

Pfeffers PR-Newsletter Nr. 63 / 15. Woche 2006

PR-Umsatz-Ranking + Osterpause

104 Agenturen haben gemeldet, die Auswertung "läuft". Wir werden in der nächsten Woche die Top 20 publizieren und dann **am 23. April** das gesamte neue Ranking **online** stellen.

Dies auch wegen der "Osterpause" – **unser nächster Newsletter erscheint dann am 25. April**. Wichtige aktuelle Informationen finden Sie aber wie immer auf unserer Homepage www.pr-journal.de. Schöne Ostertage und die besten Wünsche für Sie und Ihre Arbeit!

Seite. 1

PR+plus: Plädoyer für ein Miteinander von PR und Journalismus

"Qualität ist, wenn vereinbarte Erwartungen erfüllt werden." Dieses Verständnis von Qualität sollte laut **DPRG-Präsident Ulrich Nies** (BASF) das Miteinander von PR und Journalismus bestimmen. Am 8. April waren sich Nies und **DJV-Vorsitzender Michael Konken** anlässlich einer Podiumsdiskussion beim Heidelberger PR-Ausbilder PR+plus erstmalig begegnet und stellten rasch viele Gemeinsamkeiten fest: Sowohl Nies als auch Konken betonten die unterschiedlichen Rollen und Funktionen von PR-Leuten und Journalisten als Teilnehmer am Kommunikationsprozess. Doch ein "distanziertes Miteinander" sei möglich, so Konken, wenn sich beide ihrer Rolle bewusst seien und nicht gegeneinander arbeiten. Kopplungsgeschäfte und Schleichwerbung lehnten beide Vorsitzenden entschlossen ab.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Gute Aussichten für die Schweizer PR-Branche

Mehr als die Hälfte der führenden PR-Schaffenden in der Schweiz rechnet für das laufende Jahr mit einem Anstieg der Kommunikationsbudgets. Die erwartete Zunahme liegt in der Größenordnung bis zu zehn Prozent. Jeder Fünfte geht aber von einem Anstieg im zweistelligen Prozentbereich aus. Dies geht aus der Branchenumfrage 2006 des Berufsregisters der Schweizerischen PR-Gesellschaft SPRG hervor. Gegenüber dem Vorjahr wird auch ein teilweise deutlicher Anstieg der Löhne für die qualifizierten PR-Schaffenden prognostiziert. Damit blickt die Schweizer PR-Branche so optimistisch in die Zukunft wie seit Jahren nicht mehr.

Im Rahmen der traditionellen Branchenerhebung, welche das Berufregister BR-SPRG in diesem Jahr zum dreizehnten Mal durchgeführt hat, wurden **erstmalig auch die Stundenhonorare** für die verschiedenen Berufsgruppen der PR-Branche erhoben. Die Befragten gehen für das Jahr 2006 von Stundenansätzen von 280 Franken für PR-Führungskräfte. Bei PR-Beraterinnen und -Beratern mit eidg. Diplom liegt die entsprechende Zahl bei 220 Franken. Für die übrigen Funktionen betragen die Stundenansätze 180 Franken (PR-Verantwortliche/PR-Redaktorinnen und PR-Redaktoren), 150 Franken (PR-Fachleute mit eidg. Fachausweis) und 110 Franken (Assistenz/Sekretariat).

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

WM-Hauptsponsor adidas im Fokus: Massive Arbeitsrechtsverletzungen

ArbeiterInnen des adidas-Zulieferers Hermosa Manufacturing in El Salvador litten jahrelang unter massiven Arbeitsrechtsverletzungen. Als die ArbeiterInnen allen Mut zusammen nahmen und im Mai 2005 eine Betriebsgewerkschaft gründeten, wurden sie von der Arbeit suspendiert. Ein klarer Bruch des adidas-Verhaltenskodex. Seither protestieren die Arbeitslosen - trotz massiver Einschüchterungsversuche - vor den Fabriktoren. "adidas hat eine Verantwortung für uns



ArbeiterInnen. Wir haben jahrelang für adidas genäht. Seit nun zehn Monaten stehen wir ohne Einkommen da und wissen nicht, wie wir unsere Familien satt bekommen sollen. Und das nur, weil wir unser Recht wahrgenommen haben, uns in einer Gewerkschaft zu organisieren," so die Sprecherin der Hermosa-ArbeiterInnen Estela Ramirez, die in Hermosa bis zur Schließung arbeitete.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Zerfaß wird neuer Professor für Kommunikationsmanagement an der Uni Leipzig

Die Universität Leipzig verstärkt ihr Forschungs- und Lehrangebot im zukunftssträchtigen Bereich der Unternehmens- und Politikkommunikation. Mit Ansgar Zerfaß (40) konnte einer der profiliertesten PR-Forscher im deutschsprachigen Raum für die neu geschaffene Stiftungsprofessur für Kommunikationsmanagement in Politik und Wirtschaft gewonnen werden. Zerfaß wird das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie das Institut für Politikwissenschaft ab Juli 2006 verstärken.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Personalien

Sabine Klaas wird COO Trimedia Deutschland

Sabine Klaas (48), Geschäftsführerin Trimedia Frankfurt wird Chief Operating Officer von Trimedia Communications Deutschland. In dieser Funktion hat sie die operative Verantwortung für die vier Trimedia Standorte in Düsseldorf, Berlin, München und Frankfurt am Main. Dabei berichtet sie an **Bodo Kirf**, CEO Trimedia Deutschland und Vice President Trimedia International. Zusätzlich zu ihrem Frankfurter Job ist sie gemeinsam mit Kirf für die Geschäftsführung von Trimedia Düsseldorf zuständig und löst **Markus Gladbach** ab, der das Unternehmen zum 31. Juli verlassen wird.

Personalien compact (25) (15.KW-06)

01: **Stephan Pohlkamp** (29) arbeitet jetzt als PR-Berater bei der PR- und Marketing-Agentur Between Us! in München. Er kommt von der Münsteraner Agentur K + G.

02: **Anja Koring** (26) und **Constanze Kernbach** (25) sind die neuen Volontärinnen in der Bergmoser + Höller Agentur - Kommunikationsberatung + Sozialmarketing in Aachen.

