laut dem Institut für Mittelstandsforschung in Bonn ist die Zahl der Unternehmensgründungen in Deutschland rückläufig. Die Gründe dafür sind sicherlich vielfältig, seien es die Kürzungen beim Existenzgründungszuschuss oder die aktuelle Finanzkrise – immer weniger Menschen entscheiden sich für die Selbstständigkeit. Dabei ist die Arbeit als Selbstständiger nicht unbedingt riskanter als ein normaler Arbeitsplatz, denn dieser ist – das zeigen Beispiele wie Quelle und Märklin – nicht mehr so sicher, wie es vor wenigen Jahren noch aussah. Damit Ihre Gründung erfolgreich ist, sollten Sie sich im Vorfeld jedoch folgende Fragen stellen.

Den Artikel von Christian Mueller am 7. November in Jochen Mais Blog "die Karrierebibel hier online weiterlesen.

Personalien

Axel Springer konzentriert Presseteams

Julia Peters (39) wird am 1. Januar 2012 neue Leiterin Interne Kommunikation bei Axel Springer in Berlin. Sie folgt auf Kristina Lincke, die sich außerhalb des Unternehmens beruflich neu orientiert hat. Peters ist derzeit Leiterin Interne Kommunikation bei der Hamburger Sparkasse. Davor war sie als Managerin Interne Kommunikation bei der Comdirect Bank tätig. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bernhard Jodeleit gründet eigene Agentur

Mit der neuen Agentur Lots of Ways, Integrierte Kommunikationsstrategien in Filderstadt, geht Bernhard Jodeleit ab sofort eigene Wege. Der Autor des Fachbuchs "Social Media Relations" fokussiert sich mit dem neuen Unternehmen auf Beratung, Change-Prozesse und operativen Support von Kommunikations- und Marketingabteilungen rund um Social Media in der Öffentlichkeitsarbeit. Weitere Schwerpunkte von Lots of Ways sind Monitoring, Reputation und Issue Management sowie Prävention und Deeskalation digitaler Krisen. Klassische PR-Strategien und -Maßnahmen und deren Unterstützung mit Social-Media-Instrumenten gehören ebenfalls zum Portfolio.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Personalien compact (28) (44.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **Lukas Tschopp** (38) kommt als Senior Berater zu Prime Communications in Zürich (CH) und betreut Etats der Branchen Industrie, Energie und öffentliche Hand. Zuvor war der studierte Journalist und eidgenössisch diplomierten Betriebswirtschafter seit April 2008 als PR-Berater bei der Agentur Paroli in Zürich tätig. **Ruth Schmid** (50) baut bei Prime den Bereich PR und Energie weiter aus und betreut Etats der Energie- und Industriebranche. Die eidgenössisch diplomierte PR-Fachfrau war zuvor viele Jahre in der Unternehmenskommunikation der Energieforschung und -wirtschaft tätig.

02: **Florian Hohenauer** (34) übernimmt bei Hotwire PR in Frankfurt am Main die Leitung des B2B-Bereichs und verstärkt so das Management-Team als Associate Director, er wird zudem für Hotwire einen neuen Standort in München aufbauen. Von 2003 bis 2006 arbeitete Hohenauer bereits bei Hotwire und war danach fast fünf Jahre für talkabout communications in München tätig, zuletzt als Senior-Berater und Mitglied des Managements.

03: **Melanie Nickel** (33) verstärkt die "Community der Spezialisten" von A&B One (GPRA) in Hamburg. Die PR-Beraterin übernimmt im Hamburger Team Aufgaben der medialen Vermarktung. Zuvor arbeitete die

diplomierte Sportwissenschaftlerin und Journalistin ("Bild Gesundheit") als stellvertretende Pressesprecherin für die Hamburger Behörde für Schule und Berufsbildung.

04: **Beatrix Skias** ist neue Geschäftsführerin von Kobza Integra Public Relations & Lobbying in Wien (AT), sie leitet die Agentur ab sofort gemeinsam mit Agentureigentümer Rudi Kobza. Skias ist seit 15 Jahren in der Agenturbranche, zuletzt bei Martrix Public Relations & Public Affairs in Wien (AT), tätig und hat die Aufgaben von **Carola Purtscher** übernommen.

05: **Roger A. Fischer** hat seine Arbeit als PR-Berater bei vector communications aufgenommen. Der eidgenössisch diplomierter PR-Berater hat in den vergangenen zehn Jahren in den Bereichen Tourismus, Freizeit, Mobilität und Sicherheit gearbeitet.

06: **Anna Schroth** (24) ist neue Junior PR Managerin bei Koschade PR in München. Nach ihrem Studium der Wirtschaftswissenschaft übernimmt sie nun die Betreuung von Agenturkunden.

UNTERNEHMEN:

07: **Mike Peter Schweitzer** (36) hat die Leitung des zwölfköpfigen Teams der Fraport- Unternehmenskommunikation in Frankfurt am Main übernommen. Zuvor war der ehemalige Leiter des Informationsbüros der Bundeswehr seit Oktober 2007 als Pressesprecher in der Zentrale der Deutschen Bank in Frankfurt tätig. Schweitzer folgt



auf **Thomas Uber** (59), der künftig die kommunikative Steuerung von Querschnittsthemen in der Unternehmenskommunikation verantwortet. Der frühere Journalist Uber gehört bereits seit 2003 dem Team der Fraport-Unternehmenskommunikation an und übernahm 2009 die Leitung der Pressestelle.

08: **Niclas Friese-Greene** ist Senior Vice President Marketing und Corporate Communications bei SES Astra in Unterföhring, er ist verantwortlich für das weltweite Marketing einschließlich Markt- und Unternehmenskommunikation. Seit 2007 agierte Friese-Greene als unabhängiger Experte mit internationalen Projekten, seit Anfang 2011 war er ferner verantwortlich für die Neugestaltung der Marke SES nach der Reorganisation der Unternehmensleitung und -struktur.

