

PR-Journal-Newsletter

Nr. 89 / 46. Woche 2006

PR-Nusknacker zum zweiten...

Sie können noch Vorschläge einreichen! Es gilt, den zweiten Preisträger unseres neuen PR-Awards "PR-Nusknacker" für den Monat November 2006 zu finden. Wir fragen wieder nach guten PR-Ideen, positiv wirkenden PR-Kampagnen. Also schlicht nach Personen, Unternehmen, Verbänden, Behörden und sonstigen Ereignissen, von denen Sie meinen: die hätten einen PR-Preis für gute Leistungen verdient. Es sind weder große Begründungen, Konzeptionen oder Bewerbungsgebühren gefordert. Jeder Mann und jeder Frau können einreichen, ob als Auftraggeber oder Auftragnehmer daran beteiligt oder nicht. Alle informierten Kommunikationsmenschen sind aufgerufen, mitzumachen! **Klicken Sie also auf www.pr-nusknacker.de und melden Sie uns Ihre Vorschläge bis zum 17. November.** Alle weiteren Informationen zum neuen PR-Award stehen dort.

Seite.1

Bietet FAZ-Institut Anzeigen und Artikel im Paket an?

Unseriöses Angebot des Magazins "Kommunikationsmanager" aus dem Hause FAZ-Institut (Herausgeber-Partner: DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft) an die PR-Branche: für 10.000 Euro pro Jahr kann man Anzeigen, redaktionelle Beiträge und Konkurrenzausschluss "einkaufen". Über diese unglaubliche Geschichte schreibt Sebastian Vesper, Chefredakteur des "PR Report", in einem [Beitrag im Weblog "mediacoffee"](#). Den

Originalbeitrag von Ulrike Simon im Berliner "Tagesspiegel" vom 11. November [finden Sie hier](#). Ein weiterer Fall für den Deutschen Rat für Public Relations (DRPR)? Vielleicht auch nur die zufällig bekannt gewordene Spitze eines Eisbergs über unethische Usancen in der gesamten deutschen Fachpresse - trotz gegenteiliger pharisäerhaften Stellungnahmen?

PKV: Die verwirrende Geschichte eines PR-Desasters

Seit unserer Veröffentlichung "Verhalten des PKV ist auch ein PR-Skandal" vom 31. Oktober hat sich so viel zugetragen, dass es hier nur zusammengefasst wiedergegeben werden kann. Die Sache ist aber auch bedeutend für die Ethik der PR-Branche, beispielhaft für amateurhafte Public Affairs und für überheblichen, falsch verstandenen Lobbyismus. Deshalb ist es gut, dass sich am 10. November der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) unter Vorsitz von Horst Avenarius mit der Causa Protestaktion des PKV Verband der privaten Krankenversicherung befasst.

Zunächst hatte der PKV für seine Mitgliedsunternehmen einen Muster-Protestbrief verfasst und diese gebeten, die Briefe an ihre Versicherten weiterzugeben, damit diese dann in einer massenhaften Protestaktion Post an ihre Wahlkreisabgeordneten nach Berlin schicken sollten. Am 30./31. Oktober ist nun durch Pressemeldungen und öffentliche Äußerungen der SPD-Abgeordneten Andrea Wicklein, Marlies Volkmer und Frank Schmidt der Verdacht geäußert worden, dass einige der eingegangenen Briefe zumindest in ihrer Unterschrift gefälscht waren und die angeblichen Absender nichts von "ihren" Briefen wussten. Ein gefundenes Fressen für alle Medien von der FAZ, Spiegel, Handelsblatt über Tagesschau und Ärzte-Zeitung (seltsam nur dass "Bild" noch nicht laut gegeben hat). Und auch die Bundesregierung bat in Person des Staatssekretärs Klaus Theo Schröder vom Bundesministerium für Gesundheit um Aufklärung über die Unterschriftenaktion.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage. (siehe hierzu auch den Kommentar zum "Freispruch" des Deutschen PR-Rates.)



Studie: Rechtsextremismus in Deutschland keine Randerscheinung

Rechtsextreme Ansichten sind laut einer Studie (der Universität Leipzig im Auftrag der SPD-nahen Friedrich-Ebert-Stiftung) inzwischen in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Etwa jeder vierte Deutsche stimme ausländerfeindlichen Aussagen zu. Die Ansichten kommen inzwischen in allen Schichten, Regionen und Altersgruppen vor. Die Autoren der Untersuchung, Elmar Brähler und Oliver Decker, warnten bei der Vorstellung am 8. November in Berlin davor, Rechtsextremismus als Jugendproblem zu behandeln.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Personalien

Personalien compact (20) (46.KW-06)

01: **Andrea Güntzer** (38) ist die neue Pressesprecherin bei Monster in Bad Homburg v.d.H. für Zentral- und Osteuropa. Sie kommt von der Deutschen Börse in Frankfurt am Main .

02: **Matthias C. Baumgarten** (45) verstärkt als Account Director den Bereich Finanzkommunikation und Investor Relations bei GolinHarris in Frankfurt am Main. Er war zuvor bei der ortsansässigen equinet Communications tätig.

03: **Martin Mehler** (45) ist jetzt als Managing Director bei Gams & Schrage Healthcare in Krefeld.

04: **Andreas Gutjahr** hat seinen Job als Marketing Manager beim Internet-Forscher Nielsen/NetRatings aufgegeben und sich mit seiner Presseagentur Andreas Gutjahr Communications in London selbstständig gemacht.

05: **Stefan J. Rüter** (34) ist neuer Leiter des Vorstandsstabes Investor Relations bei Fraport in Frankfurt am Main. Er war zuvor bei Continental in Hannover.

06: **Horst Walter** (54) wechselte vom stellvertretenden Chefredakteurs-Posten der "Stuttgarter Zeitung" als Geschäftsführender Gesellschafter zur Head-Line, die Redaktion in Stuttgart. Am 1. Januar 2007 kommt noch **Michael Thiem** (38) von der "Esslinger Zeitung" dazu.

07: **Sven Zetzsche** (35) verantwortet künftig als Nachfolger von **Reinhard Paulig** die Bereiche Industriepolitik und politische Kommunikation bei Verband der Cigarettenindustrie in Berlin.

08: **Ina Neuberger** (39) arbeitet jetzt im Team von Straub & Linardatos in Hamburg - zuständig für Konzept und Strategie.