03: **Mario Huaroto Levy** (26) wechselte von der ortsansässigen Agentur komm.passion Bönig & Company als neuer Mitarbeiter zur PR-Agentur Straub & Linardatos in Hamburg.

04: **Christoph Ottiger** (39) wurde vom Stiftungsrat zum neuen Direktor des SPRI Schweizerisches Public Relations Institut in Zürich ernannt.

05: **Heinrich Doppler** (59), Staatsrat a.D. der Hamburger Wirtschaftsbehörde wird neuer Partner von CNC Communications & Network Consulting, München und wird die Präsenz in Berlin weiter ausbauen.

06: **Felix Ludes** (26) verstärkt als Projektmanager das Team von Andreas Weber Global Communication in Mainz. Er kommt von der Schmidt und Kaiser Kommunikationsberatung in München.

07: **Wolfgang Heer** ist neuer Pressesprecher des VATM Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten in Köln. **Andreas Gerdau**, bisheriger Ansprechpartner für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wechselt als Geschäftsführer in eine Kölner Kommunikationsagentur.

08: **Thomas Minkus** (41), Marketingdirektor der Frankfurter Buchmesse ist nun auch Pressesprecher - als Nachfolger von **Holger Ehling**. Hausintern rückte **Carolin Vogel** (31) zur neuen Leiterin der Abteilung Presse und Unternehmenskommunikation auf.

09: **Christoph Schmitz** (40) wechselte vom "Bild"-Hauptstadtreporter als neuer Pressesprecher zur Bundestagsfraktion von Grüne/Bündnis90. Er wird Nachfolger von **Dietmar Huber**.

10: **Eckhard Zanger** (44) wird am 1. Mai neuer Leiter Unternehmenskommunikation der MTU Aero Engines in München - als Nachfolger von **Michael Hauger**. Dieser wechselte als Leiter Corporate Media Relations zu EADS European Aeronautic Defence and Space Company. Zanger kommt von T-Systems.

11: **Henning Stegmayer** (38) übernimmt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Universal-Investment-Gesellschaft in Frankfurt am Main. Er kommt von der ortsansässigen Trimedia Communications.

12: **Detlev Rossa** (52) hat (hausintern) als Nachfolger von **Marion Sommerwerck** die Pressesprecherfunktion der Deutschen Messe in Hannover übernommen.

13: **Ute Schirra** (41) leitet jetzt die gesamte Marketingkommunikation bei ResMed Deutschland in Maftrinsried - als Nachfolgerin für die in den Mutterschutz gegangenen **Heike Geiling**.

14: **Christian Beusch** (59) wird am 1. Juni Leiter Unternehmenskommunikation der Visana Krankenversicherung in Bern/Schweiz.

15: Neue Pressepositionen bei NBC Universal Global Networks Deutschland in München: **Julia Teufel** (29) ist neue PR-Managerin für "Das Vierte". **Veronika Weiß** (27) macht diesen Job für den Sender "13th Street" (Vorgängerin **Eva-Maria Menache** (30) wechselte zu kabel eins). Aus der Elternzeit zurück und wieder aktiv dabei sind **Phaedra Jeta** (38) als stellv. Kommunikationschefin von NBC Universal und **Katja Kohler** (35) als Sprecherin des Senders "Sci Fi".

16: **Isabella Silberberger** (29) wird bei Ask.com neue Marketing- und PR-Managerin. Sie kommt von wissen.de.

17: Bei Publicis Public Relations (GPRA) gibt es im zweiten Quartal personelle Verstärkung mit fünf neuen Junior-PR-Beratern. Im Berliner Büro sind das **Henriette Spyra** (26), **Florence Marin** (25) und **Florian Schalke** (28). Und in Frankfurt starten **Saskia Hohbein** (24) und **Nicole Schindler** (26).

18: **Klaudia Martini** (55), ehemalige rheinland-pfälzische Umweltministerin und Kommunikationsvorstand der Opel AG in

Rüsselsheim arbeitet jetzt in der Rechtsanwalts- und Wirtschaftsprüfer-Partnerschaft Nörr Stiefenhofer Lutz in München.

19: **Marliese Kalthoff** (42), Geschäftsbereichsleiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Edeka-Gruppe in Hamburg übernimmt nach dem Weggang von **Robin Spencer** (45 - geht zur Metro) auch den Bereich Marketing/Vertrieb. Das Ressort soll als Corporate Communications-Bereich aufgebaut werden.

20: **Gerda Königstorfer** (34) wurde neue Unternehmenssprecherin des oberösterreichischen Feuerwehrausrüsters Rosenbauer in Leonding. Ihre bisherigen Aufgaben für Investor und Public Relations führt sie weiter.

21: **Guido Hannich** macht hausintern Karriere und ist jetzt General Manager Marketing und Kommunikation beim Autoimporteur Suzuki in Bensheim

22: **Christian Ahrens** (41) ist jetzt neuer Produktmanager für das Radioangebot der Hamburger dpa-Tochter news aktuell.

23: **Björn Radke** (55) ist jetzt neuer Pressesprecher der WASG - Die Wahlalternative Arbeit & soziale Gerechtigkeit in Berlin.

24: **Frank Hülsmann** (37) wurde als Nachfolger von **Ulrike Schlosser** neuer Leiter Investor Relations der Deutschen Lufthansa in Köln.

25: **Venera Souleimanova** (27) und **Sven Humann** (28) verstärken das Team von Möller Horcher Public Relations, Offenbach im neuen Büro Dresden.

- Anzeige -

kommunikationsmanager

>kommunikationsmanager

Das Forum für Entscheider

Kommunikationsmanagement ist eine strategische Aufgabe, deren Stellenwert in den Unternehmen stetig steigt. Der >kommunikationsmanager bildet die Leistungsfähigkeit der Profession ab und dokumentiert den vielfältigen Anteil von Kommunikation an der Wertschöpfung.

Das redaktionelle Profil ist dabei von vier Essentials geprägt:

- Integrative Perspektive
- Communication Excellence
- Wissenschaft und Praxis
- Internationale Plattform.