09: **Antje Stephan** (34) ist Director Corporate Communications bei Conergy in Hamburg. Sie kam im April 2010 zu dem Solarunternehmen, nachdem sie zuvor seit Juli 2007 Head of Communications und Pressesprecherin der inzwischen eingestellten Bremer Traditionsreederei Senator Lines war. Stephan folgt auf **Alexander Leinhos**, der jetzt die Pressestelle von Vodafone Deutschland leitet.

10: **Gabi Hässig** (44) übernimmt am 1. Dezember die Steuerung der internationalen PR-Aktivitäten bei Procter & Gamble Germany in Schwalbach am Taunus sowie den Bereich External Relations der weltweiten Marktentwicklungsorganisation von P&G Prestige. Sie ist seit 1990 bei P&G, seit 2005 leitete sie den Bereich Markenkommunikation für Deutschland, Österreich und die Schweiz.

11: **Bernd Ebeling** (44) ist neuer Leiter Kommunikation der internationalen

PMG - Presse-Monitor®

Berliner Morgenpost
Handelsblatt
Frankfurter Allgemeine Zeitung
WELT
FINANCIAL TIMES
DER SPIEGEL

In Kooperation mit GBI-Genios

PMG Research - Pressearchiv und Wirtschaftsinformationen

Die PMG hat jetzt, was sich viele Kunden schon lange wünschen: den Zugriff auf die Archive wichtiger deutscher Zeitungen und Zeitschriften. Das macht neugierig, oder?

Einfach klicken und kennenlernen.

Forschungsorganisation European XFEL in Hamburg. Er kommt von der Georg-August-Universität Göttingen, wo er seit Juni 2009 als Leiter Presse, Kommunikation und Marketing tätig war. Ebeling folgt auf **Petra Folkerts**, die im kommenden Jahr in Altersteilzeit geht.

12: **Torsten Oltmanns** (47), derzeit Leiter Kommunikation bei Franz Haniel und Cie in Duisburg, geht zurück zur Strategieberatung Roland Berger. Ab Januar wird er wieder als Leiter des Globalen Marketings und Partner der Beratung in München arbeiten. Oltmanns war erst *im Juni diesen Jahres* zum Duisburger Mischkonzern gewechselt. → handelsblatt.com

13: **Anja Floetenmeyer** (40) ist neue Sprecherin des ConventionCamp, der Konferenz zur digitalen Zukunft in Hannover. Sie ist seit 2004 Senior PR-Beraterin bei Aufgesang Public Relations; die hannoversche Agentur ist Mitveranstalter der Konferenz. Floetenmeyer löst damit **Daniela Dangers** ab.

14: **Iris Franco Fratini** ist neue PR / Communication Managerin bei Dong Energy Renewables Germany in Hamburg. Sie kommt von E.ON Hanse wo sie zuletzt seit September 2008 als Pressesprecherin E.ON Vertrieb Deutschland in München tätig war.

15: **Wolfgang Klauke** (39) kommuniziert als Pressesprecher und Leiter Kommunikation International für Planet49 in Sulzbach. Er war zuvor über drei Jahre Pressesprecher und Leiter Kommunikation bei Fitness First Germany in Frankfurt am Main.

16: **Tora Söderlind** arbeitet jetzt als PR Manager für das online und mobile Werbe Netzwerk plista in Berlin.

MEDIEN:

17: **Marliese Kalthoff** (47) tritt in die Chefredaktion der im Deutschen Fachverlag (dfv) erscheinenden "TextilWirtschaft" (TW) ein. Sie übernimmt zunächst als stellvertretende Chefredakteurin und ab Juli 2012 als Chefredakteurin die Verantwortung für die Wirtschaftsberichterstattung der TW. Sie folgt auf **Jürgen Müller**, der das Unternehmen zum Jahreswechsel verlässt. Kalthoff zeichnete zuvor als Leiterin Unternehmenskommunikation/Public Affairs für die kommunikative Positionierung und Werbung der Hamburger Edeka-Gruppe verantwortlich.

18: **Andreas Gabriel** (47) hat als neuer Leiter den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Knauf Gips in Iphofen übernommen. Er war seit 1995 bei der Fachzeitschrift "ausbau + fassade" im Verlag C. Maurer in Geislingen beschäftigt, seit 1998 als Chefredakteur. Gabriel folgt auf **Christoph Volkmann**, der in den vergangenen Jahrzehnten die Presse- und

- Anzeige -



„Kommunikation und Recht in Zeiten von Stuttgart 21 und Energiewende“, 16. November 2011, Düsseldorf

Projekte wie Stuttgart 21 zwingen zum Umdenken bei der Realisierung großer Bau- und Infrastrukturvorhaben. Bürgerbeteiligung ist das Stichwort. Wie schaffe ich Akzeptanz bei kritischen Anspruchsgruppen? Welche Rechtsmittel stehen zur Verfügung? ADVICE PARTNERS und LEINEMANN PARTNER RECHTSANWÄLTE geben einen Überblick über die kommunikativen sowie juristischen Herausforderungen und Instrumente.

Öffentlichkeitsarbeit des Baustoffherstellers verantwortet hat.

19: **Enno Bernzen** (47) verantwortet zukünftig als Vorstand den Bereich Vertrieb und Public Affairs der Nachrichtenagentur dapd in Berlin. Er war als selbständiger Wirtschafts- und Unternehmensberater tätig, bevor er in den erweiterten Geschäftsführenden Vorstand des Malteser Hilfsdienstes Deutschland in Köln berufen wurde, wo er die Bereiche Social Marketing und Political Affairs verantwortete.