09: **Norbert Eder** (42) leitet als Vice President Corporate Communications die Pressearbeit und Public Affairs von Software, Darmstadt. Er kommt von debitel.

10: **Christof Fiscoeder** (39) hat die Leitung des Berliner Standortes von Weber Shandwick übernommen. Er folgt auf **Leopold Herbst**, der bisher das Agenturbüro führte. Fiscoeder wechselt von der Agentur Deekeling Arndt Advisors, für die er in Berlin am Standortaufbau mitgewirkt hat. Vorher leitete er die Online Unit von Pleon Berlin.

11: Die Möller Horcher Public Relations GmbH, eine auf IT- und High-Tech-Unternehmen spezialisierte PR-Agentur, hat zwei neue Mitarbeiter: **Anika Christin Buschmann** (25) und **Sebastian Ziegler** (25). Buschmann, die künftig in der Offenbacher Zentrale von Möller Horcher im Bereich Kontakt tätig ist, hat an der Bauhaus-Universität in Weimar studiert und ist Diplom-Kulturwissenschaftlerin. Ziegler verstärkt ebenfalls den Bereich Kontakt, allerdings in der Niederlassung von Möller Horcher in Freiberg bei Dresden.

MEDIEN-MONITORING

Für Großunternehmen und Verbände

www.kommunikationsanalysen.de / analysen@faz-institut.de

> Medienresonanzanalysen
> Zielgruppenanalysen
> Kommunikationsstrategien

FAZ-INSTITUT

PRIME RESEARCH

12: **Iris Kampf** (33) verstärkt nun das PR-Team von sunbeam in Berlin. Sie kommt von PubliKom Kommunikationsberatung in Hamburg.

13: **Stefano Lai** (45) verantwortet jetzt die Kommunikations- und PR-Abteilung und damit die weltweite Kommunikation der Benetton-Gruppe in Ponzano/Italien. Er kommt von der Vodafone-Unternehmenskommunikation.

14: **Tobias Goerke** (28) wurde zum neuen Juniorensprecher der DPRG-Landesgruppe Norddeutschland gewählt. ER ist Volontär bei Eyecansee Communications in Hamburg.

15: **Wolfgang A. Eck** (44) hat am 1. November die Leitung der Unternehmenskommunikation der Provinzial Rheinland Versicherungen in Düsseldorf übernommen. Er ist zugleich Pressesprecher der Unternehmensgruppe und kommt von der Deutschen Leasing AG.

16: **Tim Scholz** (31), PR-Berater unterstützt nun PR-Seniorberater **Frank Sanders** (35) im Team von Jung von Matt/relations in Köln. Neu dabei als Event-Assistent ist auch **Max Schmidt** (24).

17: **Silke Goedereis** (32) übernimmt als Senior Consultant neue Verantwortung bei der Berliner Agentur plan B communication. Weitere Verstärkung bekommt plan B communication von drei neuen PR-Beraterinnen: **Carola Scheffler** (26), **Maike Staemmler** (26) und **Kirstin Steffen** (25). plan B communication ist eine inhabergeführte Agentur, die sich auf Unternehmenskommunikation sowie Presse- und Medienarbeit spezialisiert hat. Inhaber sind **Hannes Bahrmann** (54) und **Ralf Beke-Bramkamp** (44).

18: **Stefan Siebner** (52) wechselte am 1. November von der IHK Berlin als Leiter Unternehmenskommunikation zur Berliner Immobilien Holding (IBH).

19: **Grit König** kehrt zu häberlein & mauerer agentur für public relations nach München zurück - als Unit Director.

20: **Klaus Müller** ist nun neuer Pressesprecher und Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Heide-Park Soltau.

Etats

Schröder+Schömb's PR baut Business mit Deutsche Telekom, Jägermeister und Rewe aus

Dreimal gute News bei Schröder+Schömb's PR in Berlin: Nach der Umbenennung der „miniMal“-Märkte im September in „Rewe“ wird nun auch die Event-Serie „Happy Family“ unter dem neuen Markendach integriert: ab 2007 lädt „Rewe Family“ hunderttausende Besucher in sechs deutschen Städten zum Feiern und Erleben ein.

Gute Nachrichten gab es für die PR-Agentur auch von der Deutschen Telekom: In einem mehrstufigen Auswahl-Prozess wurde die Zahl der PR-Agenturen des Bonner Konzerns reduziert auf einen festen Agentur-Pool. Schröder+Schömb's PR wird nach sieben Jahren Tätigkeit für den Geschäftsbereich T-Mobile künftig nun als Lifestyle-PR-Agentur auch für T-Com und T-Systems zur Verfügung stehen.

"Wild Girls" heißt die aktuelle Diskotheken-Promotion, die Schröder+Schömb's PR für Jägermeister entwickelt hat. Die Berliner Agentur berät die weltbekannte Spirituose bereits seit 2003 in Sachen PR und Brand Entertainment. „Als PR-Experten liefern wir nicht nur Event, sondern vor allem Content“, erklärt Gerald Schömb's das Konzept für die neuen Bundesländer.

Etats compact (11) (46.KW-06)

01: NTT Europe Online (Bereich Management Hosting), Neutraubling
 an: **index**, Berlin

02: Hotelkooperation Minotel Deutschland, Dachau
 an: **Montague & Capulet Public Relations**, München

03: DSLG Deutsche Service-Gesellschaft für Lebensqualität, Berlin
 an: **Die Brandenburgs**, Berlin

04: Artemis Laserklinik, Frankfurt am Main
 an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst

- 05: Curriculum - Möbel mit Berufserfahrung, Darmstadt
 an: **Agentur Zielgenau**, Mühlthal
- 06: Leirios (Lösungen für modellbasiertes Design von SoftwareTests), Besancon/Frankreich
 an: **PR-Com**, München
- 07: Sunseeker Germany (Luxusyachten), Hamburg
 an: **Yamaoka International Public Relations**, Hamburg
- 08: Deutsches Derivate Institut (DDI), Frankfurt am Main
 an: **Vocato public relations**, Köln
- 09: Unilever, Hamburg (Lipton Getränke)
 an: **komm.passion Bönig & Company**, Hamburg
- 10: Messe Düsseldorf (medica), Düsseldorf
 an: **news aktuell**, Hamburg (offizieller Pressepartner)
- 11: Novartis (Nukeosidanalogon Telbivudin + Aclasta), Nürnberg
 an: **Publicis Vital PR**, Köln

Branche

Neues europäisches Netzwerk für Kommunikationsprofis gegründet

Mehr als 100 Gründungsmitglieder aus ganz Europa haben ein neues Netzwerk für Kommunikationsverantwortliche aus europäischen Unternehmen, Verbänden und politischen Institutionen ins Leben gerufen. Die Teilnehmer des ersten Treffens unterzeichneten am 8. November in Brüssel die Gründungsurkunde für die European Association of Communication Directors (EACD), die die Interessen des Berufsstandes auf europäischer Ebene vertreten will. Die Versammlung wählte Herbert Heitmann, Leiter der weltweiten Kommunikation der SAP in Walldorf, zum Präsidenten.