Sichern Sie sich Ihr **kostenloses Probeexemplar** unter www.kommunikationsmanager.com. Sie möchten mehr über den >kommunikationsmanager wissen? Unter verlag@kommunikationsmanager.com stehen wir Ihnen gern Rede und Antwort.

Etats

Etats compact (17) (15.KW-06)

01: Toshiba-Design-Wettbewerb (Organisation),
???
an: **PR-Com**, München

02: Exact Software Deutschland, München
an: **Dr. Haffa & Partner Public Relations**,
München

03: Homeway, Neustadt bei Coburg
(Multimedialverkabelung)
an: **PR-Agentur Große & Partner**, Berlin

04: Telekommunikationsdienstleister F-24,
München
an: **Ahrens & Bimboese** Agentur für
Kommunikation (GPRA), Frankfurt am Main /
Büro München

05: State Street Global Advisors + State Street
Bank, ???
an: **Citigate Dewe Rogerson**, Frankfurt am Main

06: Alcatel SEL (SolutionTour), ???
an: **Eyecansee Communications**, Hamburg

07: MWB Wertpapierhandelshaus, ??? +
UmweltDirectInvest, Nürnberg
an: **ComMenDo Agentur für
UnternehmensKommunikation**, München

08: World Design & Trade, London
(Textilkollektion Firetrap)
an: **Krauts PR**, München

09: Deutsche Kontinenz-Gesellschaft, ???
an: **Fleishman-Hillard Deutschland**, Frankfurt am
Main

10: The MathWorks (Technical Computing-
Software), München
an: **Text 100 Public Relations** (GPRA), München

11: Bahn TV, Berlin
an: **Atkon**, Wiesbaden

12: Rieter Werke, Konstanz
an: **twocommit group**, Konstanz

13: Möbelhersteller Adform Spahn + Ahr Service +
Johanniter-Unfallhilfe LV Nord
an: **Public Relations v. Hoyningen-Huene**
(GPRA), Hamburg

14: Creative (Anbieter von Multimedialösungen),
Unterföhring
an: **Fleishman-Hillard Deutschland**, Frankfurt am
Main / Büro München

15: Designerin Miranda Konstantinidou, Hamburg
(Schmuckmarke "Konplott")
an: **ad publica Public Relations**, Hamburg

16: Jumbo Jülich (Extremfahrzeughersteller), Jülich
an: **Achtung Fijsh! Text und Kommunikation**,
Jülich

17: Westland Holland (Vermarkter von
Käseprodukten), Huizen/Niederlande
an: **:relations Gesellschaft für Kommunikation**,
Frankfurt am Main

- Anzeige -

Geschenk-Lose der Aktion Mensch

"Da hätte ich auch früher drauf kommen können ...", werden Sie gleich sagen. **Denn Lose der Aktion Mensch sind ein ideales Marketing-Instrument.** Zur Kundengewinnung. Zur Kundenbindung. Als Prämie, Preis oder Incentive. Beste Gewinn-Chancen verbinden sich dabei mit vielfältigem sozialen Engagement: Mehr dazu unter www.aktion-mensch.de/lotterie.

Branche

Molthan van Loon wächst auch im dritten Jahr zweistellig

Molthan van Loon Communications Consultants GmbH (GPRA) wächst weiter: Mit einer Steigerung des Honorarvolumens in 2005 um 13,5 Prozent auf 3,16 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr (2,79 Mio. Euro) vermeldet die Kommunikationsberatung eine weiterhin erfolgreiche Entwicklung, die weit über dem Branchentrend von sieben Prozent liegt. Damit hat Molthan van Loon im dritten Geschäftsjahr seit Gründung das Honorarvolumen ebenso verdoppelt wie die Zahl der Mitarbeiter. Seit Beginn des Jahres 2006 arbeiten 35 Berater in den neuen Büros in der Hamburger Hafencity. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

...die Trimedia-Karikatur Nr. 2 (Branche)



Eine Karikatur von Thomas Plassmann, Essen. © Trimedia Communications Deutschland, Düsseldorf.

Branche compact (6) (15.KW-06)

01: In München gibt es eine neue PR-Agentur: **Jochen Sattler + Partner Mediaoffice**. Schwerpunkt ist die crossmediale Vernetzung von PR und Pressekampagnen.

02: **Kernaussagen von Klaus Eck, PR-Blogger**, München im zweiten Euthority Podcast-Interview **zu Social Software, Corporate Weblogs und Weblog-Monitoring**. 1. Bei Social Software steht der usergenerierte Content wieder im Vordergrund.-- 2. Jedes Unternehmen sollte sich als erstes einmal klarmachen, „wer beschäftigt sich mit mir“ – ich nenne das Blog-Monitoring.--- 3. Unternehmen, die über ein eigenes Corporate Weblog verfügen, haben sie viel größere Möglichkeiten zu Reagieren.--- 4. Mit einem eigenen Corporate Weblog lässt sich die eigene Reputation besser steuern.--- 5. Die klassischen Medien verlieren an Einfluss, weil die Zielgruppen immer kleiner werden und sie diese einfach nicht effektiv erreichen können – im Gegensatz zu Blogs.--- 6. In fünf Jahren sieht die PR völlig anders aus, weil sich die Art verändert, mit den Kunden zu kommunizieren.--- 7. Die direkte Kundenkommunikation wird wichtiger und individueller.

03: In Berlin gibt es jetzt den **moderatorenpool berlin** (www.moderatorenpool-berlin.de). Die Agentur vermittelt aus Funk und Fernsehen bekannte Moderatoren.

04: Die **Agentur CP/Compartner** mit Zentrale in Essen und Büro in Berlin hat vergangenes Jahr ihren Honorarumsatz um 14 Prozent von 5,1 auf 5,8 Mio. Euro erhöht. Die Anzahl der Mitarbeiter stieg auf 67 feste und zirka 30 freie.

05: **apt communication – neues Kommunikationsnetzwerk** (ein Team von PR- und Marketingfachleuten, Grafik-Designern und Programmierern) ist an den Start gegangen. Die Netzwerkpartner bieten passende und treffende (engl.: apt) Dienstleistungen für kleine und mittelständische Unternehmen auf regionaler und nationaler Ebene.