20: **Dirk Thärichen** (42) verlässt als Unternehmenssprecher und Hauptabteilungsleiter Kommunikation den Fernsehsender MDR, nachdem der Intendant **Udo Reiter** den Sender bereits verlassen hat. Der Diplomkaufmann Thärichen wechselte 2009 von der Telepool zum MDR. Ab sofort führt **Susanne Odenthal** die Kommunikation des MDR bis ein Nachfolger für die vakante Position gefunden ist.

21: **Stefan Aust** (65) wird vom 1. November an Autor der Wochenzeitung DIE ZEIT. Der langjährige Spiegel-Chefredakteur und jetzige Gesellschafter und Mitgeschäftsführer des Nachrichtensenders N24 wird für verschiedene Ressorts schreiben, insbesondere für die Wirtschaft, die Politik und das Dossier der Zeitung. Aust wird zudem die Chefredaktion der "Zeit" beraten.

22: **Caroline Böhner** (30) ist neue stellvertretende Leiterin des Corporate Publishing Dienstleisters Facts & Figures (G+J Wirtschaftsmedien) in Hamburg. Sie kam 2007 als Assistentin des Vorstandsvorsitzenden zu G+J und war seit Juli 2010 Objektleiterin bei Facts & Figures.

VEREINE, VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

23: **Werner Willmes** übernimmt die Sprecherfunktion der Initiative Erdgas pro Umwelt (IEU) in Essen. Der Diplom-Ingenieur für Versorgungstechnik ist seit 2008 Geschäftsführer der IEU und übt jetzt beide Posten in Personalunion aus. Willmes übernimmt das Amt von **Bernhard Funk**, der zum 30. September nach zwei Jahren als Sprecher planmäßig ausgeschieden ist.

24: **Christoph Goldt** (45) hat die Leitung der Pressestelle von missio Bayern in München übernommen. Er war zuvor seit Februar 2010 für die Öffentlichkeitsarbeit der aktion hoffnung im Bistum Augsburg zuständig.

25: **Katja Tamchina** (37) ist neue Medienreferentin des Rats für Nachhaltige Entwicklung in Berlin. Die Journalistin kommt von der Deutschen Welle TV, wo sie als Autorin und Planerin für das Tagesthema gearbeitet hat. Sie

- Anzeige -



Interne Kommunikation zwischen Change Management, Employer Branding und Enterprise 2.0 – droht die Überforderung? Dieser Frage gehen die Referenten der nächsten K2-Tagung am 23. und 24. November in Düsseldorf nach. Experten aus Unternehmen und Wissenschaft bewerten das Potential von Social Media für die Interne Kommunikation, erklären wie Kommunikatoren die zunehmenden Change-Prozesse begleiten können und welche Schnittstellen an Bedeutung gewinnen.

Es sprechen u.a. Matthias Merderacke (Schaeffler Gruppe), Ina Quilling (Deutsche Postbank), Jan Runau (adidas Group), Birgit Ziesche (Henkel).

www.k2-gipfel.de

folgt auf **Christian Schaudwet**, der zur "Osnabrücker Zeitung" gewechselt ist.

26: **Dieter Schütz** wird am 1. Januar 2012 Pressesprecher des Generalsekretariats des Deutschen Rotes Kreuzes (DRK) in Berlin. Er kam vor elf Jahren als Ressortleiter zur "Sächsischen Zeitung" und übernahm 2009 zusätzlich zum Politik-Ressort den Bereich Wirtschaft von **Peter Weißenberg**.

27: **Michaela Braun**, Marketing- und Kommunikationschefin Tonhalle Gesellschaft Zürich (CH), wurde in den Vorstand berufen. Sie kam im Mai zur Tonhalle, *nachdem sie zuvor elf Jahre lang bei der schweizer Grossbank UBS in Zürich (CH) im Kultursponsoring tätig war.*

POLITIK UND BEHÖRDEN:

28: **Carsten Pietsch** (34) ist neuer Pressesprecher des Bundessprachenamts in Hürth. Er war zuvor seit Dezember 2008 Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Referat für Öffentlichkeitsarbeit des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr in Strausberg. Pietsch folgt auf **Wolfgang Sender**, der die Bundesbehörde verlassen hat.

Etats

Etats compact (11) (44.KW-2011)

- 01: nutcase europe intelligent mobility masterdistributor europe, Essen
was: *PR-Kommunikation*
an: **eastside communications**, München

- 02: ambassador hotel & spa, St. Peter-Ording
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Kocherscheidt Kommunikation**, Hamburg

- 03: Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), Bonn
was: *Neukonzeption des Mitarbeitermagazins*
an: **Zimmermann Editorial** (Deekeling Arndt Advisors), Köln

- 04: Eight, Süssen
was: *Integriertes Kommunikationskonzept auf eCarTec*
an: **Panama**, Stuttgart

- 05: WFB Wirtschaftsförderung Bremen
was: *Magazin zum Studium in Bremen und Bremerhaven*
an: **Tempus Corporate** (Zeit Verlag), Hamburg



- 06: BMW Group, München
was: *Kommunikation für die nationalen und internationalen Kulturformate*
an: **häberlein & mauerer**, München

- 07: Riemser Arzneimittel, Greifswald - Insel Riems
was: *strategische Beratung in den Bereichen Themenmanagement und Corporate-PR*
an: **Cramer-Gesundheits-Consulting**, Eschborn

- 08: Air Berlin Luftverkehr, Berlin
was: *Kommunikation mit PR-Maßnahmen in Dänemark, Norwegen, Schweden, und Finnland*
an: **Ehrenberg Kommunikation**, Lübeck

- 09: Frankonia Eurobau, Nettetal
was: *Öffentlichkeitsarbeit für das Wohnbauprojekt Heinrich-Heine-Gärten in Düsseldorf-Heerdt*
an: **textschwestern**, Düsseldorf

- 10: Hybu Cig Cymru (HCC) - Meat Promotion Wales, Aberystwyth (GB)

was: *Kommunikationsaktivitäten in Deutschland*
an: **move communications**, München

11: Roche, Basel (CH)
was: *Betreuung der crossmedialen Mitarbeiter-Kommunikationsplattform (Print, Intranet und App)*
an: **KircherBurkhardt**, Stuttgart

Branche

Sechs Dinge, die PR-Agenturen verschweigen

Bei der Suche nach einer passenden PR-Agentur gibt es viele Dinge zu beachten. Nicht jede Agentur ist für jedes Unternehmen oder jedes Produkt qualifiziert. Vergleichen Sie im Vorfeld sorgfältig, welche Agentur für Sie die richtige ist. Eine gute Beratung ist deshalb goldwert. Es gibt sechs Dinge, die PR-Agenturen ihren Kunden gerne vorenthalten, die Sie aber unbedingt wissen sollten.