Die Initiatoren sehen transnationale Kommunikation als Management-Disziplin von wachsender Bedeutung innerhalb der sich

erweiternden Europäischen Union an. Der EACD will durch Fachveranstaltungen Netzwerke unter seinen Mitgliedern entwickeln und diese weiterbilden. Zum elfköpfigen Präsidium gehört als Beisitzer auch Thomas Ellerbeck, Head of Corporate Communications & Government Relations von Vodafone D2 und Vizepräsident des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher (BdP). Weitere Informationen unter www.eacd-online.eu.

GPRA-Trendumfrage: PR-Umsatz steigt zweistellig

Den Mitgliedsagenturen der GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen, Frankfurt am Main, geht es gut. Nach einem Umsatzwachstum der PR-Branche in Höhe von ca. elf Prozent im Jahr 2005, geht es 2006 bei den GPRA-Agenturen mit durchschnittlich 13,5 Prozent zweistellig weiter. Keine der insgesamt 17 an der Trendumfrage teilnehmenden Agenturen verzeichnete Umsatzeinbußen, einzelne kleinere Agenturen melden sogar Umsatzsprünge bis zu 30 Prozent.

Die Zahl fest angestellter Mitarbeiter ist laut der Trendumfrage im laufenden Jahr bereits um durchschnittlich neun Prozent angezogen, Bedarf ist aber nach wie vor vorhanden. Befragt nach gewünschten Qualifikationen, Kompetenzen und Ausbildungsgängen dominieren die Forderungen nach akademischen Abschlüssen und ausgewiesener Strategie- und Beratungskompetenz.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Branche compact (8) (46.KW-06)

01: Presseverlage in Deutschland, Online-Dienste sowie medial grenzüberschreitende Großveranstaltungen **müssen künftig auf die Verbreitung von Markenwerbung für Tabakprodukte verzichten**. Der Bundestag beschloss am 9. November die Umsetzung einer entsprechenden Richtlinie der Europäischen Union in deutsches Recht. Der Zentralverband der Werbewirtschaft (ZAW) hat die EU-Richtlinie erneut scharf kritisiert. „Das Werbeverbot ist eine stumpfe Waffe. Durch die Zensur des Markenwettbewerbs wird auch nicht eine Zigarette weniger geraucht. Die Dachorganisation bedauert außerdem, dass die

Bundesregierung die Umsetzung der EU-Richtlinie betrieben habe, ohne das Urteil des Europäischen Gerichtshofs in dem von Deutschland angestregten Verfahren gegen das Tabakwerbeverbot abzuwarten. Die Werbebranche rechnet mit über 50 Millionen Euro weniger Werbeausgaben, die bisher in Printmedien investiert wurden.

02: PR Report Awards 2007: Noch eine Woche! Unternehmen und PR-Agenturen können ihre Unterlagen bis zum 17. November 2006 einreichen. Informationen und Teilnahmebedingungen: Dagmar Schlenker, Telefon: 040/69206-104 oder per E-Mail: events@haymarket.de.

03: Für ihr Konzept des Buches "PR-Leitfaden für Kliniken, Praxen und Pflegeeinrichtungen" (Arbeitstitel) geht der "**Public Relations Book Award 2006/07**" an Annika Urban aus Bremen. Aus den Einsendungen aus Deutschland, der Schweiz und den Niederlanden wählte die Jury ihr Konzept für die Sparte "branchenspezifische Public Relations" insbesondere wegen seiner klaren Bedarfsanalyse und Struktur sowie der aktuellen Relevanz und Praxisorientierung. Die Preisträgerin ist Diplom-Sozialwissenschaftlerin, Kommunikationswirtin und Pressesprecherin des katholischen Krankenhauses St. Joseph-Stift in Bremen.

04: Stefan Eggerstedt (41) gründet mit **CPF Marketing & Public Relations** in Hamburg eine neue PR-Agentur. CPF ist spezialisiert auf Finanzkommunikation und auf die Themenfelder Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility. Homepage: www.cpf-pr.de. Er war zuletzt in der Geschäftsleitung der PR-Agentur public imaging tätig.

05: Die internationale PR-Agentur **Weber Shandwick** stellte heute eine **neue Website vor -- reputationRx** (www.webershandwick.com/reputationrx). Diese umfassende Website ist eine topaktuelle Informationsquelle für das Reputationsmanagement mit neuesten Meldungen, Forschungsergebnissen, Erkenntnissen und Erläuterungen zum Thema Aufbau und Wahrung der CEO- und Unternehmensreputation.

06: PR-Com, München betreut mit derzeit 25 Mitarbeitern 25 Kunden. Nach sechs Jahren ist nun ein **Umzug** fällig - jetzt mit Blick ins Grüne in

Münchens Stadtmitte (Nußbaumstraße) - www.pr-com.de.

07: Im 15. Jahr ihres Bestehens hat sich **Neuland PR** in Leipzig ein neues Corporate Design gegönnt - welches sich auch im überarbeiteten Internetauftritt (www.neuland-pr.de) ausdrückt.

08: GlobalCom PR-Network, das internationale Netzwerk unabhängiger PR- und Marketingagenturen, meldet einen neuen Partner in Österreich: Die in Salzburg und Wien ansässige Agentur **Auer & Partner PR** ist auf Hotellerie und Tourismus spezialisiert und verstärkt somit GlobalComs Kompetenz in diesem wichtigen Markt.

Medien

Online-Diskussionsforum für die PR-Branche gestartet

Unter www.public-relations-forum.de wurde jetzt ein Online-Diskussionsforum speziell für die PR-Branche eröffnet. Mit ersten interessanten Teilnehmern und Themen lädt das Forum alle PR-Verantwortlichen aus Unternehmen und Agenturen sowie Dienstleister der Branche zum Mitmachen ein. Die Teilnahme ist kostenlos, lediglich eine Registrierung ist erforderlich.