06: 29 Gold-Awards verliehen die drei Fachjurys beim 14. „**COMPRIX – Preis für innovative Healthcare-Communication**“ (2005: 27 Gold-Awards). Drei davon gehen nach Österreich. Die Preise werden am 12. Mai in Köln (Theater am Tanzbrunnen) verliehen. Dann werden auch die Preisträger erstmals öffentlich genannt.

Medien

Medien compact (3) (15.KW-06)

01: Die **Marktanteile der Fernsehsender im März** sehen bei den Zuschauern ab drei Jahren wie folgt aus: Die ARD liegt mit 13,7 Prozent knapp vor dem ZDF mit 13,6 Prozent, an dritter Stelle dicht dahinter: RTL mit 13,4 Prozent. Auf den Plätzen vier bis sechs (keine Rangänderung): Sat.1 (10,6 %), ProSieben (6,8 %) und Vox (4,6 %).

02: Der **BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter**, Berlin hat's ermittelt: von 1.350 Titeln erscheinen 90 Prozent im klassischen **Zeitungsformat** und 10,2 Prozent im kleineren Tabloid-Format. Bei den Zeitungsformaten werden dabei alle drei Formate genutzt (nach Größe gestaffelt): Norddeutsches (1,5 %), Rheinisches (40,3 %) und Berliner (34,9 %) Format. Anzeigenblätter erscheinen mit 30 bis 40 Prozent redaktionellem Inhalt.

03: Das statistische Amt der Europäischen Gemeinschaften, **Eurostat**, hat eine neue Studie zu Nutzung und **Verbreitung des Internets in der EU** vorgelegt. Demnach nutzen 43 Prozent der Privatpersonen mindestens einmal in der Woche das Netz; über 89 Prozent der Unternehmen haben eine eigene Webseite. Vor allem die Verbreitung von Breitbandanschlüssen in Privathaushalten ist von 15 auf 23 Prozent deutlich gestiegen. Insgesamt - also einschließlich der Breitbandnutzer - verfügen jetzt 48 Prozent aller europäischen Haushalte über einen Zugang zum Internet.

Service + Tipps

BIBB-Lehrstellen-Studie: Jeder zweite Bewerber scheitert

Anne Seith, Spiegel online, berichtet am 7. April: Rund 1.900 Schulabgänger interviewten die Forscher des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) über ihre Erfahrungen bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz - **das Ergebnis ist dramatisch: Jeder zweite Schulabsolvent, der auf der Suche nach einer Lehrstelle war, ging im vergangenen Jahr leer aus.** Ende

September 2005 standen den Hochrechnungen zufolge noch rund 200.000 Bewerber ohne Lehrstelle da. Die **offizielle Ausbildungsplatzstatistik** der Bundesagentur für Arbeit (BA) zählte dagegen Ende September nur rund 40.900 erfolglose Bewerber.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Service compact (6) (15.KW-06)

01: Ausländer, die in **Hessen** einen deutschen Pass beantragen, müssen ihr **Wissen über Deutschland in einem Test** beweisen. Testen Sie sich selbst, ob Sie es schaffen würden... Eine Auswahl der Originalfragen hat Financial Times Deutschland hier veröffentlicht: www.ftd.de/politik/deutschland/56873.html?nv=wt. Zum hessischen Einbürgerungskonzept und dem kompletten Fragebogen auf der [Homepage des Landesportals Hessen](#).

02: **Journalisten sollen zukünftig vor Strafverfolgung geschützt werden**, wenn sie Recherchen veröffentlichen, die sie mit Hilfe von Informanten gewonnen haben. Diese Forderung richtet der Deutsche Journalisten-Verband an den Deutschen Bundestag. Anlass sind die Anklagen der Justiz gegen zwei Journalisten wegen einer Veröffentlichung in der Berliner Zeitschrift "Cicero". DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken und der Vorsitzende des Vereins Berliner Journalisten, Gerhard Kothy, begrüßen deshalb die Gesetzesinitiativen der Grünen sowie der FDP im Bundestag, die einen besseren gesetzlichen Schutz für journalistische Recherche sicherstellen wollen. Das soll nach den Gesetzentwürfen etwa dadurch geschehen, dass die Verletzung von Dienstgeheimnissen durch Veröffentlichung nicht mehr strafbar ist. Die Gesetzentwürfe enthalten weitere Vorschläge zur **Stärkung des Informantenschutzes und des Redaktionsgeheimnisses**, z.B. den Schutz vor Herausgabe von Verbindungsdaten der Telekommunikation.

03: Die **Preise fürs Mobiltelefonieren** sind lt. Statistischem Bundesamt, Wiesbaden erneut gefallen: um 11,5 Prozent im März im Vergleich zum Vorjahresmonat.

04: Steinkühler - Kanzlei für Arbeitsrecht, Berlin meldet ein aktuelles Urteil: **Trotz Kündigung: Arbeitnehmer darf nicht von elektronischer Kommunikation im Unternehmen ausgeschlossen werden** - eine "Abkoppelung"

stelle eine Diskriminierung dar. Das hatte sich der Arbeitgeber aus Berlin so leicht vorgestellt. Sein gekündigter Arbeitnehmer sollte bis zum Ende des Arbeitsverhältnisses vom firmeneigenen Intranet und Internetzugang abgekoppelt werden. Die Mail-Accounts wurden gelöscht. Der Arbeitnehmer zog jedoch vor Gericht und das Arbeitsgericht in Berlin entschied jetzt, der Mitarbeiter sei wieder in die Kommunikation des Unternehmens einzubinden. Die Mail-Accounts seien ebenfalls wieder einzurichten. (ots)

05: Rechtzeitig vor der Fußball-WM erscheint für die Leser des **kressreport** eine neue Ausgabe von **KROLLselect**. Diesmal aktuell recherchiert: eine Auswahl der wichtigsten Tageszeitungen und Nachrichtenagenturen in Deutschland mit ihren Sport- sowie Wirtschafts- und Politik-Ressorts. Das handliche Booklet wird gemeinsam von kress und Kroll vertrieben.