Den Artikel vom PraktikantInnen-Team der Agentur prdienst.de am 02. November im "PR-Agentur-Blog" [hier online weiterlesen](#).

Branche compact (7) (44.KW-2011)

01: **Alle Unternehmen möchten in die Öffentlichkeit.** Doch wie sollen sie das anstellen? Stellen sie einen eigenen Pressebeauftragten ein? Oder holen sie eine Agentur ins Haus? Gerade bei kleineren Unternehmen ist das vor allem eine Frage des Budgets. Eine Agentur ist Dienstleister und damit von vornherein auf harte Arbeit und „der Kunde ist König“ eingestellt. Jedoch identifiziert sich ein fester Mitarbeiter schneller mit dem

- 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

Unternehmen, verinnerlicht die Philosophie und kann diese glaubhaft nach außen tragen. Es gibt einige Punkte, die für eine PR-Agentur sprechen – und ebenso viele, die einen festen Angestellten nahelegen. Ein kleiner Überblick:

kommunikationsabc.de

02: **Mehrere Auszeichnungen gab es für köckritzdörrich in Reutlingen bei den International Galaxy Awards 2011:** Einmal Gold, einmal Silber, dazu eine wichtige Auszeichnung, den Honors Award. In der Kategorie Design & Magazines gewannen köckritzdörrich für die Kundenmagazine für Lamborghini und Infiniti Gold und Silber. Infiniti bescherte köckritzdörrich zusätzlich einen Award in der Sparte Videos & DVDs und zwar für ein Auto-Filmprojekt. Die köckritzdörrich PR-Tochter waterworks public relations erhielt einen Gold Award für Rubbers Soul, das erste Reifenfaszinations-Magazin von Goodyear-Dunlop.

03: Mit dem "Allianz Vertriebsmagazin" der Allianz Deutschland hat das Münchener pr+co-Team um Geschäftsführer Ralf Schluricke bei den amerikanischen Spotlight Awards gleich zweimal Platin gewonnen. Einmal in der Kategorie "most improved" und einmal in der Kategorie "overall". pr+co hatte 2010 den Pitch um den Relaunch des Magazins gewonnen. Mit 99 von 100 möglichen Punkten zählt das Allianz Vertriebsmagazin im weltweiten Ranking des LACP mit Platz 17 zu den Top 50. Die 2001 gegründete League of American Communications Professional (LACP), San Diego, vergibt die Spotlight Awards für den kreativen und wirksamen Einsatz von Printmedien, Videos und Internet in der Unternehmenskommunikation.

04: **Motivierende Mitarbeiterkommunikation und Technische Illustrationen sind die beiden neuen Leistungen im Produktportfolio von ofischer communication.** Oliver Fischer, Inhaber der Bonner PR-Agentur für Emotionale Public Relations für erklärungsbedürftige Themen bietet Interne Kommunikation und Infografiken bereits seit Jahren an. Mit dem Produktstatus soll signalisieren werden, dass diese Marketingmaßnahmen für die Agentur einen strategischen Rang besitzen. → ofischer.com

05: **Die Regionalgruppe Allgäu der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG),** dem Berufsverband der Public Relations-Fachleute, hatte als Auftaktveranstaltung zum Branchen-Austausch Kommunikationsverantwortliche der Allgäuer Wirtschaft eingeladen und 15 Kommunikationsverantwortliche aus allen Bereichen der Wirtschaft waren gefolgt. Als ersten Referenten wurde Stefan Binzer, Wirtschaftsredakteur der Allgäuer Zeitung gewonnen. In seinem Vortrag gab der Journalist einen Einblick in den Aufbau einer der größten



regionalen Tageszeitungen und den Berufsalltag in der Redaktion.

06: **Wie kann Öffentlichkeitsarbeit ein Unternehmen der SHK-Branche dabei unterstützen, neue Marktchancen zu erschließen?** Welche Trends bewegen die SHK-Branche (Sanitär Heizung Klima)? Woran erkennt man eine gute PR-Beratung? Antworten auf diese Fragen gibt die Branchenbroschüre SHK-PR von Heinrich Agentur für Kommunikation, Ingolstadt. Das Team um Peter Heinrich arbeitet seit Jahren für führende Industrieunternehmen in der SHK-Branche. → heinrich-kommunikation.de

07: **Hotwire PR mit Hauptsitz in Frankfurt am Main expandiert nach München.** Die Eröffnung des neuen Büros soll noch im laufenden Jahr passieren, zunächst mit einer Besetzung von drei Mitarbeitern. Hotwire hat dort bereits Kunden, weitere sollen hinzukommen. Geleitet wird der neue Standort von Florian Hohenauer (bisher bei der ortsansässigen Agentur talkabout tätig).