Sein Engagement für das Forum begründet Initiator Ulf-Hendrik Schrader aus Hannover mit den Worten: „Die Qualität unserer Arbeit profitiert vom Austausch mit Kollegen. Die geteilten Erfahrungen und Tipps helfen uns, Fehler zu vermeiden und Ziele schneller zu erreichen.“ Was der Branche immer gefehlt habe, so Schrader, sei eine gut genutzte Dialog-Plattform, auf der PR-Verantwortliche sich schnell und einfach mit Kollegen aus ganz Deutschland austauschen können.

Das PR-Forum stellt nicht nur einen Ort des Austauschs dar, sondern bietet darüber hinaus vielfältige Möglichkeiten, Kontakte zu knüpfen und sich durch kompetente Beiträge und Hilfsbereitschaft als Geschäftspartner zu empfehlen. Nicht selten entstehen aus Foren-Aktivitäten heraus lukrative Aufträge. Durch die optimal auf Suchmaschinen ausgerichtete Programmierung und eine effektive Off-Page-Optimierung werden die Foren-Beiträge und

Themen zudem in den Suchtreffern bei Google & Co. vertreten sein. Eine aktive Beteiligung an den Diskussionen im PR-Forum kann somit eine effektive Methode sein, die eigene Auffindbarkeit im Internet zu verbessern.

Welche Frage wollten Sie PR-Kollegen schon immer mal stellen? Jetzt ist die Gelegenheit! Im PR-Forum für Pressearbeit, Öffentlichkeitsarbeit, Public Relations. Das "PR-Journal" ist übrigens Kooperationspartner des Public-Relations-Forums und über seine Navigation direkt mit dem neuen Diskussionsmedium verlinkt.

Städteportal: Kooperationen mit Lokalzeitungen

Das Städteportal im Internet "meinstadt.de" kooperiert im Rahmen eines Pilotprojektes mit den regionalen Tageszeitungen "Der Tagesspiegel" (Berlin) und "Trierischer Volksfreund" (Trier). Aktuelle Lokalnachrichten beider Zeitungen werden künftig in den meinstadt-Portalen von Berlin bzw. Trier und in den Portalen aus dem jeweiligen Verbreitungsgebiet veröffentlicht. Weitere Zeitungspartner aus ganz Deutschland sollen folgen. Die Nachrichten werden wie bei Google in einer Kurzversion angezeigt und verlinken auf die Webseite der jeweiligen Zeitung. Das Portal (www.meinstadt.de) wird entwickelt und betrieben von allesklar.com, Siegburg.

Medien compact (10) (46.KW-06)

01: Pressefreiheit und Presseethik bestimmten die Diskussionen des zweiten Tags der **Zeitschriftentage des VDZ** Verband Deutscher Zeitschriftenverleger. VDZ-Präsident Hubert Burda appellierte an die Brüsseler Behörden, die Fernsehregulierung auch nicht in Teilen auf das offene Internet zu übertragen. Der Philosoph Peter Sloterdijk und der Ratsvorsitzende der Evangelische Kirche, Bischof Wolfgang Huber, mahnten vor allem eine stärkere ethische Verantwortung des Journalismus an. Infos: www.vdz.de.

02: Am 8. November ist die **zweite europaweite Umfrage zur Nutzung von Web 2.0-Anwendungen** in der Unternehmenskommunikation an den Start

gegangen. Angesprochen sind PR-Verantwortliche in Unternehmen, Agenturen und anderen Organisationen. Das Ausfüllen des Online-Fragebogens unter www.euroblog2007.org/survey dauert knapp zehn Minuten. Wer mitmacht, erhält eine vollständige Auswertung und damit Hinweise für die eigene Arbeit. Die Mitwirkung vieler deutschsprachiger PR-Praktiker bringt zudem die hier wichtigen Aspekte in die internationale Diskussion ein.

03: In der zunehmend digitalisierten Medienwelt muss der Journalismus mehr auf Qualität setzen und sich stärker gegen PR und Amateurbeiträge abgrenzen. Zu diesem Fazit kommt die **Studie "Journalismus im Zeitalter der Digitalisierung"**, die am 9. November beim **Mainzer Mediendisput** in Mainz vorgestellt wurde. Das zum 11. Mal stattfindende Medientreffen steht unter dem Motto "Kommerz auf allen Kanälen - vor der digitalen Revolution".

04: In Deutschland gibt es laut **BVDA** Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter **239 am Sonntag erscheinende Anzeigenblätter** (von 125 Verlagen / 19,5 Millionen Auflage). Damit tragen sie zu einer vielfältigen Medienlandschaft auch am Sonntag bei. Übrigens: 468 BVDA-Verlage publizieren wöchentlich 1.350 Anzeigenblätter mit einer Gesamtauflage von 86,4 Millionen Exemplaren.

05: Mit scharfer Kritik hat der Bundesvorsitzende des Deutschen Journalisten-Verbandes (**DJV**), Michael Konken, auf dem Verbandstag am 7. November in Mannheim auf aktuelle Entwicklungen in der Branche reagiert. So nannte er die so genannten **Leserreporter eine Schande für die Branche**. Sie missachteten Persönlichkeitsrechte und belästigten Prominente. Verlage, die auf solche Leserreporter setzen, prostituierten die eigene Berichterstattung. Damit schädeten sie dem Ansehen hauptberuflicher Journalisten, so der DJV-Vorwurf.

06: **Bertelsmann** in Gütersloh, Deutschlands größter Medienkonzern, konnte in den ersten neun Monaten des Jahres **Erlöse und operatives Ergebnis deutlich steigern**. Beim Umsatz gab es 10,3 Prozent mehr auf nun 13,5 Milliarden Euro. Das operative Ergebnis legte um 8,3 Prozent auf 982 Millionen Euro zu.

07: Der **Axel Springer Verlag**, Berlin meldet von Januar bis September einen Gesamtumsatz von 1,74 Milliarden Euro. Das **operative Ergebnis**

(Ebita) hat sich um 7,5 Prozent auf 267 Millionen Euro **verbessert**.

08: Die dpa-Tochter news aktuell hat unter www.mediacoffee.de ein neues **Blog für die Kommunikationsbranche** gestartet. 29 Kommunikationsverantwortliche, Agentur-Chefs, PR-Dienstleister und Journalisten bloggen unter einem gemeinsamen Dach (u.a.: Dietrich Schulze van Loon (GPRA), Frank Behrendt (Pleon), Stephan Fink (Fink & Fuchs Public Relations), Gunnar Bender (AOL), Thomas Mickleit (Microsoft), Ansgar Zerfaß (Universität Leipzig). **Anmerkung:** *Es wäre aber sicher zu wünschen, dass - außer den eigenen na-Leuten - noch mehr als die bisher einigermaßen regelmäßig bloggenden fünf Kollegen sich an dieser authentischen Kommunikationsform beteiligen würden.*

09: Der Online-Mediendienst **kress.de** und **X-RAY**, der Experte für spezialisierte Medienauswertungen, **starten eine kostenlose Online-Presseschau für die Medienbranche**. In der neuen Rubrik "täglichpress" unter <http://www.kress.de> werden jeden Tag Artikel zu medienrelevanten Themen aus der überregionalen Presse knapp, präzise und übersichtlich zusammengefasst. Die einzelnen Zusammenfassungen erstellt X-RAY.

10: **Das weltweit beste Weblog kommt aus den USA**. Sieger bei den "Deutsche Welle International Weblog Awards - The BOBs" wurde das amerikanische Blog "Sunlight Foundation" (www.sunlightfoundation.com/blog), ein Gemeinschaftsblog, der sich für mehr Transparenz bei US-Regierung und -Behörden einsetzt. **Bestes deutschsprachiges Weblog** wurde "Letters from Rungholt" (<http://rungholt.wordpress.com>) einer deutschen Autorin in einem israelischen Kibbutz.

Stamm Medien-Newsletter November 2006

Der Stamm-Verlag, Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). Im September 2006 wurden 4.592 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 15.817 Medien. Der neue monatliche "**Stamm Medien-Newsletters**", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen

Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Hier sechs Änderungen:

- Die Traditionszeitung Oberbadisches Volksblatt hat ihren Titel in Die Oberbadische geändert.
- Ab dem 1. Oktober ist Oliver Multhaupt Chefredakteur Bild bei der Associated Press in Frankfurt. Er ist verantwortlich für die Fotoberichterstattung in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Osteuropa.
- Der Mitte Mai als stellvertretender Chefredakteur der Schwäbischen Zeitung eingestellte Georg Altrogge hat das Blatt wieder verlassen.
- Berit Freutel ist neue Chefredakteurin der österreichischen Modezeitschrift Diva.
- Gesundheitsinformationen für Diabetiker und ihre Angehörigen erscheinen viermal jährlich bei De-Media unter dem Titel Diabetesgate. Die Auflage beträgt 20.000 Exemplare.
- Das Freie Radio Naumburg hat den Sendebetrieb eingestellt.

Zur Fortsetzung der Meldungen/**zum kompletten Stamm-PDF-Newsletter** [hier klicken](#).

Service + Tipps

Convento: Zustellung von E-Mails verbessern

Die Umfrage in der PR- und IR-Branche von Convento/maassen & partner, Neuss zum Umgang mit Spam-Filtern hat das große Interesse an diesem Thema gezeigt (wir berichteten). Viele Teilnehmer fragten nach nützlichen Tipps und Tricks. Convento kommt diesem Wunsch nach und präsentiert eine umfassende Sammlung von Tipps, die Rainer Maassen aus der Praxis zusammengestellt hat. Hier geht es zu unserem Ratgeber: www.convento.de/umfragen/spamfilter.html.

Service compact (7) (46.KW-06)

01: Für die **Beobachtung von Onlinemedien** gibt es jetzt mit **Webnewsmonitor** einen neuen und mehr Service bietenden Anbieter. Dank hoch

entwickelter Datenbanksysteme und Software können deutsche Firmen und Organisationen nun ein umfassendes Monitoring von Onlinemedien in Anspruch nehmen. Kunden von Webnewsmonitor können jederzeit auf die Suchergebnisse zugreifen, weiterhin kann der Informationsfluss mittels entsprechend hoch entwickelter Tools analysiert werden. Es ist ebenfalls möglich, die Suchergebnisse direkt in ein Intranet einzuspeisen. Das Monitoring umfasst Medien in Deutschland, die einen Webauftritt haben. Die Suchergebnisse sind mit den Originalartikeln verlinkt. Kontakt: www.webnewsmonitor.com.

02: Nach der großen Resonanz des ReifeTest 1 ist jetzt der **ReifeTest 2** online (www.reifetest.de). Die Agentur Prött & Partner aus Hannover gibt Unternehmen Denkanstöße, sich mit den **Themen und Interessen der Menschen ab 50** zu beschäftigen. Täglich gibt es neue Meldungen über das Potenzial des reifen Marktes. Studien zeigen die Chancen auf, die dieser Markt bietet.

03: **Derzeit hat Deutschland 82,4 Millionen Einwohner. 2050 werden es noch knapp 69 Millionen bis 74 Millionen sein.** Dann wird die Bevölkerungszahl unter dem Niveau des Jahres 1963 (gut 75 Millionen Einwohner) liegen. Dies zeigen diejenigen Varianten der neuen 11. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden, die eine Fortsetzung der aktuellen demografischen Entwicklung annehmen. Sie unterscheiden sich nur in der Höhe der Zuwanderung. Die Gründe für den Bevölkerungsrückgang sind eine stetige Abnahme der Geburtenzahlen und eine Zunahme der Sterbefälle.

04: Ein **neues Onlineportal für PR und Kommunikationsmanagement** ist jetzt im Internet zu erreichen. Unter www.lexicom-network.de können sich interessierte User einen Überblick über die Funktionen der **digitalen PR-Datenbank LexiCom** verschaffen. „LexiCom ist ein hochaktuelles Tool für PR-Tätige, sozusagen der Body of Knowledge für die gesamte PR. Mit Hilfe von vernetzten Datenbanken kann der User interaktiv auf über 1.500 Stichworte zugreifen, die mit weiteren Datenbanken wie Checklisten, Fallbeispielen und Case Studies vernetzt sind“, erklärt Klaus Merten, Initiator des Onlineportals. Das Besondere: Ein von **com+plus** eingesetztes Redaktionsteam kümmert sich um regelmäßige

Aktualisierungen und Ergänzungen von LexiCom®.

05: Die deutsche Wirtschaft hat dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (**DIW**) zufolge im Sommer an das sehr kräftige Wachstum im Frühjahr angeknüpft. Das **Bruttoinlandsprodukt (BIP)** habe im dritten Quartal voraussichtlich um 0,7 Prozent zum Vorquartal zugelegt, berichtet das DIW in seinem Konjunkturbarometer. Bisher war das Institut für Juli bis September von einem Plus von 0,5 Prozent ausgegangen. Neben Investitionsgütern sei auch die Produktion von Vorleistungs- und Gebrauchsgütern gestiegen. Die **Bundesregierung** rechnet für das ganze Jahr 2006 mit einem Wachstum von 2,3 Prozent. Der **Sachverständigenrat**, die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute und die meisten Banken erwartet ein Plus in ähnlicher Höhe.

06: Mit 542 eingereichten Publikationen verzeichnete der **Award "Best of Corporate Publishing"** in diesem Jahr einen neuen Teilnehmerrekord. Und beweist damit die Wachstumsstärke dieser Branche. Die besten Konzept und Arbeiten haben nun das Fachmedium "Horizont" und das Forum Corporate Publishing im **Jahrbuch "Best of Corporate Publishing 2006"** zusammengefasst. Deutscher Fachverlag; August 2006; 280 Seiten; ISBN: 3866410670.

07: Erstmals werden von **I-M-A-G Deutschland** im **Internet** interaktiv Detail-Informationen über die **Medienresonanz** von Unternehmen, Produkten usw. zur Verfügung gestellt. Mit nur einem Mausklick stehen pro Bildschirm-Seite bis zu 100 und mehr kombinierbare Resonanz-Aussagen aus Presse, Hörfunk, Fernsehen, von Agenturdiensten und Online-Medien zur Auswahl. Der PR-Verantwortliche erhält jetzt, je nach Fragestellung, zu jeder Zeit und von jedem Ort schnelle, umfangreiche und individuelle Antworten. Eine benutzerfreundliche, interaktive Ergänzung zum PR-Informations-System (Das Cockpit zu den Medienresonanz-Ergebnissen) wurde geschaffen. Anhand von Muster-Analysen kann im Internet-Portal unter www.i-m-a-g-c01.com (Benutzerzugang: test, Kennwort: 12345) die neue Technik ausprobiert werden.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Biedenkopf fordert offensivere Kommunikation der Wirtschaft

Eine lebendiges Bild der Kommunikationsdefizite von Politik und Wirtschaft und neuer Ansätze der Verständigung zeichneten Kurt Biedenkopf, Ministerpräsident a. D., und Werner Süss, Managing Director des Energiekonzerns Vattenfall Europe Sales, am 9. November bei einem prominent besetzten Symposium der Universität Leipzig. Initiiert von Ansgar Zerfaß, dem Inhaber der neuen Professur für Kommunikationsmanagement, und moderiert von Günter Bentele sollte eine Standortbestimmung vollzogen werden. Rund 200 Gäste aus der Branche, Wirtschaft, Medien, Politik und der Hochschule waren der Einladung in den Festsaal des Alten Rathauses der Messestadt gefolgt.

Die Energieversorger stehen angesichts steigender Energiepreise und scheinbar fehlender Investitionen derzeit konstant im Kreuzfeuer der Kritik. „Draußen versteht man nicht mehr unser Geschäft, die veränderten Spielregeln“, so Süss über seinen Arbeitsalltag. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Wie glaubwürdig sind Medien heute noch?

Unternehmen schalten Anzeigen, wenn zudem redaktionell über sie berichtet wird. Redakteure moderieren Veranstaltungen von Verbänden, über die sie ansonsten berichten. Freie Journalisten betreiben nebenbei auch eine PR-Agentur. Ein Hersteller lädt zur neuen Produktpräsentation nach Südamerika ein. Politiker geben Interviews nur den Journalisten, die in der Vergangenheit freundlich berichtet haben. Medien drucken Pressemitteilungen beinahe unverändert ab...

Die Liste ließe sich problemlos fortsetzen. Was vielleicht früher einmal getrennte Welten waren - Journalismus und Public Relations - vermischt immer mehr. Die Interessen beider Seiten überschneiden sich, man beeinflusst sich gegenseitig, man hängt voneinander ab, man ist

aufeinander angewiesen. Was bedeutet das aber für Medien und Public Relations? Und welche Auswirkungen hat diese Entwicklung auf die Berufsbilder? Diese Fragen sollen auf einem Medienkongress diskutiert werden, zu dem Dow Jones Newswires und die directnews AG am 12. Dezember nach Köln einladen. Infos: www.directnews.de.

Termine compact (6) (46.KW-06)

01: Auf dem Podium des diesjährigen **Media.Talks der Fachhochschule des Mittelstands (FHM) Bielefeld** am 23. November in der Stadthalle in Bielefeld nehmen der Moderator der WDR-Fernsehsendung „Hart aber fair“, Frank Plasberg, sowie der nordrhein-westfälischen Schulministerin Barbara Sommer teil. Außerdem werden der Schauspieler Mark Keller und der ehemalige Chefredakteur der Bild-Zeitung und heutige Vorsitzende des Vorstandes der WMP EuroCom, Hans-Hermann Tiedje gemeinsam über das Thema „Risiken und Nebenwirkungen - Lassen und die Medien verdummen?!“ diskutieren. Moderiert wird der Media.Talk vom Professor für Medienwirtschaft an der FHM Bielefeld Bernhard von Schubert.

02: Der **Basislehrgang Master Class 1 "Grundlagen politischer Kommunikation"** des **DIPA** Deutsches Institut für Public Affairs findet vom 4. bis 8. Dezember in Berlin statt. Er ist für viele Neu- und Seiteneinsteiger sowie für Generalisten geeignet, die von der Bildkommunikation bis zur Kampagnenstrategie, vom Medienmix bis zum Redenschreiben, von der Umfeldanalyse bis zu grundlegenden Lobby-Techniken eine praxisnahe, aber wissenschaftlich unterfütterte Einführung möchten. Infos: www.dipa-berlin.org.

03: **Geschäftsberichte sind Imagerträger und Handwerkszeug zugleich.** Gerade das macht ihre Faszination aus, stellt an die Produzenten aber auch besondere Anforderungen. Auf Einladung des Fachverbands Medienproduzenten (f:mp.) sprachen beim **Symposium Geschäftsberichte 2006**, am 19. Oktober in Frankfurt a.M., elf Fachreferenten über die neuesten Trends der Geschäftsberichtserstellung. Dabei ging es um die optimale Ansprache aller relevanten Zielgruppen - inhaltlich und gestalterisch. Neben den Optimierungsmöglichkeiten, die sich durch den Einsatz von Redaktionssystemen, der Nutzung moderner Produktionstechnik und die richtige Wahl

von Veredelungen und Papier erzielen lassen, standen auch die aktuellen Potenziale von Online-Geschäftsberichten im Mittelpunkt der Veranstaltung. Infos: www.f-mp.de.

04: Auf der 2. **Euroforum-Jahrestagung "Zukunft Fernsehen"** (6. und 7. Dezember 2006, Köln) erläutern die Key-Player der TV-Branche die Veränderungen auf dem TV-Markt und präsentieren neue Strategien und Geschäftsmodelle. Themen wie Digitalisierung, Verschlüsselung, Zusatzgeschäfte sowie alternative Erlöse und Werbeformen werden detailliert vorgestellt und diskutiert. Die Medienbranche profitiert klar von der voranschreitenden Digitalisierung und wächst bis 2010 schneller als die Gesamtwirtschaft. Das Fernsehen bleibt in Deutschland umsatzstärkstes Medium und wird 2010 gut 13,6 Milliarden Euro erwirtschaften. Infos: www.euroforum.com.

05: **Text 100 Deutschland und Munich Network** laden am 5. Dezember in München zum aktuellen **Experten Talk** ein: **"Die Zukunft der Kommunikation - Willkommen im Zeitalter der Authentizität!"** In der gesamten Unternehmenskommunikation geht es nicht mehr einfach darum, die Aufmerksamkeit des Publikums zu gewinnen. Es geht vielmehr darum Markenversprechen einzulösen und die Werte des Unternehmens authentisch umzusetzen. Nur wer authentisch ist, wirkt glaubwürdig. Und Glaubwürdigkeit ist der Maßstab des mündigen Konsumenten. Infos: www.munichnetwork.com/events.

06: Bayerns jüngste Hochschule ist auf akkreditierte **Bachelor-Studiengänge** für die Karriere in der Medien- und Kommunikationswelt spezialisiert. An der **Macromedia Fachhochschule der Medien MFM** in München starten zum Wintersemester 2006 erstmals die Studiengänge Medienmanagement, Digitale Medienproduktion sowie Film und Fernsehen. Als Professoren konnte die MFM zahlreiche ausgewiesene Experten gewinnen. Macromedia-Weiterbildungen vermitteln fundiertes Fachwissen für neue Aufgaben in der Druck-, Medien- und PR-Branche. Infos: www.macromedia.de.

Kommentare

PKV: PR-Rat spricht einen Nichtschuldigen frei

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat sich bei seiner Sitzung am 10. November mit dem Fall der vom PKV Verband der Privaten Krankenversicherung angeregten Briefaktion von Privatversicherten gegenüber Bundestagsabgeordneten befasst. Der Rat hat dabei den PKV vom Vorwurf der massenhaften Täuschung durch gefälschte Unterschriften freigesprochen. Die "Fehlerquote von drei bis vier gefälschten Unterschriften bei rund 100.000 Aussendungen" lege nicht den Verdacht auf ein konzertiertes Vorgehen nahe.

Insoweit mag sich der DRPR (in dem DPRG, GPRA und BdP zusammen arbeiten) an die Codices und ethischen Regeln gehalten haben. Hier wurde jedoch jemand "freigesprochen" gegen den keine derartige Beschuldigung vorlag. Schuldig gemacht haben sich übereifrige Versicherungsvertreter, die um ihre Pfründe fürchten, indem sie Unterschriften gefälscht und Absenderangaben ungefragt genutzt haben. Auch vom "PR-Journal" wurde dem PKV nicht das Recht bestritten, mit solchen PR-Maßnahmen Einfluss ausüben zu wollen. Ob diese Aktion professionell und erfolgreich war, sei dahingestellt.

Klug wäre es aber gewesen, wenn man sich nach Bekannt werden der "Einzelfälle" nicht bockig gezeigt und rechthaberisch die Tatsache von Unterschriftenfälschungen als widerlegt gemeldet hätte. Warum fällt es eigentlich manchen Deutschen so schwer, sich zumindest zu entschuldigen und korrekte Aufklärung zuzusichern, wenn etwas schief gelaufen ist? Man muss ja nicht gleich zurücktreten wie noch im letzten Jahrhundert, als zwei Bundesminister (Georg Leber, SPD und Rudolf Seiters, CDU) zurücktraten, weil sie die politische Verantwortung für Fehlhandlungen von untergebenen Mitarbeitern übernommen haben. -fff-

Themen der Zeit (Autorenbeiträge)

Öffentliche Vergabe: Anstandslos – oder ohne Anstand?

von *Dietrich Schulze van Loon*, [Molthan van Loon](http://www.molthanvanloon.com)
Communications Consultants (GPRA), Hamburg

Die Vergabe öffentlicher Aufträge war schon immer ein heikles Thema. Bei einem Gesamtvolumen von derzeit



250 Milliarden Euro sind die Interessenlagen zu unterschiedlich, als dass Einvernehmlichkeit die Vergabepraxis prägen könnte. Formale und rechtliche Bestimmungen gilt es dennoch einzuhalten – auch seitens der politischen Entscheidungsträger.

Ausgerechnet jetzt, parallel zur Neuordnung des Vergaberechts, muss sich das Bundespresseamt mit Mausechleivorwürfen auseinander setzen. Alles anstandslos oder doch eher ohne Anstand?

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) ist für die Grundsätze und Regelungen des öffentlichen Auftragswesens verantwortlich. Das hierbei anzuwendende Vergaberecht umfasst laut Bundesministerium „alle Regeln und Vorschriften (...), die das Verfahren für die öffentliche Hand beim Einkauf von Gütern und Leistungen vorschreiben. Immer dann, wenn ein Bundesministerium oder eine Landesbehörde z.B. Papier oder Büromöbel beschaffen oder ein neues Bürogebäude errichten lassen will, muss es diese Regeln beachten.“ „Zugleich“, erklärte Bundeswirtschaftsminister Michael Glos noch am 28. Juni die vielleicht wichtigste Funktion des Vergaberechts, „soll dem Steuerzahler Geld gespart werden durch wirtschaftlichen Einkauf.“
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

PR-Digest

Was Kunden wirklich bindet

Unternehmen sind meist von ihrer Qualität und ihrem Service überzeugt - die Kunden weniger. Aber nur wer Kunden zu Fans macht, kann erfolgreich wachsen. Einzelne Marken beweisen das. Die Flatrate ist unschlagbar billig, das neue Handy gibt's fast hinterher geworfen, und mit den besten Freunden wird quasi zum Nulltarif telefoniert. Wow! Wer seine Kunden so umgarnt wie die Telekomkonzerne, der müsste doch loyale Fans haben. Von wegen. Das Gegenteil ist der Fall, hat Bain & Company herausgefunden.
Den Artikel von Michael Prellberg in Financial Times Deutschland vom 8. November [hier weiterlesen](#).

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 12 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.html

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 20 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat-trainee-praktikum/

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (20)

Titel [PR Account Manager \(m/w\) für IT-/TK-Agentur in München](#)

Titel [Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt](#)

Titel [Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt](#)

Titel [H & K Frankfurt sucht Account Manager \(Lifestyle\)](#)

Titel [Hamburger Agentur sucht \(Senior-\)Kundenberatung als Führungsnachwuchs](#)

Titel [Ketchum in München sucht Teamleiter \(m/w\)](#)

Titel [Trimedia Frankfurt sucht Junior Consultant mit Berufserfahrung in der Finanzwirtschaft](#)

Titel [Trimedia Düsseldorf sucht PR-Berater / PR-Redakteur \(m/w\) Schwerpunkt IT \(B2B & B2C\)](#)

Titel [Trimedia Düsseldorf sucht PR-Berater/-Redakteur \(m/w\) Schwerpunkt auf Enterprise- und IT-Business](#)

Titel [LoeschHundLiepold München sucht PR-Berater\(in\) oder Senior-Berater\(in\)](#)

Titel [PR-Berater \(m/w\) bei JP | KOM in Frankfurt](#)

Titel [JP | KOM Frankfurt sucht Online Redakteur \(m/w\)](#)

Titel [orange:blue sucht: PR-Trainee und Junior-Berater\(in\)](#)

Titel [Berliner Agentur sucht Juniorberater/in oder Berater/in](#)

Titel [Text 100 in München sucht Account Manager PR \(m/w\)](#)

Titel [SCHWARTZ Public Relations sucht PR-Berater\(in\) in München](#)

Titel [PR-Consultant bei crossrelations](#)

Titel [talkabout sucht PR-Berater\(in\) im Bereich Technologie für Münchner Büro](#)

Titel [LEWIS Communications sucht Mitarbeiter Tele-Marketing](#)

Titel [Presse- und PR Manager \(m/w\) in Köln](#)

In Medien (1)

Titel [Helios Media Berlin sucht einen Projektleiter New Business & Business Development \(m/w\)](#)

In Verbänden (2)

Titel [Malteser International in Köln sucht Referent/in Internationale Presse-/Öffentlichkeitsarbeit](#)

Titel [PR-Berater/in in Kiel bei der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
 Montag, 13. November 2006 - 16:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.253 Empfänger** versandt.

Impressum:



© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, 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); Ursel Reineke, Heidelberg (ursel@reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke@pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben@t-online.de), Neuwied; Volker Weber, Friedberg/Ts (volker.weber@volker-weber-consulting.de).

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); Eric Metz, Hamburg (e.metz@gemeinsam-werben.de); Stefan

Munko, Berlin (munko@dprg-berlin.de); Frauke Scheben, New York/USA (frau.scheben@gmx.de)

Autoren: Daniel Barchet, Mannheim; Jan Birkenfeld, Braunschweig; Juliane Bötzel, Leipzig; Arne Borgards, Düsseldorf; Gernot Brauer, München; Lars-Christian Cords, Hamburg; Janine Döring, Düsseldorf; Rechtsanwalt Dominik Eickemeier, Köln; Stephan Fink, Wiesbaden; Oliver Fischer, Köln; Wilhelm Fuchs, Düsseldorf; Wolf-Dieter Gross, Berlin; Jörg Große, Hamburg; Andrejka Hage, Düsseldorf; Jörg Hoepfner, Leipzig; Andreas Hundt, Berlin; Richard Kastl, Freiburg/Br.; Alexander Kirsten, Frankfurt am Main; Professor Dr. Joachim Klewes, Düsseldorf; Dr. Stefan Kombüchen, Heidelberg; Wolfgang Kreuter, Düsseldorf; Cornelia Kunze, Hamburg; Markus Laue, Hanau/Klein-Auheim; Dieter Last, Montabaur; Ralf Laumer, Marburg; Josef Leis, Düsseldorf; Boris Mackrodt, Wiesbaden; Lutz Meyer, Düsseldorf; Hajo Neu, Heidelberg; Jörg Pfannenberg, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Peter Radunski, Berlin; Jana Räschele, Düsseldorf; Christine Rauscher, Tübingen; Nils Repke, Wiesbaden; 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; Udo Seidel, Köln; Gunnar Sohn, Bonn; Chris Tang, Peking/China; Oliver Tschirdewahn, Meerbusch; Nicole Volmer, Düsseldorf; Ernst-Walter Wehner, Markredwitz; Lutz E. Weidner, Bad Honnef.

Rezensionen: Andreas Becker, (ars publicandi), Rodalben; Katja Bickelhaupt, Frankfurt am Main; Franz M. Bogner, Wien; Daniel Florian (politik-digital), Berlin; Susanne Hartmann, Köln; Ines Hennig, Frankfurt am Main; Claudia Hilker, Düsseldorf; Christina Kahler, München; Katharina Knieß, München; Dr. Stefan Kombüchen, Heidelberg; Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg; Konstanze Pfeiffer, München; Manfred Piwinger, Wuppertal; PR+plus, Heidelberg (Koordination: Iris Zimmermann zimmermann@prplus.de); Beate Quilitzsch-Schuchmann, Heidelberg; Regina Raab, Bad Wildungen; Lars Rademacher, Ludwigshafen/Wolfsburg; Wolfgang Reineke, Heidelberg; Guido Reining, Hamburg; Corinna E. A. Schütt, Bad Soden-Salmünster; Andreas Schultheis, Bonn; Christoph Seydel, Berlin; Julia Sommerhäuser (politik-digital), Berlin; Sabine Sturm (ars publicandi), Rodalben; Dr. Stefan Wachtel, Frankfurt am Main; 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 (Suchmaschinen-Marketing/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.pr-journal.at; www.pr-journal.ch; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info; www.pr-journal.net; www.prjournal.de; www.prjournal.eu, www.agenturcafe.de, www.neues-prportal.de, www.przentrum.de, www.pr-nussknacker.de.