06: Die Fachzeitschrift "Unicum" hat mal nach den **bekanntesten Jobbörsen** gefragt. Noch vor der "staatlichen" Arbeitsagentur (mit 17 %) landeten drei private bei den Absolventen auf den ersten drei Plätzen: Monster (39 %) vor Jobpilot (31 %) und Stepstone (30 %).

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Schweizer Krisengipfel 2006 an der Universität St. Gallen

Wie Schweizer Unternehmen, Verbände, Behörden und die Politik angesichts von Krisen, Skandalen und Naturkatastrophen professionell kommunizieren können, das diskutieren Führungskräfte, Kommunikationsverantwortliche und Agenturchefs beim "Schweizer Krisengipfel 2006" am 8. Juni an der Universität St. Gallen. Die Krisenreaktion des Bundes im Fall einer Epidemie, das Ereignismanagement der SBB und die Krisenorganisation von Skyguide sind nur drei Themen, die im Rahmen der internationalen Fachtagung in Fallstudienvorträgen erörtert werden. Journalisten gehen in Krisenfällen nicht immer zimperlich mit Behördenchefs, Vorstandsvorsitzenden und anderen Beteiligten um. "Der Grat zwischen notwendiger journalistischer Aufklärungsarbeit und dem Schutz der Interessen Betroffener ist zuweilen recht schmal", sagt Krisengipfel-Gastgeberin

Miriam Meckel, Professorin für Medien- und Kommunikationsmanagement an der Universität St.Gallen. Infos: www.krisengipfel.ch.

Kongress zur Krisenkommunikation war voller Erfolg

Am 8. April ist der erste studentische Kongress zur Krisenkommunikation an der Technischen Universität in Ilmenau erfolgreich beendet worden. Mit einer abschließenden Podiumsdiskussion gelang Studenten und Krisenexperten aus ganz Deutschland der Höhepunkt von zwei erkenntnisreichen Tagen im Zeichen der Krisenkommunikation. 27 Referenten aus den Bereichen Agenturen, Medien, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft standen im kritischen Diskurs mit 160 Studenten von über 30 deutschen Hochschulen. Unter dem schnell gefundenen Konsens, dass jede Krise anders sei, wurde in verschiedenen Vorträgen und Themenarenen nach Wegen zum Lösen verschiedener Krisen gesucht. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Termine compact (16) (15.KW-06)

01: Der 3. **Careers Day Public Relations** findet am 30. Juni in Münster statt. Die einzigartige Karriereveranstaltung speziell für die PR-Branche zum dritten Mal im Schloss Münster statt. Der ganztägige Event verbindet eine Fachmesse mit einem PR-Kongress und wird vom Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität und hier von PR-Professorin Ulrike Röttger und ihren Mitarbeitern organisiert. Infos: www.careersday-pr.de. Im Rahmen des PR-Kongresses stehen 14 Themen-Panels sowie eine Podiumsdiskussion zu dem brisanten Thema „Alles nur gekauft? **Wie eng dürfen Journalismus und PR zusammenarbeiten**“ auf dem Programm. Die Themen-Panels befassen sich mit besonders spannenden Arbeitsfeldern für PR-Praktiker und beleuchten aktuelle Branchentrends – zum Beispiel die Bereiche Corporate Social Responsibility oder interkulturelle Kommunikation.

02: Innovationen und ihre erfolgreiche Platzierung im Markt sind entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Eine wichtige Voraussetzung dafür ist die richtige Kommunikationsstrategie. Das Qualifizierungsprogramm **!communicate!** bietet vom 21. bis 24. Juni 2006 im Schlosshotel Liebenstein (bei Stuttgart) ein **Executive Training**

für Kommunikationsprofis und General Manager zum Thema „Managing and Communicating Innovation“ an. Infos: www.communicate-program.de/et/innovation.

03: Am 31. Mai und 1. Juni trifft sich die Kommunikationsbranche beim **hamburger dialog 2006** im CCH. Thema: "Breaking the rules. Unternehmen und Medien - Mit Tabubruch auf Erfolgskurs?". Infos: www.hamburger-dialog.de.

04: Das Veranstaltungsprogramm der **media workshops von news aktuell**, Hamburg für Mai bis Dezember 2006 ist online: www.mediaworkshop.newsaktuell.de. Der nächste Workshop zum Thema "**Krisen-PR**" findet am 27. und 28. April in Hamburg statt.

05: Die **Friedrich-Ebert-Stiftung** veranstaltet vom 15. bis 19. Mai in Hamburg das **Seminar "Die Nachricht - Alles, was man darüber wissen muss und wie man sie produziert."** Infos bei: marion.wolf@fes.de.

06: Am 24. Mai veranstalten das **Institut für Verbraucherjournalismus** (ifv) und ddp/Dow Jones in Berlin das **Seminar "Was Journalisten nutzt. Mit Nutzwert die Pressearbeit verbessern."** Infos: www.institut-verbraucherjournalismus.de.

07: Seit April 2006 **schult com+plus seine Teilnehmer in eigenen Seminarräumen**. Die Praxisworkshops des PR-Fernstudiums werden am Standort Münster von nun an im neu eingerichteten Inhouse-Schulungszentrum abgehalten. Um den Dialog zwischen Kursteilnehmern, Dozenten und dem com+plus - Team noch stärker zu fördern, sind die Schulungsräume direkt an das Büro der com+plus angebunden. Neben einem großen Seminarraum verfügt das Schulungszentrum über einen PC-Pool inkl. Internetzugang sowie über einen Gruppenarbeitsraum und eine PR-Bibliothek.

08: Was sind die Hintergründe der täglichen Skandale, Katastrophen und Manipulationen? Ist die Welt so schlecht oder suggerieren Massenmedien nur einen Abwärtsstrudel auf ihrer chronischen Jagd nach der Quote? Die kommende Veranstaltung von "**Seite Eins – Meinungsmacher im Dialog**" am 23. Mai im Congress Center Düsseldorf klärt diese Fragen mit Journalisten, Medienkritikern, Prominenten, und Entscheidern. **Thema: „Skandale,**

Katastrophen, Manipulationen – Zeigen Massenmedien noch die Wirklichkeit?“. Infos: www.seite-eins-nrw.de.