Reputation Management + CSR

Unternehmen mit sozialer Verantwortung kaum bekannt

(cw) Kommunikation zur Nachhaltigkeit kommt beim Verbraucher nicht an. So lautet die These und das Fazit einer aktuellen Studie der 2hm & Associates GmbH, Mainz. Auch wenn ‚nur‘ 1.000 Verbraucher aus Deutschland befragt wurden, zeigt es eine Tendenz, dass Unternehmen sich zwar der Nachhaltigkeit verpflichtet zeigen, aber nicht ausreichend darüber kommunizieren. Falsche Bescheidenheit?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationale PR

Österreich: Social Media in Unternehmen - offizielle Mitteilungen statt Dialog

Österreichs Unternehmen setzen bei Social Media noch auf die Verbreitung offizieller Mitteilungen statt auf Dialog. Drei Viertel der Geschäftsführer meinen selbstkritisch, dass sie das Potenzial von Social Media im Unternehmen noch nicht ausreichend nutzen. Dies ergab eine aktuelle Studie des Marktforschers meinungsraum.at im Auftrag von Cisco Austria. Im Rahmen der Studie wurden 500 Personen telefonisch befragt, davon 250 Geschäftsführer und leitende Angestellte von Unternehmen mit über 100 Mitarbeitern sowie 250 Arbeitnehmer.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Initiatoren:
Prof. Dr. Lothar Rolke
Prof. Dr. Oliver Kaul

2. FORSCHUNGSCAMP
MARKETING & KOMMUNIKATION

WEB RELATIONS &
SOCIAL MEDIA
EXCELLENCE

23.11.2011
CAMPUS FH MAINZ

www.forschungscamp.com
www.facebook.com/forschung.mainz

WIRTSCHAFT
FH MAINZ
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

Social Media + Web 2.0

Führungskräfte tun sich schwer mit Social Brands

Präsenz in den Sozialen Medien ist für Marken heutzutage obligatorisch. Doch obwohl viele Unternehmen die digitale Revolution dankend annehmen, mangelt es online vielerorts an einer klaren sozialen Identität, wie die aktuelle Studie von Weber Shandwick in Kooperation mit Forbes Insights belegt. Für „Socialising Your Brand: A Brand's Guide to Sociability“ wurden 1.897 Senior Executives aus umsatzstarken Unternehmen in 50 Ländern auf fünf Kontinenten befragt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (2) (44.KW-2011)

01: **Es ist nicht besonders leicht, im Internet einhelligen Zuspruch zu bekommen - mit drei Ausnahmen. Igelbabys findet jeder süß.** Auch Spott über den Internet Explorer 6 geht immer, diese Version des Internet Explorer ist so etwas wie das Pockenvirus des Digitalen Zeitalters. Selbst Microsoft, das Unternehmen, das die Plage erschaffen hat (den Browser, nicht das Pockenvirus), wünscht sich inzwischen seine Vernichtung. Bei der dritten Ausnahme handelt es sich um die Ablehnung von Trollen. Denn Trolle mag niemand, nicht einmal die Trolle selbst. Gravierende Unterschiede bestehen eigentlich nur in der Definition, wer Troll sei und wer nicht. → spiegel.de

02: **Social Media Mythen gibt es fast so reichlich wie SEO Mythen.** Am bekanntesten sind wohl „Jeder muss dabei sein“ und „Social Media ist kostenlos“. Dass beide Aussagen ins Reich der Mythen gehören, dürfte sich mittlerweile rumgesprochen haben, auch wenn es bestimmt noch nicht überall angekommen ist. Wir wollen heute einige der gängigsten Social Media Mythen entzaubern. Sollte ein Berater eine der folgenden Social Media Mythen verbreiten, so hat er sich damit selbst disqualifiziert: → t3n.de

Medien

Winterkorn erhält Wirtschafts- und Medienpreis des Mitteldeutschen Presseclubs

VW-Chef Martin Winterkorn hat am vergangenen Freitag in Leipzig den Wirtschafts- und

Medienpreises "Heiße Kartoffel" des Mitteldeutschen Presseclubs erhalten. Der Preis wird jährlich an Persönlichkeiten vergeben, die sich besonders für die Region engagieren und dabei auch Problemen nicht aus dem Weg gehen. Die Auszeichnung sei "vor allem eine große Anerkennung für die 9000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Volkswagen und Porsche in der Region Mitteldeutschland", sagte Winterkorn. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (4) (44.KW-2011)

01: **Zum 15-jährigen Jubiläum von Hoffmann und Campe Corporate Publishing** (Ganske Verlagsgruppe) gründet der Hamburger CP-Dienstleister den Geschäftsbereich [Hoffmann und Campe Digital](#). Die neue Unit wird künftig die Konzeption und Realisation von umfangreichen Digital-Media-Projekten leisten. Leiter von Hoffmann und Campe Digital ist Christian Breid, der diese Position zusätzlich zu seinen Aufgaben bei Hoffmann und Campe Corporate Publishing als Leiter Neugeschäft übernimmt.

02: **Der TV-Monat Oktober: Die klare Nummer 1 bleibt RTL, trotz leichter Verluste.** Mit 18,7% dominieren die Kölner den Markt weiter nach Belieben. Freuen darf sich diesmal vor allem ProSieben, das sich auf 12,6% und damit auf den besten Monats-Marktanteil seit November 2009 verbesserte. Ebenfalls zu den Gewinnern gehören Das Erste, das ZDF und RTL II. 0,4 Zähler eingebüßt hat Vox, das damit interessanterweise auf den schwächsten Monatswert seit Januar 2009 zurück fällt. → meedia.de

03: Am 25. November werden die Ergebnisse der **JIM-Studie 2011** (Jugend, Information (Multi-) Media) in Mannheim der Öffentlichkeit präsentiert. Die JIM-Studie bietet als Langzeitstudie seit 1998 kontinuierlich repräsentative Daten zum

Medienverhalten von Jugendlichen zwischen zwölf und 19 Jahren in Deutschland. Im Anschluss zeichnet die Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest die Gewinner des "Förderpreis Medienpädagogik 2011" aus. → mpfs.de

04: NDR-Medienmagazin ZAPP vom 2.