09: Die International Coach Federation hat **Birgitt E. Morrien**, PR-Expertin und Autorin mit eigenem Weblog „coaching-blogger.de“ am 27. April in den Düsseldorfer Wirtschaftsclub eingeladen. Dort wird die 46-Jährige ihr ganzheitliches **Beratungskonzept "DreamGuidance"** vorstellen, das laut Klienten, Unternehmen und Presse überraschend erfolgreich ist. Infos: www.cop-morrien.de.

10: Am 1. und 2. Juni veranstaltet die **depak** Deutsche Presseakademie, Berlin die **Fachtagung "Interne Kommunikation"**. Moderator Hajo Schumacher: "Es geht um die Frage, wie man in Zeiten permanenten Wandels glaubwürdig und wirkungsvoll vor allem jene mit Informationen versorgt und motiviert, die das Unternehmen tragen: die Mitarbeiter." Infos: www.depak.de.

11: Die diesjährige **Jahreskonferenz von netzwerk recherche** am 19./20. Mai in Hamburg dürfte durch die jüngst veröffentlichten und kontrovers diskutierten Medienkodex zusätzlich interessant werden. Thema: Mehr Qualität durch Recherche - Von der Kür zur Pflicht." Infos: www.netzwerkrecherche.de.

12: Um **professionelles Texten** geht es bei Seminar von **Euroforum** vom 31. Mai bis 2. Juni in Düsseldorf. Infos: www.euroforum.de.

13: Europas größter Corporate Publishing Kongress (mit Preisverleihung "BCP Best of Corporate Publishing 2006") findet am 28. Juni in München statt. Veranstalter: Forum Corporate Publishing (**FCP**). **Thema: "Community Publishing - Neue Strategien zum Unternehmenserfolg."** Infos: www.bcp-award.com.

14: Das neue **Seminarprogramm der AFK** Akademie Führung und Kommunikation, Oberursel von Mai bis August 2006 gibt es hier: www.afk-online.com.

15: Das **Malik Management-Zentrum** St. Gallen lädt am 4. Mai zur Tagung "Human Resources im Mangement" ein. Infos: www.malik-mzsg.ch.

16: Die **WAK** Westdeutsche Akademie für Kommunikation veranstaltet am 13. Mai in Köln zum zweiten Mal das **Tagesseminar „Agentur-Controlling“**. Das Seminar, das von den beiden

BWL-Professoren Wilfried Leven und Ulrich Stangl geleitet wird, war beim letzten Mal innerhalb einer Woche ausgebucht. Zielgruppe sind Mitglieder der Geschäftsführung sowie Fach- und Führungspersonal mit Budget- und Personalverantwortung aus Agenturen. Infos: www.wak-koeln.de.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Wirtschaftsentwicklung heute und in der Ex-DDR



Guten Tag! „Ansatzweise“ herrscht bei uns eine ähnliche Situation wie in der „Spätphase der DDR“, sagt Prof. Meinhard Miegel – und erntet Entrüstung, zeigen doch augenblicklich Umfragen bei Verbrauchern und in der Wirtschaft, daß es aufwärts geht.

Was hat die Spätphase der DDR gekennzeichnet? Zunehmende Staatsverschuldung ohne Aussicht, diese wieder abzubauen zu können. Haushaltslöcher, die mit Krediten vom Klassenfeind, so bei Banken der Bundesrepublik, gestopft werden mußten. Das Geld für Investitionen fehlte. Arbeitslosigkeit herrschte im Übermaß und wurde durch „Beschäftigung ohne Arbeit“ in den staatlichen Betrieben kaschiert. Karrieren wurden über die Parteizugehörigkeit gemacht. Die Überwachung der Bürger mit allen vorhandenen Mitteln und in allen Lebensbereichen wurde immer umfassender. Die „Staatsorgane“ verbogen Gesetze. Die Abgeordneten der Volkskammer mußten jeweils mit den Regierenden stimmen. Die Bürger resignierten und interessierten sich immer weniger für Politik nach dem Motto, es ist ohnehin nichts zu ändern.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Pfeffer&Salz&Senf

Salz: Frisch von der Roadshow zurück

Ein schon immer piekfeines Hotel bei Palma de Mallorca wurde für viele Millionen Euro renoviert und personell auf Vordermann gebracht. Es promotet sich vor Ostern, frisch aus dem Ei gepellt, per Roadshow an ausgesuchten Plätzen Europas. So auch im prominenten Privathotel "Schloss Bensberg" bei Köln.

Von 400 Eingeladenen kamen 300 - Rheinländer feiern eben gerne. Im Ballsaal sind Bildwände aufgebaut, Filmbilder und Text laufen aneinander vorbei, wahrscheinlich absichtlich. Auf einer Bühne gibt's Gitarrenklänge, dazu Cava, Weine und Sprudel satt, Häppchen, kurze Reden, Büffet. Auch Tee, Trinkschokoladen, Kaffee, Zigarren und Whisky. Und ein Gewinnspiel. Man trifft nur nette Leute. Das macht Laune, Emoción espanol. Nach zwei Stunden senkt sich der Spannungsbogen.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Themen der Zeit (Autorenbeiträge)

PR und soziale Software: Die Bedeutung der Blogosphäre für die PR



von Gernot Brauer, München
(BrauerMUC@aol.com)

Die Zahl der Weblogs verdoppelt sich nach Expertenschätzungen derzeit alle fünf Monate. Bei täglich 40.000 bis 80.000 neuen Blogs hat die Blogosphäre bis zum Frühjahr 2006 die ohne spezielle Suchmaschinen längst unübersehbar gewordene Breite von 30 Millionen Weblogs erreicht – Tendenz weiter stark steigend. Auch ihr Publikum zählt nach Millionen: Neun Prozent allein der Amerikaner lesen Blogs regelmäßig, das heißt mindestens einmal pro Woche. Bezogen auf die 120 Millionen amerikanischer Internet-Benutzer hat bereits jeder vierte oder fünfte US-User die Blogosphäre für sich entdeckt – vor drei Jahren war das erst jeder zehnte. Allerdings ist dieser Anteil im Jahr 2005 nach Gallup-Angaben nicht weiter gestiegen; und die Mehrheit der US-Amerikaner, die sich entschieden hat, von Blogs keine Notiz zu nehmen, ist von 63 auf 66 Prozent sogar leicht angewachsen.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Internes – aus der Redaktion

**Die folgende Information betrifft nur PR-
Agenturen und selbstständige PR-
Berater/innen!!!**

PR-Agenturregister + PR- Qualitätsranking mit Benchmark

Die Agenturdatenbank im „PR-Journal“ muss laufend aktualisiert und vervollständigt werden. Deshalb haben wir unseren Fragebogen diesem Newsletter als PDF „angehängt“. Es wäre toll, wenn Sie sich ein paar Minuten Zeit nähmen, um ihn auszufüllen. Bitte senden ihn dann per Post, Fax oder Mail zurück. Denn wir wollen ja Ihre aktuellen Daten im PR-Register unseres PR-Journals mit über 1.700 Agentur- und Berater-Einträgen drin haben.

Wie Sie sicher auf unserer Website www.pr-journal.de im Bereich „Datenbanken I“ (www.pr-journal.de/startseite-datenbanken-i-agenturen-.html) bei den jeweiligen Agentureinträgen sehen können, verlinken wir die uns vorliegenden Informationen der verschiedenen Datenbanken – auch mit den Einträgen im PR-(Umsatz)Ranking. Außer auf den (kostenpflichtigen) Datenbank-eintrag und ein gebuchtes Agenturporträt werden künftig auch noch Crossverlinkungen zum geplanten PR-Websitecheck und zum PR-Qualitätsranking von Benchmark, Hamburg erfolgen.

Sollten Sie sich für einen Agentureintrag mit kompletter Anschrift und verlinkter E-Mail-Adresse und URL (für nur 60 Euro jährlich) oder alternativ für den ausführlichen Datenbankeintrag (für 180 Euro jährlich) entscheiden, kreuzen Sie dies bitte auf dem Fragebogen an. Wir freuen uns auf Ihre Mitwirkung. Sie werden dann künftig von potentiellen Auftraggebern besser gefunden (wir haben derzeit über 8.000 Besucher im Tagesdurchschnitt – die Agentursuche wird bereits von über 40.000 Interessenten jährlich angeklickt!).

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 19 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/Jobgesuche/

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 21 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

www.pr-journal.de/Jobangebote/Volontariat-Trainee-Praktikum/

Die weiteren Angebote:

In Agenturen

Titel [Junior PR-Berater/in bei Hill & Knowlton Frankfurt](#)

Titel [Junior PR-Berater/in oder Texter/in in Hannover](#)

Titel [Weber Shandwick Hamburg sucht einen Brand/Consumer PR-Berater \(w/m\)](#)

Titel [Online-Redakteur \(m/w\) für unseren Standort München](#)

Titel [Kölner Agentur sucht PR-Assistenten](#)

Titel [PR-Berater\(-in\)/PR-Redakteur\(-in\) bei Kölner Agentur](#)

Titel [CP/COMPARTNER in Essen sucht PR-Berater/in](#)

Titel [PR-Redakteur/in bei CP/COMPARTNER in Essen](#)

Titel [Zallmann Marketing in Siegen sucht Mediengestalter \(Fachrichtung Mediendesign\)](#)

Titel [Key Account Manager \(m/w\) bei Zallmann Marketing in Magdeburg](#)

Titel [Agentur in München sucht PR-Assistent/in](#)

Titel [PR-Berater/in bei Johanssen+Kretschmer in Berlin](#)

Titel [Burson-Marsteller Frankfurt sucht Account Manager und Seniorberater](#)

Titel [PR-Assistent/in bei Hansmann PR in München](#)

Titel [PR-AssistentIn in Karlsruhe gesucht](#)

Titel [Hamburger Agentur sucht Junior-PR-Berater](#)

Titel [PR-Assistentin in Hamburg gesucht](#)

Titel [Pleon Kohtes Klewes Düsseldorf sucht PR-Redakteur/in](#)

Titel [MS&L sucht Sie als Berater](#)

Titel [fischerAppelt Frankfurt sucht PR-Berater/Campaigner \(m/w\)](#)

Titel [Agentur sucht PR-Berater/in für neues Büro in München](#)

Titel [Hill & Knowlton Communications Berlin sucht Teamassistent/in](#)

Titel [Consultant \(m/w\) Bereich Finanzkommunikation bei Pleon Kohtes Klewes Frankfurt](#)

Titel [ergo in Köln sucht Finanzredakteur/in](#)

In Verbänden

Titel [Save the Children sucht Mitarbeiter/in für Medienarbeit und Spenderkommunikation](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 10. April 2006 - 18:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **22.834 Empfänger** versandt.

Impressum:

© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer
Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer
Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 10 Absatz 3 MDStV) (pfeffer@pr-journal.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke@pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben@t-online.de), Neuwied; Volker Weber, Friedberg/Ts.

Ständige Kommentatoren: Dr. Stephan Hoursch, Frankfurt am Main (stephan.hoursch@klenkhorsch.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection@t-online.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg

Korrespondenten: Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver_buehler@web.de); Michael Bürker, München

(michael.buerker@commendo.de); Daniel Fazekas, Budapest/Ungarn (daniel.fazekas@mmdcee.com); Frank Hupke, Calgary, Alberta/Canada (frank_hupke@gmx.de); Stefan Munko, Berlin (munko@dprg-berlin.de)