November:

In der Wirtschaft sorgen sich Unternehmen um den Kunden von morgen. Und wo trifft man den am leichtesten? An Schulen. Nun gibt es viele Unternehmen, zum Beispiel auch den NDR, die Informationsveranstaltungen an oder besondere **Kooperation mit Schulen** machen. So manches Unternehmen geht viel weiter und nutzt den Schutzraum Schule, wo es ja nun vor allem um allgemeine Wissensvermittlung gehen soll, für knallharte Kunden- und Mitarbeiter-Akquise. Und Journalisten, die das eigentlich anprangern sollten, unterstützen die Unternehmen sogar noch dabei. [ZAPP über Lehrmittel - PR in der Schule](#)

Die **Atomlobby** hat es gerade ja auch nicht leicht. Alle sind auf einem Energiewende-Trip, da kann man als Atomenergiekonzernvertreter gerade nicht so gut punkten. Aber Sorgen machen müssen wir uns um diese PR-Strategen nicht. Sie verstehen ihr Geschäft. Aber wie genau das abläuft, das wussten wir nicht. Jetzt ist ein internes Strategiepapier in die Hände der "taz" geraten. Hochspannend, mit welchen Tricks man versucht hat, die Laufzeitverlängerung durchzusetzen. [ZAPP über Lobbyismus - Atompolitik nach Plan](#)

Services + Tipps

Change Manager müssen Business Provider sein

Das Thema Change Management steht vor gravierenden Veränderungen. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Trendstudie der Stach's Gesellschaft für Unternehmensentwicklung in Frankfurt am Main auf Basis von Experten-Interviews und einer Auswertung eigener Projekte. Eine Entwicklung aus der Zeit nach der Wirtschaftskrise sei, so Geschäftsführer Thomas Stach, dass immer mehr originäre Change-Aufgaben in die zahlreichen Effizienz- oder Performance-Programme verlagert werden. „Hier spielt die Musik – und die Personaler oder Kommunikatoren bleiben oft außen vor“, so Stach. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (3) (44.KW-2011)

01: **In Berlin ist das neue Auswertungssystem der Hörfunk-PR Plattform Getaudio vorgestellt worden.** Ab sofort werden auch soziodemografische und geografische Daten online anschaulich gemacht. Neben der Angabe wie viele Hörer in den einzelnen Bundesländern erreicht wurden, gibt es Informationen über Einkommens- und Altersstrukturen, Berufstätigkeit und Hörerstrukturen sowie den einzelnen Nielsen-Gebieten. Da für über 99 Prozent der Beiträge mindestens ein bis zwei Mittschnitte der Radiosender vorliegen, können auch diese im Kundenportal von Getaudio angehört werden. Video: getaudio.de

02: **Dass Männer und Frauen oft sehr unterschiedlich funktionieren, das wissen wir schon lange** – "Warum Männer nicht zuhören und Frauen schlecht einparken" ist dabei nur eines der

häufig zitierten Klischees. Doch laut einer neuen Studie soll der Geschlechterunterschied nun auch in Sachen Werbewirksamkeit zu erkennen sein. Sie ergab, dass Männer und Frauen unterschiedlich auf Werbung und PR reagieren – und das in hohem Maße. Doch am Ende bleibt eine Frage offen: Treffen die Ergebnisse der Studie auch auf andere Branchen zu? "Scaling PR: The impact of Earned, Paid, and Brand Content" heißt die Studie von Synaptic Digital und Kantar Video, einer Tochtergesellschaft des Medien- und Kommunikationsdienstleisters WPP. → griffiths-consulting.de

03: Seit der Gründung der Plattform im Jahr 2004 ist die Sprecherdatenbank Voicebase konsequent auf die Bedürfnisse professioneller Auftraggeber aus der Audio-, Film-, und Werbebranche zugeschnitten. Die Funktionalität und der Service wird auch von Auftraggebern und Profi-Sprechern erkannt: Denn im Oktober hat Voicebase die Marke von 700 Sprecherprofilen übertroffen. Heute verfügt Voicebase mit über 700 handverlesenen, professionellen Sprechern, die aktuell mehr als 3.700 Hörproben für die unterschiedlichsten Audioformate hochgeladen haben, über eine der umfangreichsten Sprecher- und Stimmdateibanken Deutschlands. → voicebase.de

Termine + Tagungen

ConventionCamp gibt mit Projekt „Menschen für die neue Welt“ Impulse für nachhaltige Mobilität

Am Dienstag, 8. November 2011 startet das ConventionCamp 2011 auf dem Messegelände in Hannover. Die Konferenz zur digitalen Zukunft

ruft Köpfe aus Wirtschaft, Wissenschaft und Internet-Szene auf, beim diesjährigen Projekt „Menschen für die neue Welt“ mitzumachen. Das Ziel ist, innovative Ansätze für nachhaltige Mobilität in Niedersachsen zu entwerfen. Dabei werden Ideengeber vor Ort selbst zu Projektmachern. Zur Auftaktveranstaltung im Convention Center erwarten die Veranstalter rund 1.500 Gäste, die in mehr als 50 Workshops, Sessions und Events Zukunftsthemen diskutieren. Das hannoversche ConventionCamp (www.conventioncamp.de) ist eine der größten Internetkonferenzen Deutschlands und wurde bei der CeBIT mit dem „Leader in the Digital Age Award“ ausgezeichnet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (1) (44.KW-2011)

01: Zusammen mit Berlin Communications hat Berliner Brandung ein umfassendes White Paper und den **Workshop "Facebook in der politischen Kommunikation – Strategien und Erfolgsmodelle für Parteien und Politiker"** entwickelt. Der Workshop richtet sich an Kommunikationsverantwortliche in den Parteigliederungen auf Bundes- und Landesebene. Anhand von Beispielen erläutern die Referenten Andreas Bersch und Thomas Philipp Reiter die "Do's & Don't's" im Umgang mit der Facebook-Gemeinde und geben den Teilnehmern Guidelines an die Hand, die helfen sollen, sich im Social Web zurechtzufinden, stattzufinden und in Dialoge zu treten. Der Workshop findet am 14. Dezember in Berlin statt. → politik.futurebiz.de

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (3) (44.KW-2011)

01: Wer will in Imagebroschüren blättern oder Infopräsentationen besuchen, wenn man die **Studienatmosphäre und die Arbeitsweise der Masterstudiengänge an der design akademie berlin erleben** kann? Deshalb lädt diese am 23. November alle Interessenten, die über ein Masterstudium im Spektrum von Design, Kommunikation und Marketing nachdenken, zum kostenlosen masterPreview ein. Die Teilnehmer erhalten Einblicke in Theorie und Praxis der drei Master-Studiengänge Marketingkommunikation (M.A.), Creative Direction (M.A.) und Unternehmenskommunikation (M.A.) und erleben die Schnittstellen und Formen der Zusammenarbeit in der Kommunikationsbranche. Die Teilnahme ist kostenlos, die Teilnehmerzahl ist auf 25 Personen begrenzt. Anmeldung unter design-akademie-berlin.de

02: Die **Georg von Holtzbrinck Schule** bietet in **Düsseldorf neue Seminaren für Pressearbeit und Unternehmenskommunikation an**. Auch in Pressearbeit und Kommunikation kommt es auf professionelles Handwerk an. 1. Dezember: Souveränes Auftreten, Stimme und Körpersprache; 5. Dezember: Pressearbeit im Web 2.0, wie Sie Facebook, Twitter und Co. umfassend nutzen, 6. Dezember: Intensivseminar Text, professionelles Schreiben und Redigieren; 15. Dezember: Externe und Interne Kommunikation. Das gesamte Seminarangebot finden Sie auf holtzbrinck-schule.de

03: Die **Fachhochschule des Mittelstands (FHM) in Bielefeld** hat ein breites Angebot an **Bachelor-, Master- und auch Promotions-Studiengängen entwickelt**, die Fach- und

Führungskräfte aus Unternehmen und Agenturen gezielt auf die heutigen und vor allem auf die zukünftigen Herausforderungen im Mediensektor vorbereiten. Am 8. November findet um 18.00 Uhr ein Infoabend zu den Master-Studiengängen im Fachbereich Medien statt. Vorgestellt werden der Master of Arts (M.A.) Crossmedia & Communication Management in Vollzeit sowie die berufsbegleitenden Angebote Master of Arts (M.A.) Unternehmenskommunikation und Master of Arts (M.A.) New Media Management. → fh-mittelstand.de

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 65 - Matthias Bonjer + Gerald Schömb's: „Wir wollen Pitches transparenter machen“

"Das PR-Interview" wird realisiert von k1 gesellschaft für kommunikation



Interview mit Matthias Bonjer und Gerald Schömb's zur Pitch-Kultur in Deutschland. Gemeinsam betreiben sie die Facebook-Seite „Pitch-Etiquette“: <http://de-de.facebook.com/pitchetiquette>

PR-Journal: Was wollen Sie mit der Seite Pitch-Etiquette erreichen?

Gerald Schömb's: Es geht vorrangig um die Möglichkeit eines Forums zum Thema. Wir wollen Transparenz schaffen unter Agenturen darüber, welche Haltungen es in Sachen Pitches gibt. Und

wir wollen aufzeigen, dass die Beteiligung an kostenlosen oder aussichtslosen Pitches nicht der einzige und beste Weg ist, um zu partnerschaftlichen Kundenbeziehungen zu kommen. Mit knapp 2.500 Fans und einer regen Beteiligung haben wir innerhalb der letzten zwölf Monate dazu einiges in Bewegung gebracht. Vor allem aber vielen Agenturchefs gezeigt, dass sie mit dem Thema keineswegs alleine sind.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Das Zitat der Woche

Im Grunde genommen bedeutet Demokratie lediglich, dass zehn Füchse und ein Hase darüber abstimmen können, was es zum Abendessen gibt.

Freiheit dagegen bedeutet, wenn der Hase mit einer Schrotflinte die Wahl anfechten kann.

Vince Ebert, Physiker, Kabarettist und Buchautor

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Erst hart, dann zart

(nsb) Wer einmal eine Weile lang Rinder auf der Weide beobachtet hat, weiß bescheid: Die Viecher kauen fast ohne Unterlass. Entweder rupfen sie Gras, Klee und Kräuter von der Weide und mampfen darauf herum, oder sie liegen schläfrig herum und kauen noch einmal die Portionen durch, die aus einem ihrer fünf Magenabschnitte noch einmal herausdrängen.

Wenn es Muskeln gibt, die ein Rindvieh zeitlebens gut trainiert, dann ist es die Backenmuskulatur.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen + Buchtipps

PR-Karrierebroschüre erschienen: Ein Zeichen für die Nachwuchsarbeit

Mit dem Herausgeberbuch „Berufsfeld Public Relations. Karriereguide für den PR-Nachwuchs“ setzt der PR-Berufsverband DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft, Berlin ein deutliches Zeichen in der Nachwuchsarbeit. Das von den beiden DPRG-Juniorensprecherinnen Miriam Melanie Köhler, Berlin und Maïke Althaus, Montreal/Kanada herausgegebene Buch bietet einen umfassenden Einblick in das Berufsfeld der PR und bündelt wertvolles Praxiswissen rund um den Ein- und Aufstieg.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

(PR-)Studien als Verkaufsinstrument - Die Wissenschaft hat festgestellt...



Ein Autorenbeitrag über zweifelhafte Studien, die auch von Journalisten und PR-Beratern verwendet werden von Bernhard Kuntz, Darmstadt.

Immer wieder liest man in den Printmedien, Expertenaussagen und Studienergebnisse, bei denen eigentlich jeder mit etwas gesundem Menschenverstand sofort sagen müsste: Das kann nicht stimmen. Trotzdem werden

diese "Zahlen" nicht nur publiziert, sie werden zuweilen sogar jahrzehntelang rezitiert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Deutscher Fußball-Bund: Bloß nichts dazulernen

Wer mit der Außendarstellung des DFB zufrieden ist, kann nicht alle Sinne beieinander haben. Die Beratungsresistenz aber ist beachtlich. Krisenherde werden nicht gelöscht, sondern stets eifrig befeuert. Hoffentlich hat sich der Generalsekretär des Deutschen Fußball-Bundes da nicht zu weit aus dem Fenster gelehnt. "Mit dem Bild, dass der DFB derzeit öffentlich abgibt, bin ich natürlich nicht zufrieden", hat er in dieser Woche gesagt. Der Satz enthält keine ernsthaft anzuzweifelnde Aussage - wer mit dieser Außendarstellung zufrieden ist, kann nicht alle Sinne beieinander haben.

Ein Artikel von Von Peter Penders auf [faz.ne](#)

Internes - aus der Redaktion

36.987 Besucher fürs PR-Journal im Oktober (lt. IVW)

Die IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin **bilanzierte für das "PR-Journal" im Oktober 2011** insgesamt 36.987 Besucher. Knapp 50 Prozent der Besucher starten ihre PR-Journal-Durchsicht auf den Seiten der PR-Jobbörse. IVW errechnete einen Tagesdurchschnitt von 1.193 Visits. Jeder Besucher schaute sich 2,62 Seiten an, somit

wurden insgesamt 96.902 PageImpressions ermittelt.

Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** eine Besuchszeit je Visit von 07:33 Minuten festgestellt. 48,1 Prozent waren neue Besucher - 48 Prozent kamen über Suchmaschinen auf die Homepage, 25,3 Prozent waren direkte Zugriffe und 26,7 Prozent erreichten das "PR-Journal" über Verweise in anderen Seiten.

In den sieben Kategorien der **PR-Jobbörse** wurden 2011 bis Ende Oktober 490 Stellenangebote veröffentlicht, davon 198 auch auf der Startseite sowie bei Twitter und Facebook.

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 (64)

Volontariat/Trainee

Die 15 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 6 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

PR-Senior- oder PR-Junior-Berater
Wirtschaft/Finanzen (m/w), Hamburg

Brand PR-Berater (m/w) für CrossPR, Düsseldorf

Projektmanager/in Public Relations, Mainz

PR-Berater (m/w) für häberlein&mauerer, Berlin

Junior Consultant (m/w) für Klenk & Hoursch, Frankfurt
am Main

WBCO Public Relations sucht PR Consultant (m/w),
Frankfurt

PR-Berater/in Food & Beverage, Hamburg

Hamburger PR-Agentur such Junior-Berater(in) für den
Bereich Erneuerbare Energien

Account Director Marketing Communications & Brand
PR (m/w), Frankfurt

PR-Junior-Berater (m/w) Marke, München

PR-Junior-Berater (m/w) Corporate Communications,
München

Online-Redakteur(in), Großraum Karlsruhe

Hamburger PR-Agentur sucht PR Junior-Berater (m/w)

PR-Berater, Berlin

FAKTUM sucht PR-Berater (m/w), Heidelberg

PR Freelancer (m/w), München

PR-Juniorberater (m/w), München

PR-Manager/-in Lifestyle, Berlin

PR-Berater (m/w) für Produkt- und
Markenkommunikation, Hamburg

PR BeraterIn im Bereich Film & Home Entertainment,
Frankfurt

Junior PR-Berater Health (m/w) für den Bereich
Gesundheitskommunikation, Frankfurt a.M.

PR-Berater/in und Senior PR-Berater/in im Bereich
Healthcare, Eltville

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

PR-Berater/in Healthcare, Köln

Marketing Manager (w/m) als Elternzeitvertretung, Köln

Markenzeichen sucht PR Berater/innen: Telco, Banken,
Energie

MSL Germany sucht PR Consultants Healthcare (w/m),
Frankfurt

Senior-PR-Berater/in, Frankfurt a.M.

PR-Berater/-in Healthcare, Langenfeld/Rheinland

PR-Junior Berater (m/w) für Bereich Mode, München

Junior-Berater (m/w), Hamburg

Bestfall GmbH sucht PR-Projektmanager/in, Mainz

Consultant (m/w) Healthcare in München

Unternehmen

Pressereferent/-in Marketingkommunikation/Presse und
PR, Frankfurt a.M.

GLOBALFOUNDRIES Dresden is looking for a Sr.
Communications Manager (m/f)

Communication Manager f/m – Corporate Topics,
Ingelheim

Redakteur/in mit fundierter PR-Beratungserfahrung,
Berlin

Professur für PR/Kommunikationsmanagement (Vollzeit)

PR-Berater (m/w), Ruhrgebiet

Werkstudent (m/w) im Bereich Kommunikation &
Marketing, Meckenheim

Abteilungsleiter m/w Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Herborn

Verbände (Non-Profit)

[Public Relation Executive \(f/m\), Köln](#)

[Assistent/in der Bereichsleitung Strategie & Kommunikation, Düsseldorf](#)

[Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, München](#)

Freelancer

[Professionelle Lösungen für Ihre Kommunikationsaufgaben](#)

[Kölner PR-Agentur unterstützt Sie kompetent und schnell](#)

[Flexible Unterstützung PR und Marketing](#)

[Kommunikationserprobte Zeitarbeiter springen ein](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 07. November 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.588 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 Kartte 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; 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.