Autoren: Daniel Barchet, Mannheim; Katja Bickelhaupt, Frankfurt am Main; Jan Birkenfeld, Braunschweig; Arne Borgards, Düsseldorf; Gernot Brauer, München; Lars-Christian Cords, Hamburg; Janine Döring, Düsseldorf; Rechtsanwalt Dominik Eickemeier, Köln; Oliver Fischer, Köln; Wolf-Dieter Gross, Berlin; Jörg Große, Hamburg; Andrejka Hage, Düsseldorf; Ines Hennig, Frankfurt am Main; Jörg Hoepfner, Leipzig; Andreas Hundt, Berlin; Christina Kahlert, München; Alexander Kirsten, Frankfurt am Main; Professor Dr. Joachim Klewes, Düsseldorf; Dr. Stefan Kombüchen, Heidelberg; Markus Laue, Hanau/Klein-Auheim; Dieter Last, Montabaur; Ralf Laumer, Marburg; Boris Mackrodt, Wiesbaden; Thomas Mavrides, Unteruhldingen; Lutz Meyer, Düsseldorf; Hajo Neu, Heidelberg; Jörg Pfannenberg, Düsseldorf; Manfred Pwiinger, Wuppertal; Lars Rademacher, Wolfsburg; Peter Radunski, Berlin; Jana Räschle, Düsseldorf; Christine Rauscher, Tübingen; Professor Dr. Lothar Rolke, Mainz; Lars A. Rosumek, Leipzig; Andreas Ryll, Mönchengladbach; Roland Schatz, Bonn; Corinna E. A. Schütt, Bad Soden-Salmünster; Dietrich Schulze van Loon, Hamburg; Julia Schweineberg, Münster; Chris Tang, Peking/China; Oliver Tschirdewahn, Meerbusch; Nicole Volmer, Düsseldorf; Dr. Stefan Wachtel, Frankfurt am Main; Ernst-Walter Wehner, Marktredwitz; Frank Wiesner, Biberach; Dr. Ansgar Zerfaß, Esslingen-Berkheim.

Marketing - MediaService: Ursel Reineke (marketing@pr-journal.de), Schloß Wolfsbrunnenweg 25, 69118 Heidelberg, Telefon: +49 (0)6221 165506 (Einträge Datenbanken I + II/Agenturen, Dienstleister, Ausbildung); Michael Seipelt (info@business-travel.de), Düsseldorf (Google-Werbung);

Anschrift:
Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)177 799.11.74

E-Mail: redaktion@pfeffer.de, redaktion@pr-journal.de, gerhard@pfeffer.de

URL: www.pr-journal.de, www.prjournal.de; www.pr-journal.at; www.pr-journal.ch; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info; www.pr-journal.net; www.agenturcafe.de, www.neues-prportal.de, www.prportal96.de; www.epikeros.de, www.pr-forum.de, www.pr-agma.de, www.pr-anzeiger.de, www.pr-monitor.de, www.pr-nachrichten.de, www.pr-infos.de, www.pr-marktplatz.de, www.przentrum.de.

Gerhard A. Pfeffer

Herausgeber und Chefredakteur
„PR-Journal“ (PRJ) + "agenturcafé"
Hauptstraße 12 a
53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 - 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 - 201.30.61
E-Mail: gerhard@pfeffer.de

Sehr geehrten Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

die Agenturdatenbank im „PR-Journal“ muss laufend aktualisiert und vervollständigt werden. Deshalb dieser Fragebogen. Ich wäre Ihnen sehr dankbar, wenn Sie sich ein paar Minuten Zeit nehmen, um ihn auszufüllen. Bitte senden ihn dann per Post, Fax oder Mail zurück. Denn wir wollen ja Ihre aktuellen Daten im PR-Register unseres PR-Journals mit über 1.700 Agentur- und Berater-Einträgen drin haben.

Wenn bei Ihrem Registereintrag außer dem vollständigen Adresseintrag auch die E-Mail-Adresse und die Homepage-URL verlinkt (anklickbar) dargestellt werden sollen, so vermerken Sie das bitte. Die Verlinkung kostet jährlich nur 60 Euro (+ gesetzl. MwSt.). Ansonsten bleibt es beim unverlinkten kostenlosen Grundeintrag. Wenn Sie sich zudem später mit Ihren ausführlichen Angaben in der Datenbank eintragen („upgraden“) lassen, werden die 60 Euro des verlinkten Adresseintrages angerechnet.

Der Eintrag kann jederzeit geändert und aktualisiert werden. Sie können außerdem eine Selbstdarstellung (ca. 3.000 Zeichen eigener Text + Logo + Foto) in der Rubrik „Datenbanken/PR-Agentur-Porträts“ bestellen - für 120 Euro Jahresbeitrag. Auf das Porträt wird dann natürlich vom Registereintrag und PR-Ranking aus verlinkt. Hinweisen möchte ich auch noch auf das neue PR-Qualitätsranking bei www.benchpak.com.

Die Einträge verlängern sich jeweils um ein weiteres Jahr, wenn sie nicht sechs Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt werden. Weitere interessante Werbemöglichkeiten auf unserer Homepage und im wöchentlichen Newsletter an über 22.500 Empfänger finden Sie auf der Homepage im Navigator unter Intern --> Werbung.

Mit freundlichem Gruß

Ihr Gerhard A. Pfeffer

Kurz-Fragebogen "AgenturRegister"-Grundeintrag im PRJ

Ihre Angaben

NAME DER AGENTUR /DER BERATERIN/DES BERATERS :

.....

STRASSE :

PLZ, ORT :

TELEFON : (mit Vorwahl)

TELEFAX : (mit Vorwahl)

E-MAIL-ADRESSE

HOME PAGE-URL

Bitte Zutreffendes ankreuzen:

- kostenloser Grundeintrag (nur Agentur-/Berater-Name + Ort - **unverlinkt**)
- Ich bestelle hiermit für 60 (o.MwSt.) Euro Jahresgebühr den Agentureintrag mit kompletter Anschrift + Verlinkung der E-Mail- Adresse und der Homepage-URL
- Ich bin an einem ausführlichen Eintrag in Ihrer Datenbank interessiert (Jahresgebühr: 180 Euro) und bitte um Zusendung des ausführlichen Fragebogens.
- Ich bin/Wir sind an einer Mitwirkung/Eintragung im PR-Qualitäts-Ranking von Benchmark, Hamburg (wird in Kooperation mit dem „PR-Journal“ erstellt) interessiert. Bitte informieren Sie uns. Agenturen, die sich eintragen lassen wollen, können bei uns (PR-Journal) einen Gutschein für einen kostenlosen Zwei-Monats-Testzugang im Wert von 60 Euro erhalten.
- Ich bestelle für 120 Euro Jahresgebühr ein Agentur-Porträt (eigener Text) - die Daten hierfür übersenden wir an agentur-portrait@pr-journal.de.

Datum: 2006

Unterschrift: