

# PR-Journal-Newsletter

## Nr. 90 / 47. Woche 2006

Seite.1

### **Bundespräsident Köhler gegen Schleichwerbung**

Der deutsche Bundespräsident Horst Köhler hat sich in ungewöhnlich scharfer Form gegen den Einsatz von Schleichwerbung im Journalismus gewandt. Er verlangte ausdrücklich die Trennung von Werbung und Redaktion. "Schleichwerbung legt die Axt an die Glaubwürdigkeit der Presse", sagte Köhler am 20. November bei einem Festakt zum **50-jährigen Bestehen des Deutschen Presserats** in Berlin.

Mit Blick auf die wirtschaftlichen Schwierigkeiten der Verlage kritisierte er, immer mehr knickten vor Anzeigenkunden ein. Köhler wies darauf hin, dass die Zahl der **Beschwerden über Schleichwerbung** sprunghaft angestiegen sei und in diesem Jahr bereits knapp die Hälfte der vom Presserat ausgesprochenen Rügen sich darauf bezogen.

*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### **DJV-Umfrage: PR-Menschen sehen sich als Journalisten**

Der typische Presse- und Öffentlichkeitsarbeiter in Deutschland ist zwischen 41 und 50 Jahre alt, verdient höchstens 4.000 Euro brutto im Monat, arbeitet als Einzelkämpfer und sieht sich vorwiegend als Journalist. Das geht aus der Online-Umfrage zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hervor, die der Deutsche Journalisten-Verband jetzt ausgewertet hat. Bis Ende Oktober hatten 373 Pressesprecher den Fragebogen auf der DJV-Homepage ausgefüllt. Knapp 60 Prozent von ihnen sind männlich. 75,3

Prozent der Befragten arbeiten unbefristet. Als Angestellte sind 39,4 Prozent tätig, gefolgt von den Angestellten auf Führungsebene mit 32,2 Prozent. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### **Bundespresseamt vergibt Rahmenvertrag PR an Media Consulta**

Nach zahlreichen Bundesministerien, dem Deutschen Bundestag und dem Bundespräsidialamt hat sich nun auch die Informationszentrale der Bundesregierung für die Leistungen von Media Consulta (MC) entschieden: Das Presse- und Informationsamt (BPA) hat nach einer öffentlichen Ausschreibung den Rahmenvertrag für PR-Dienstleistungen an das MC-Agenturnetwork mit Hauptsitz in Berlin vergeben.

*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### **Personalien**

#### **Schröder-Senker kommuniziert für Masterfoods**

Fritz Schröder-Senker (46) übernimmt ab Anfang 2007 die Gesamtverantwortung für die Bereiche "Regierungsangelegenheiten und Kommunikation" von Masterfoods Deutschland in Viersen. Schröder-Senker war seit 1997 bei Coca-Cola, zuletzt als Leiter Public Affairs an der Coca-Cola Deutschland-Zentrale in Berlin. Weitere Stationen des Diplompolitologen waren VAW aluminium sowie die Entsorgungssparte des RWE-Konzerns.

#### **Schindera als neuer Telekom-Kommunikationschef**

kress.de meldet am 15. November: Seinem alten Chef folgt Philipp Schindera (37). Nach kress-Informationen übernimmt der bisherige Kommunikationschef von T-Mobile International den Posten des bisherigen Telekom-



Kommunikationschefs Ulrich Lissek (48), der eine noch nicht definierte Aufgabe im Konzern übernehmen wird. Lissek führte die interne und externe Konzernkommunikation seit Mitte 2002. Schindera wirkt seit drei Jahren als Leiter der Unternehmenskommunikation bei T-Mobile International, vorher war er Pressesprecher von T-Mobile Deutschland. Sein Chef in all den Jahren: René Obermann (43), der vor wenigen Tagen Kai-Uwe Ricke als Vorstandschef des Mutterkonzerns abgelöst hat. Schindera gilt als erfahrener Krisenkommunikator, er lotste T-Mobile sicher durch den Radsport-Dopingskandal um Jan Ullrich.

### **Hoose leitet Pressereferat im Bundestag**

Zum 1. Januar 2007 übernimmt Christian Hoose (54) die Leitung des Referats für Presse, Rundfunk und Fernsehen des Deutschen Bundestags. Er folgt auf den in den Ruhestand verabschiedeten Hans Hotter (65). Hoose war zuletzt seit 2002 für die Intendanz des Mitteldeutschen Rundfunks tätig, wo er schwerpunktmäßig den Bereich Medienpolitik betreute. Zuvor sprach er unter anderem für den Staatsminister für Bundes- und Europaangelegenheiten und Bevollmächtigten des Freistaats Sachsen beim Bund sowie die CDU-Fraktion im Sächsischen Landtag. Außerdem arbeitete er acht Jahre lang im Pressereferat des Auswärtigen Amts. (Quelle: politikszene)

### **Personalien compact (20) (47.KW-06)**

01: **Gerd Graus** (47) wird künftig als Pressesprecher des Präsidenten (Thomas Bach) und des Generaldirektors (Michael Vesper) sowie als Leiter des Ressorts Medien und Kommunikation des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) in Frankfurt am Main tätig sein. Er war bisher Abteilungsleiter Medien und Pressesprecher des FIFA-WM-Organisationskomitees.

02: **Ulrike Siegle** (37) ist jetzt neuer Account Director und Leiterin des B2B-Teams bei Schwartz Public Relations in München. Sie kommt von der ortsansässigen PR-Agentur Dr. Haffa & Partner.

03: Seit 1. Oktober ist **Janet Franke** (29) als Managerin Corporate Communications bei Nemetschek, einem Softwareunternehmen für das Planen, Bauen und Nutzen von Gebäuden und Immobilien in München, tätig. Sie bringt fünf Jahre Berufserfahrung bei einer Münchner PR-Agentur mit.

04: **Thorsten Duechting** (37) arbeitet als Public & Analyst Relations Manager im Kommunikationsteam von Computacenter (Serviceprovider für IT-Infrastrukturen) in Kerpen. Er kommt von HFN Kommunikation in Frankfurt am Main.

05: Mitte November hat **Udo Brandes** die neu geschaffene Position des Leiters Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Division Nutzfahrzeugreifen von Continental in Hannover übernommen. Bis Ende Oktober war er Leiter Unternehmenskommunikation der Kögel Fahrzeugwerke im bayerischen Burtenbach, davor Leiter Presse und PR bei Offis in Oldenburg.

06: **Marco Wedemann** (34) ist neu im Team von komm.passion Bönig & Company in Hamburg. Er kommt von der ortsansässigen GPRA-Agentur fischerAppelt Kommunikation.

07: **Andrea Küpper** (30) ist neue Bereichsleiterin PR der Agentur plenum stoll & fischbach in Herrenberg. Zuletzt war sie bei der Münchener Agentur F&H Porter Novelli tätig.

08: **Lisa Marahiel** (26) wechselt von Tom Tailor als Corporate Communications Manager zur Exozet Group (Exozet Interact, Exozet Effects + Exozet Games) in Berlin.

09: **Christina Bugl** (36) ist nun Leiterin Marketingkommunikation und PR bei der Anwaltskanzlei bnt in Nürnberg.

## MEDIEN-MONITORING

Für Großunternehmen und Verbände

[www.kommunikationsanalysen.de](http://www.kommunikationsanalysen.de) / [analysen@faz-institut.de](mailto:analysen@faz-institut.de)

> Medienresonanzanalysen  
> Zielgruppenanalysen  
> Kommunikationsstrategien

FAZ-INSTITUT

PRIME RESEARCH

10: **Patrick Neumann** (32) wurde stellvertretender Redaktioneller Leiter der Corporate Publishing Agentur drivemedia in München.

11: **Agnes Suchte** (32) übernahm die PR-Verantwortung für den Bereich Crystal Components Business der deutschen Swarovski Vertriebsgesellschaft in Kaufbeuren. Sie war zuletzt freie Projektleiterin der Münchener SC.Werbeagentur.

12: **Sandra Rupp** (26) arbeitet jetzt als Kundenbetreuerin im Team der Wiener Agentur Aigner PR.

13: **Andrea Patz** (28) verstärkt als Juniorberaterin die Food-Unit bei ad publica in Hamburg.

14: **Rita R. Rott** (26) verstärkt als Volontärin die auf die Bereiche IT- und Hightech, CAD/CAM, PLM, ERP und E-Commerce spezialisierte Full-Service Agentur Hightech Marketing in München.

15: **Sigrun Rittich** (53) ist als Nachfolgerin von **Stephan Bergmann** die neue Pressesprecherin der NRW-Bezirksregierung Münster.

16: **Marcus Ostermann** (32) wird am 1. Dezember stellvertretender Leiter der Vodafone-Konzernrepräsentanz in Berlin.

17: **Jens Schreiber** (50) wechselt von der Leitung Unternehmenskommunikation der Messe Frankfurt und wird am 1. April 2007 zu E.ON und wird Leiter der Konzernrepräsentanz in Berlin. Vorgänger **Klaus Werner** (47) verändert sich konzernintern.

18: **Cord Dreyer** (44), Konzernsprecher der Volkswagen Aktiengesellschaft, leitet seit dem 7. November kommissarisch die Konzernkommunikation in Wolfsburg. Er übernimmt diese Aufgabe von **Dirk Große-Leege**, der wie bereits angekündigt den Konzern verlässt.

19: **Kai Schürholt** (35) ist seit 1. November neuer Pressesprecher beim Deutschen Brauer-Bund in Berlin. Er trat damit die Nachfolge von **Birte Kleppien** an, die seit dem 1. Oktober Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Radeberger Gruppe in Frankfurt am Main ist.

20: **Raul Gersson** (60) ist Leiter der neuen Stabsstelle Kommunikation der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) in Berlin. Seine Aufgabe umfasst Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, interne Kommunikation, Marketing und Fundraising. Gersson ist bereits seit Oktober 2000 bei der bpb und hat die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit neu organisiert und geleitet. (Quelle: sprecherszene)

## Etats

---

### **Etats compact (12) (47.KW-06)**

01: Odeon Film, Unterföhring  
 an: **Bruno Media Communication**, Köln

02: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Berlin (Kapagne "Elterngeld")  
 an: **A&B One** (GPRA), Frankfurt am Main (Büro Berlin)

03: Brahms-Solisten (Kammermusikensemble), Hamburg  
 an: **Bechtle PR**, Hamburg

04: NRW-Verbraucherschutzministerium, Düsseldorf (EU-Hygienekongress) + Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Berlin (deutscher Stand in Brüssel zu den "Europäischen Entwicklungstagen") + Bundesministerium für Bildung und Forschung, Berlin (5 Jahre iMove)  
 an: **Media Company Berlin**, Berlin/Bonn/Düsseldorf

05: Weingut Masciarelli, San Martino (Abruzzen)/Italien + Weingut Lindhorst Wines, Paarl/Südafrika  
 an: **Hansmann PR**, PR- und Kommunikationsberatung, München

06: Personal- und Unternehmensberatung oprandi & partner Deutschland, Nürnberg  
 an: **Klartext Public Relations**, Frankfurt am Main

07: Mobilfunkunternehmen cellity, Hamburg  
 an: **achtung! kommunikation**, Hamburg

08: Architekturbüro Georg Döring, Düsseldorf  
 an: **Bergmeier Public Relations**, Frankfurt am Main

09: Drnks & Foods Vertrieb (Anisschnaps "Yeni Raki"), Hamburg  
 an: **Mit-Schmidt-Kommunikation**, Hamburg

10: Baugesellschaft Al Nakheel (Prjekt "The Oalm"), Dubai/VAR  
 an: **Rentschler Communications**, Mainz

11: Verbund Schlösserland Sachsen, Dresden  
 an: **Zucker.Kommunikation**, Berlin

12: Softwareunternehmen 3S, Attendorn + Tecowin IT-Distribution, Wanzleben  
 an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst

## Branche

---

### ***Nachruf Dr. Reiner Schulze van Loon: Die Richtung stimmt***

Am 14. November 2006, im Alter von 84 Jahren, verstarb Dr. phil. Reiner Schulze van Loon. Die PR-Branche verliert mit ihm einen ihrer profiliertesten Repräsentanten, die Gesellschaft Public Relations Agenturen e. V. (GPRA) ihren Mitbegründer und langjährigen ehemaligen Präsidenten (1979-1987) und Hamburg verliert mit ihm eine Persönlichkeit, die von der Elbe aus über Jahrzehnte das kommunikative Geschehen in diesem Land maßgeblich, deutlich und pointiert, dabei jederzeit integrativ und mit Verve begleitet hat.

*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### ***Günter F. Thiele: Erinnerungen an Reiner Schulze van Loon***

Das erste Mal begegneten wir uns Anfang der 70er Jahre in einem Bonner Beraterkreis. Danach dann immer öfter. Und überall, wo wir uns in der Branche trafen - auf Tagungen, Kongressen, Mitgliederversammlungen - saßen wir gerne zusammen, weil wir meist in die gleiche Richtung dachten und vieles dann auch gemeinsam bewegten.

So war es folgerichtig, dass wir als Agenturchefs zu den Gründungsmitgliedern der GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen als Wirtschaftsverband gehörten, die auch Reiner

Schulze van Loon aktiv mit vorantrieb. Und nach zwei tüchtigen Vorgängern übernahm er dann das Präsidium des Verbandes.

Es waren Jahre des Aufbruchs unter den GPRA-Agenturen. Immer mehr orientierten sich von einer reinen Presseagentur zur Problemlösung durch Gesamtkommunikation. Die Richtigkeit dieses Weges ist durch die Entwicklung der vergangenen zwanzig Jahre bestätigt worden. In dieser Zeit hat Reiner Schulze van Loon den Agenturverband GPRA geführt und mit seinem Präsidium viel bewegt, auch mit seiner eigenen erfolgreichen wirtschaftlichen Arbeit, zu der immer auch Fairness gegenüber Wettbewerbern und kaufmännische Seriosität gehörten.

Nach acht zeitraubenden Jahren an der Spitze der GPRA sagte er eines Tages zu mir: "Das alles wird mir jetzt zuviel. Mach Du weiter." Ich habe es dann getan und wurde 1987 sein Nachfolger als Präsident der GPRA. Dr. Reiner Schulze van Loon blieb der GPRA als Ehrenmitglied natürlich mit seinem Rat und auch seiner Mitarbeit weiter verbunden. Diese positive Einstellung zur Gemeinschaft hat er auch seinem Sohn vermittelt, der beruflich dem Vater folgte und heute als Präsident der GPRA dem Namen "Schulze van Loon" in der Branche aktuelle Bedeutung gibt.  
*Dr. h.c. Günter F. Thiele, Düsseldorf.*

### ***Politiker müssen die Abgeordneten-Rolle reformieren***

Deutschlands Politiker müssen ihre eigene Rolle reformieren, um das Vertrauen der Wähler zurück zu gewinnen. Verkehrt sei in jedem Fall: Weitermachen wie bisher. So lautet das Fazit des Mainzer Professors für Kommunikationsmanagement Lothar Rolke, der am 20. November zu den "Berliner Politiktagen" seine mit Volker Metz verfasste Studie zur Öffentlichkeitsarbeit der Bundestagsabgeordneten vorstellte. Auskunft gegeben hatten 119 Abgeordnete aller Parteien, die selber in ihren Antworten zu erkennen gaben, was getan werden müsse, um wieder mehr Zustimmung von den Wählern zu erhalten: Vor allem „Vertrauen gewinnen“ und „Sachverhalte klar darstellen“, wird von den befragten Mandatsträgern hervorgehoben.  
*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*



## **Web 2.0 wird in der PR stark an Bedeutung gewinnen**

Web 2.0-Anwendungen haben zwar derzeit noch keine sehr große Bedeutung für die Public Relations, aber sie werden in Zukunft deutlich an Bedeutung gewinnen. Das haben die dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor in ihrem jüngsten PR-Trendmonitor herausgefunden. Weblogs gelten heute bei Pressestellen und PR-Agenturen als die wichtigste Web 2.0-Anwendung.

Nur knapp ein Fünftel der Pressestellen spricht Blogs schon heute eine mittlere bis hohe Bedeutung zu. Es folgen RSS mit 16 Prozent und Podcasts mit knapp 13 Prozent. PR-Agenturen hingegen sehen die Web 2.0-Anwendungen generell als bedeutender an. Trotzdem sprechen von ihnen nur ein Drittel Weblogs eine mittlere bis hohe Bedeutung für die PR zu. Danach folgen RSS mit knapp 22 Prozent und Plattformen wie youtube.com oder myspace.com mit fast 20 Prozent. Sowohl Pressestellen als auch PR-Agenturen geben davon aus, dass Podcasts in Zukunft den größten Bedeutungszuwachs erreichen werden.

Insgesamt haben im Oktober 2.037 Fach- und Führungskräfte aus Pressestellen und PR-Agenturen am vierten PR-Trendmonitor dieses Jahres teilgenommen. Weitere Themen des PR-Trendmonitors sind Budgets und Honorarumsätze, Nutzen von PR-Arbeit, PR-Disziplinen und mehr. Alle Ergebnisse gibt es unter [www.pr-trendmonitor.de](http://www.pr-trendmonitor.de).

## **Branche compact (7) (47.KW-06)**

01: **"Deutschland übernimmt international zunehmend eine führende Rolle beim Entwickeln einheitlicher Qualitätsstandards in der Marktforschung"**, stellt Erich Wiegand, Geschäftsführer des Branchenverbandes ADM zur Eröffnung der Marktforschungsmesse **"Research & Results 2006"** in München fest. "Bereits heute", ergänzt Dr. Dieter Korczak, Repräsentant des europäischen Verbandes ESOMAR, "weist die Marktforschung in Deutschland im internationalen Vergleich ein qualitativ hohes Niveau auf." Entsprechend selbstbewusst präsentiert die Branche, die derzeit rund 13.000 feste Mitarbeiter beschäftigt

und dynamisch wächst, zur Premiere der "Research & Results 2006" eine überzeugende Leistungsschau.

02: Inzwischen kennen bereits über achtzig Prozent der Geschäftsleute das Online-Netzwerk openBC. Mehr als die Hälfte sind dort als Mitglied registriert. Am bekanntesten sind die Online-Enzyklopädie Wikipedia (97 Prozent) und das Videoportal YouTube (89 Prozent). Diese Daten präsentierte heute das Dienstleisterverzeichnis marketing-BÖRSE nach einer Befragung von knapp zweitausend Online-Marketern. "Viele Portale müssen noch die Mauer der Zurückhaltung durchbrechen" schlussfolgert Autor Torsten Schwarz. Die **Listen der bekanntesten und der aktivsten Web 2.0-Portale** stehen unter [www.marketing-boerse.de/Fachartikel/details/Portale](http://www.marketing-boerse.de/Fachartikel/details/Portale).

03: Der Bundesverband Deutscher Stiftungen hat heute zum ersten Mal den **Kompass, den Preis für gute Stiftungskommunikation**, im Rahmen eines Festaktes im KörberForum in Hamburg verliehen. Die Deutsche Wildtier Stiftung, Hamburg, ist Gewinner in der Kategorie „Gesamtauftritt“. Die Kampagne zum Projekt „START – Schülerstipendien für begabte Zuwanderer“ der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung in Frankfurt am Main wurde in der Kategorie „Strategische Projekt-PR“ ausgezeichnet. Für ihr 1. Braunschweiger Bürger-Brunch erhält die Bürgerstiftung Braunschweig den Preis in der Kategorie „Einzelne Kommunikationsinstrumente“. Insgesamt haben sich 70 Stiftungen mit 107 Einreichungen beworben, in jeder der drei Kategorien sind im Oktober jeweils drei Stiftungen nominiert worden. Infos: [www.stiftungen.org](http://www.stiftungen.org).

04: Wie die aktuelle Grundlagenstudie des Instituts für Grundlagenforschung (IGF) im Auftrag der PRVA-Agenturengruppe und des Fachverbandes für Werbung zeigt, sind die **Investitionen in Öffentlichkeitsarbeit in Österreich in den vergangenen Jahren** deutlich gestiegen. Im Jahr 2003 lag das geschätzte Marktvolumen noch bei 800 Mio. Euro, mittlerweile soll es auf eine Milliarde Euro angewachsen sein. Laut Umfrage sind 83 Prozent aller PR-treibenden Unternehmen und Non-Profit-Organisationen davon überzeugt, dass professionelle Öffentlichkeitsarbeit ein Unternehmen erfolgreicher machen kann. "Etwa ein Drittel bzw. 28 Prozent der Investitionen entfallen auf PR-Agenturen, der Rest bezieht sich auf unternehmensinterne PR-Kosten", verdeutlicht Peter Drössler, Obmann des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation der

Wirtschaftskammer Österreich, im Gespräch mit presstext. ([www.prva.at](http://www.prva.at))

05: Vor wenigen Tagen blickte die Tübinger Agentur **Krug und Petersen** (KuP) auf ihr zehnjähriges Bestehen zurück und machte zugleich einen neuen Anfang: Mit der Krug und Petersen Italia S.r.l. eröffnete KuP seine **erste Tochtergesellschaft im Ausland**. Begonnen hat KuP 1996 als Agentur für Kommunikation. Inzwischen hat sich das Unternehmen zu einem Dienstleister über den Kommunikationsbereich hinaus entwickelt, vertritt die Interessen seiner Kunden gegenüber Behörden und Regierungen und übernimmt von Unternehmen ausgelagerte Aufgaben.

06: Mit komplett überarbeiteter und neu strukturierter Website startet die **Göttinger Agentur unic - Marken.Märkte.Kommunikation**. unter der bekannten Adresse [www.unic.de](http://www.unic.de) in den November. Unternehmen, die auf der Suche nach einer Agentur sind, sollen in der neuen Struktur schnell und kundenorientiert die wichtigsten Informationen finden ([www.unic.de](http://www.unic.de)).

07: **ad publica** ist umgezogen. Die Hamburger PR-Agentur residiert jetzt hier: Alter Wandrahm, 20457 Hamburg.

## Medien

### **FAZ-Institut zieht umstrittenes Kopplungsangebot zurück**

*Mitgliederrundschreiben der DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft, Bonn vom 17. November 2006:*

Liebe Mitglieder der DPRG, am vergangenen Wochenende hat sich eine Tageszeitung mit einem Marketingpapier für das Branchenmagazin „kommunikationsmanager“ befasst. Darin waren ausgewählten Agenturen strategische Partnerschaften angeboten worden. In dem Zeitungsartikel wurde eine Kopplung von Anzeigen und redaktionellem Teil sowie der mögliche Ausschluss von Wettbewerbern der Partner moniert.

Für die DPRG ist der „kommunikationsmanager“ ein wichtiges Medium der Branchen- und Verbandskommunikation. In meiner Funktion als Beiratsvorsitzender der Redaktion habe ich die Herausgeber daher um eine Stellungnahme zu diesen Vorwürfen gebeten. Schließlich sind hier wichtige Fragen unserer in Kodizes festgeschriebenen Grundsätze berührt. Der DPRG-Vorstand hat deutlich gemacht, dass wir den Abschluss einer Partnerschaftvereinbarung auf Grundlage des Marketingpapiers als einen Verstoß gegen unsere Kodizes gewertet hätten.  
*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### **Dokument: Das FAZ-Instituts-Angebot an PR-Agenturen**

Wir berichteten über das Angebot des Frankfurter FAZ-Instituts an einige ausgewählte PR-Agenturen für eine strategische Partnerschaft mit dem PR-Quartalsmagazin ">kommunikationsmanager". Mitherausgeber ist der Branchenverband DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft (noch Bonn ab 1.1.2007: Berlin). Beiratsvorsitzender ist DPRG-Präsident Ulrich Nies. Kooperationsangebote mögen ja bei Fachmedien üblich sein. Auch rechtlich bedenklich ist jedoch das FAZ-Institutsangebot, dass man per Premium-Paket (für 10.000 + 5.000 Euro jährlich) evtl. Mitbewerber von der Vorzugspartnerschaft und -Behandlung ausschließen kann. Handeln tut not! Damit die Branche sich vom genannten Angebot überzeugen kann, dokumentieren wir als PDF-Download das 14-seitige Exposé. Transparenz und Authentizität sollen ja auch Gebote für Public Relations sein.  
[www.pr-journal.de/images/stories/downloads/kommunikationsmanager-angebot\\_11.2006.pdf](http://www.pr-journal.de/images/stories/downloads/kommunikationsmanager-angebot_11.2006.pdf)

### **Medien compact (6) (47.KW-06)**

01: Die **Zeitungsgruppe "Welt/Berliner Morgenpost"** des Axel Springer Verlages arbeitet künftig mit einer **Zentralredaktion** (Newsroom) für Print und Online. Aktuelle Meldungen sollen künftig sofort online veröffentlicht werden.

02: Podcasts werden immer wichtiger. Dies zeigt sich darin, dass mit **Microsoft** erstmals ein großes IT-Unternehmen das **Patronat für einen werktäglichen Podcast** übernommen hat: die

"sportal.de Radioshow". Diese wird vom Dienstleister earpaper.de realisiert.

03: Medienbeobachter **Landau Media** hat jetzt in Bochum die erste Repräsentanz außerhalb des Stammsitzes Berlin eröffnet. Djure Meinen (35) leitet künftig von Bochum aus das **NRW-Büro**.

04: Nun wird auch die "Ärzte-Zeitung" von **PMG Presse-Monitor-Gesellschaft** ausgewertet. Damit seien jetzt 657 Medien-Titel online verfügbar. Die Zahl der Titel, für die Lizenzen zur Eigendigitalisierung erworben können, ist nun auf 1.321 gestiegen.

05: Die **Universität Mannheim bringt das neue PR-Magazin "Forum"** heraus. Macher ist die Viernheimer Agentur Wob.

06: **Blogs gewinnen auch in Europa an Einfluss als Informationsquelle für Internetnutzer**, so das Ergebnis einer Gemeinschaftsstudie der PR-Agentur Hotwire und dem Marktforschungsinstitut Ipsos. 30 Prozent der befragten deutschen Internetnutzer gaben an, bereits ein Produkt nicht gekauft oder eine Dienstleistung nicht in Anspruch genommen zu haben, nachdem sie im Internet negative Kommentare oder Kritiken privater Nutzer gelesen hatten. Der Einfluss nutzergenerierter Inhalte ist aber nicht nur negativ. So gaben 56 Prozent der befragten deutschen Teilnehmer (52 Prozent in Europa) an, dass sie ein Produkt oder eine Dienstleistung eher kaufen würden, wenn sie positive private Kommentare im Netz lesen würden. Ipsos und Hotwire befragten insgesamt 2.214 Internetnutzer über 15 Jahre mit privatem oder beruflichem Internetzugang in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien.

## Service + Tipps

### **Enhanced Online News-Service (EON) wird auf dem PRSA-Kongress vorgestellt**

„EON“, der von Business Wire und Vocus entwickelte Enhanced Online News-Service „EON“ wird auf dem in dieser Woche in Salt Lake City stattfindenden PRSA-Kongress der Public

Relations Society of America erstmalig vorgestellt. Er ermöglicht den Einblick in eine ganz neue Art von Nachrichtenverbreitung, die das Verbreitungsnetz von Business Wire mit der direkt an den Verbraucher gerichteten PRWeb-Plattform verbindet. Diese Serviceleistung wird die Social-Media-Tools und Optimierungsstrategien für Suchmaschinen voll nutzen können.

Beide Unternehmen kündigten im September diesen Jahres ein strategisches Bündnis für die Erstellung neuer SEO- und Social-Media-Serviceleistungen an. Diese Zusammenarbeit wird Business Wire-Mitgliedern maximale Online-Visibilität und Social-Media-Beachtung dadurch gewährleisten, dass sie auf den Stärken von Vocus und PRWeb aufbauen können. Diese Vereinbarung ermöglicht Business Wire den Zugriff auf die Private-Label-Version des Verbreitungsmodells von PRWeb, das besonders von kleineren Unternehmen genutzt wird. Infos:

[www.businesswire.com](http://www.businesswire.com).

### **Service compact (4) (47.KW-06)**

01: **Kurt Beck, Ministerpräsident von Rheinland Pfalz und SPD-Parteivorsitzender, ist Deutschlands glaubwürdigster Politiker.** 64 Prozent der Bundesbürger, denen Kurt Beck bekannt ist, halten ihn für sehr glaubwürdig oder eher glaubwürdig. Das ist das Ergebnis des aktuellen "PolitikTrends", einer repräsentativen Untersuchung von tns emnid im Auftrag der Kommunikationsagentur fischerAppelt (GPRA) und der Fachzeitschrift "politik&kommunikation" anlässlich der Berliner Politiktage. Auf Platz zwei landet Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble, den 62 Prozent der Befragten für glaubwürdig und 35 Prozent für unglaubwürdig halten. Auch Bundeskanzlerin Angela Merkel bekommt 62 Prozent der Nennungen für ihre Glaubwürdigkeit, belegt jedoch mit 37 Prozent für ihre Unglaubwürdigkeit nur den dritten Platz im Ranking. Am unteren Ende der Top-Ten rangieren Wirtschafts- und Arbeitsminister Franz Müntefering, dem 49 Prozent Glaubwürdigkeit attestieren, und der FDP-Partei- und Faktionsvorsitzende Guido Westerwelle mit nur 45 Prozent.

02: **Neuerscheinung Fachbuch: „Corporate Social Responsibility im Mittelstand – Wie Ihr Unternehmen durch gesellschaftliches Engagement gewinnt“.** Der Leser findet im ersten Teil kurz und knapp Erläuterungen über den gedanklichen Ansatz

und die Philosophie von CSR. Daran schließt sich der Praxisteil an mit detaillierten Arbeitsschritten zur praktischen Umsetzung. 318 Seiten. Gebunden. 49 Euro. ISBN 10: 3-87081-479-9.

03: Die **Verbraucherpreise** sind im Oktober im Vergleich zum Vorjahresmonat laut Statistischen Bundesamt, Wiesbaden um 1,1 Prozent gestiegen.- Das **Gastgewerbe** setzte im September 2006 real 1,5 Prozent mehr um.

04: **PR-Agentur PR4YOU aus Berlin schnürt PR-Pakete.** Auf Grund der großen Nachfrage bietet die Agentur ab sofort drei PR-rundumsorglos Pakete zum Festpreis an: das PR-Paket "Basis", das PR-Paket "Profi" und das PR-Paket "Exklusiv". Mit diesen PR-Paketen übernehmen wir für unsere Kunden die vollständige Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und betreuen das entsprechende Unternehmen regelmäßig zum Festpreis“, so Holger Ballwanz, Inhaber und Geschäftsführer der PR-Agentur PR4YOU. Neben der Erstellung von Pressemitteilungen, der kostenfreien PR-Beratung, der Weiterleitung von Presseanfragen der Redaktionen und der begleitenden Medienbeobachtung sowie dem Presseclipping tritt die PR-Agentur auf Wunsch auch exklusiv als Vertreter des Unternehmens im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gegenüber den Medien auf. Infos: [www.pr4you.de](http://www.pr4you.de).

## Tagungen + Seminare + Ausbildung

---

### **Dow Jones Newswires und directnews laden zum Medienkongress nach Köln**

Unternehmen schalten Anzeigen, wenn zudem redaktionell über sie berichtet wird. Redakteure moderieren Veranstaltungen von Verbänden, über die sie ansonsten berichten. Medien drucken Pressemitteilungen beinahe unverändert ab... Die Liste ließe sich problemlos fortsetzen. Was vielleicht früher einmal getrennte Welten waren - Journalismus und Public Relations - verwischt immer mehr. Die Interessen beider Seiten überschneiden sich, man beeinflusst sich gegenseitig, 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 am 12. Dezember nach Köln einladen. Infos: [www.directnews.de/de/home/Tagungen/tagungen/medien](http://www.directnews.de/de/home/Tagungen/tagungen/medien).

### **Termine compact (9) (47.KW-06)**

01: Eine fachliche Basis für die PR-Assistenz liefert die **AFK Akademie Führung und Kommunikation** vom 22. bis 26 Januar 2007: Im **Seminar PR BA** erarbeiten **PR-Sekretärinnen und – Assistentinnen** das Know-how für die professionelle Unterstützung in der PR. Persönliche Arbeitstechniken und Arbeitsorganisation, Presse- und Medienarbeit sowie ein Einblick in die AFK-Konzeptionstechnik. Weitere Seminarinhalte, den Seminar kalender und mehr Infos gibt es unter [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com).

02: Am 18. November konnten 16 Teilnehmende des **Nachdiplomstudiums in Kommunikations-Management** (Executive Master of Science in Communications Management) ihr wohl verdientes Diplom an der **Università della Svizzera italiana in Lugano** entgegennehmen. Während des berufsbegleitenden Studiums wurden die Absolventen über 21 Monate darauf vorbereitet, bei strategischen Entscheidungen im Kommunikationsbereich eine führende Rolle zu übernehmen und bei der Formulierung allgemeiner Unternehmensziele eng mit den zuständigen CEOs zusammenzuarbeiten. Die Teilnehmenden, alle bereits gestandene Kommunikations-Manager, mussten während des Studiums 30 Seminare und fast eben so viele Prüfungen in 13 Blöcken in Lugano und einem zweiwöchigen Aufenthalt an der UCLA Anderson School of Management in Los Angeles absolvieren. Infos: [www.mscom.unisi.ch](http://www.mscom.unisi.ch).

03: Business Wire lädt zur Informationsveranstaltung „**Das Transparenzgesetz in der Praxis - Lösungsansätze für Ihre Nachrichtenverbreitung**“ ein: am 14. Dezember im Maritim Hotel/ Frankfurt am Main. Infos: [www.businesswire-news.info](http://www.businesswire-news.info).

04: Am 22. November veranstaltet der PRVA **Public Relations Verband Austria** in Wien seine diesjährige PR-Gala. Dabei wird auch wieder der österreichische PR-Staatspreis und erstmal ein



Innovationspreis verliehen. Gewürdigt wird auch der Kommunikator des Jahres. Infos: [www.prva.at](http://www.prva.at).

05: Am 16. Dezember veranstaltet die **Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR)** in Frankfurt am Main das **Tagesseminar „Medienrecht und Konfliktkommunikation“**. PR-Praktiker bewegen sich in ihrem beruflichen Alltag permanent an der Schnittstelle von Public Relations und Recht. Juristisches Spezialwissen ist daher elementar. Das Seminar richtet sich an PR-Praktiker aus Unternehmen, Agenturen, Vereinen und Verbänden und PR-Auszubildende. Referentin ist die Berliner Rechtsanwältin & Mediatorin Amrei Viola Wienen, spezialisiert im Medien- und Urheberrecht. Informationen zum Seminar und zur Referentin auch unter [www.dapr.de](http://www.dapr.de)

06: Weblogs gelten heute bei Pressestellen und PR-Agenturen als die wichtigste Web 2.0-Anwendung. Welches Potenzial in ihnen steckt und wie PR-Verantwortliche diese Kommunikationsform einsetzen können, vermittelt der media workshop **"Weblogs in der Kommunikation - Erfahrungen, Konzepte, Möglichkeiten"**. Die **dpa-Tochter news aktuell** veranstaltet das Seminar am **30. November und 1. Dezember 2006 in Hamburg**. Referent Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach erläutert den maximal zwölf Teilnehmern des Workshops die neuen Entwicklungen der "Blogosphäre" und stellt Konzepte vor, wie Unternehmen bisher Weblogs genutzt haben. Dabei zeigt der Referent anhand von aktuellen Beispielen, welche Chancen und Gefahren für die PR entstehen können. Am zweiten Tag stellen Friederike Ahlers von der Frosta AG und Björn Ognibeni von der Agentur GoViral konkrete Projekte vor, wie sie in ihrem Unternehmen Blogs für Kommunikationszwecke einsetzen. Infos: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de/workshop/535>.

07: Ob Weblogs, Podcast oder IPTV – die neuen Medienwelten unter dem Schlagwort web 2.0 und die neuen Verhaltensmuster der Konsumenten konfrontieren Marketeers mit vielschichtigen Veränderungen. Chancen und Herausforderungen dieser neuen Kommunikationsform für das Marketing stehen bei einem **halbtägigen Seminar** unter dem Titel **„Vom web 2.0 zu „MarKom 2.0“ – Evolution oder Revolution?“** am 13. Dezember 2006 in München auf dem Programm. Ein Klick auf [http://showtime.tv1.de/showtime/portal/tv1\\_watch](http://showtime.tv1.de/showtime/portal/tv1_watch)

[?content=61412](http://?content=61412) liefert einen kleinen Vorgeschmack auf die Veranstaltung.

08: Die Gruppe Akquisition / Kundengewinnung der **Netzwerkplattform XING.com** (ehemals openBC) veranstaltet am 11./12. Januar 2007 einen **Fachkongress zum weiten Feld der Kundengewinnung**. Neben den rein "methodischen" Themen wie "freudvolle Telefonakquise" oder "Dialogmarketing" werden auch solche behandelt, die die Motivation des Akquisiteurs und dessen strategische Ausrichtung betreffen. Gäste außerhalb des Netzwerkes sind herzlich willkommen. Anmeldung unter: [www.anmeldung-kongress.de](http://www.anmeldung-kongress.de).

09: Am 12. Dezember beginnt eine **neuer Kurs zum Akquisitions-Profi DDA**. Diese als Langzeit-Coaching angelegte Maßnahme wird von Manfred Berger (AgenturScouts) geleitet und dauert ein Jahr. Im Rahmen von Seminartagen, Telefonkonferenzen und einem Coaching am Arbeitsplatz des Teilnehmers erarbeitet dieser ein eigenes Akquisitionskonzept und wird in dessen Umsetzung intensiv begleitet. Nähere Informationen gibt es unter [www.onetoone.de/seminare](http://www.onetoone.de/seminare).

## Kommentare

### **Kerlikowsky Kommentar über... November-Sonne und Klimakatastrophen**



Guten Tag! An diesen schönen warmen Tagen im November genießen wir die Sonne, blinzeln auf Parkbänken gen Himmel und freuen uns über die Wärme. Das animiert Politiker wie Journalisten und andere Propheten um so mehr, Szenarien einer Klimakatastrophe zu entwerfen.

1977/78 hieß es noch in Berichten vom CIA für die amerikanische Regierung sowie vom Impact-Team in Deutschland: „Die nächste Eiszeit steht uns kurz bevor“. Damals war der überwiegende Teil der Wissenschaftler überzeugt, daß wir einer schnellen Abkühlung entgegen gehen. Die Klimatheorie trug den Namen „Schneeblitz“ und ließ schon Nordeuropa, die Alpen und Nordkanada unter einer Eisdecke verschwinden.

*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

## Pfeffer & Salz & Senf

### **Salz: Gesetzliches Verbot von Podiumsdiskussionen gefordert**

Zuletzt am 15. November gesehen, gehört und erlebt bei „dialog – das kommunikationstreffen“ der GPRA im ISS Dome zu Düsseldorf zum Thema „Quo vadis PR?“. Drei Experten und der Moderator, allemal gescheite Leute aus Wissenschaft und Praxis, sitzen in bequemen Sesseln vor bequemen Zuhörern, die an Stehtischen stehen müssen. Gescheite Fragen, kluge Antworten? Na ja, was will man zu diesem konkreten Thema erwarten? Alte Bekannte treffen, die alte Bekannte treffen wollen. Die auf dem Podium mühen sich redlich, zum rechtzeitigen Ende vermeldet der Moderator Essensergeruch – das Büffet blubbert schon. Wenigstens etwas, was Dampf ablässt. Einer der vielleicht 200 Zuhörer wagte zuvor einen Wortbeitrag und sagte sehr konkret etwas, was wirklich Sinn machte. Daraufhin der Moderator, mehr oder weniger wörtlich: „Was soll man dazu sagen? Recht hat er.“

Na dann, tschüss. Ich fordere ein gesetzliches Verbot von Podiumsdiskussionen. Zumal Kommunikationsverbände sollten sich eines Besseren besinnen. „Walk and Talk“ wäre mein Konzept-Vorschlag. Oder anders: „Kommunikation im Cafeteria-System“. Man baut aus 200 bequemen Stühlen 10 Kreise, stellt ein Schild mit dem Themenvorschlag in die Mitte, bestimmt einen klugen, sich kurz fassenden Keyspeaker und lässt die Gäste selbst entscheiden, zu was Sie etwas hören und sagen wollen. Enttäuschen Thema und Teilnehmer, wandert der Wechselwillige weiter. Themen gibt es in unserer Branche wirklich genug, und bessere als „Quo vadis“. Platz hat der Dome satt. Apropos zuletzt gesehen, gehört, erlebt: Zuletzt stimmt, aber ich fürchte, nicht das letzte Mal! Mathias Scheben, PR-Berater, Andernach

## Rezensionen

### **Steinau: Interne Kommunikation bei Unternehmenskrisen**

Daniela Steinau. *Interne Kommunikation bei Unternehmenskrisen. Konzepte Praxis Rechtsgrundlage*. VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken, 2006. 97 Seiten. ISBN 3-86550-322-5. Preis: 39 Euro.  
 Autorin der Rezension: Sabine Sturm, [ars\\_publicandi GmbH](mailto:ars_publicandi@rodalben.com), Rodalben

Klare Tatsachen statt diffuser Gerüchteküche. Über wirkungsvolle Krisen-PR wurde in der Fachliteratur schon häufiger gesprochen, zumeist jedoch fokussiert auf die Kommunikation mit externen Medien. Aber wie sieht es mit der mindestens ebenso wichtigen Kommunikation nach innen aus, falls im Unternehmen ein Krisenfall eintritt? Hier kann "interne" Öffentlichkeitsarbeit in Form einer sorgfältig und rechtzeitig gestarteten Aufklärung der Mitarbeiter der ansonsten aufgrund von falsch- oder missverständlichen Informationen womöglich überkochenden Gerüchteküche effizient entgegenwirken.

Es ist eine der Horrorgeschichten eines jeden Arbeitnehmers, aus der Zeitung oder über andere Medien erfahren zu müssen, dass sich sein Arbeitgeber in einer kritischen Lage befindet - und nicht vorab von ihm selber. Wie ein Unternehmen seine Mitarbeiter auf eine solche Situation vorbereiten kann und welche Aspekte zwischen Panikmache und In-Sicherheit-Wiegen dabei zu beachten sind, beleuchtet das Buch von Daniela Steinau, ihres Zeichens Diplom-Wirtschaftsjuristin.  
 Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

## Handbuch Kommunikationsmanagement

### **Public Affairs**

von Richard Kastl, 79114 Freiburg, [info@fachredaktion-wirtschaft.de](mailto:info@fachredaktion-wirtschaft.de)

Der Begriff „Public Affairs“ wird in der Literatur und in der öffentlichen Diskussion häufig verwendet, eine einheitliche Definition oder ein einheitliches Verständnis hierzu gibt es jedoch nicht. Auch am Beispiel von Public Affairs zeigt sich einmal mehr, dass alles eine Frage des Standpunktes – des geographischen, nicht des politischen – ist.

Definitionen und Praxis unterscheiden sich je nach kultureller und nationaler Zugehörigkeit. Dies ist für deutsche Public Affairs-Verantwortliche wichtig zu wissen und zu berücksichtigen, zumindest, sobald sie sich in Organisationen oder Unternehmen bewegen, die nicht nur innerhalb der deutschen Grenzen agieren. Und welches Politikfeld bleibt schon von Brüsseler Entscheidungen unberührt?  
 Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

## Internes (aus der Redaktion)\_\_\_\_\_

### Über Nussknacker November 2007 abstimmen

Jetzt können Sie zum zweiten Mal abstimmen: Über die drei ausgewählten Kandidaten für den Monat November 2006 auf der Startseite [www.pr-nussknacker.de](http://www.pr-nussknacker.de). Die Redaktion hat die drei Kandidaten ausgewählt, über die nun die Besucher des "PR-Journals" abstimmen können. Auf der Startseite können auch die Zwischenstände der Abstimmung eingesehen werden.

Die drei Kandidaten: World Vision Deutschland/Kinderstudie; Bärenmarke hilft WWF/Bärenprojekt sowie WM-Endspiel-Rasenstücke für einen guten Zweck. [Weitere Informationen über die Vorschläge finden Sie hier.](#)

Und es geht gleich weiter: Für den **nächsten "PR-Nussknacker"** für den Dezember 2006 können bereits jetzt neue Vorschläge [hier eingegeben werden](#).

## PR-Jobs + Karriere\_\_\_\_\_

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

### Gesuche

Die 14 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

[www.pr-journal.de/jobgesuche.html](http://www.pr-journal.de/jobgesuche.html)

### Angebote

#### Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 22 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

[www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat-trainee-praktikum/](http://www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat-trainee-praktikum/)

Die weiteren Angebote:

#### In Agenturen (24)

Titel [Kölner Kommunikationsagentur rheinfaktor sucht PR-Junior-Berater/in](#)

Titel [Grant Butler Coomber sucht Senior-PR-Berater/-in IT](#)

Titel [PR-Berater/-in in Heidelberg gesucht](#)

Titel [Pleon Kohtes Klewes Frankfurt sucht Verstärkung für den Bereich Consumer PR \(Beauty\)](#)

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

Titel [the.messengers aus Bad Homburg suchen Verstärkung](#)

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](#)

## In Medien (1)

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

## In Unternehmen (1)

Titel [Deutscher Sparkassenverlag sucht Berater/in Public Relations](#)

## In Verbänden (1)

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

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:  
 Montag, 20. November 2006 - 19:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **23.270 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](mailto:pfeffer@pr-journal.de)); Ursel Reineke, Heidelberg ([ursel@reineke-heidelberg.de](mailto:ursel@reineke-heidelberg.de)); Wolfgang Reineke, Heidelberg ([reineke@pr-journal.de](mailto:reineke@pr-journal.de)); Mathias Scheben ([mathias.scheben@t-online.de](mailto:mathias.scheben@t-online.de)), Neuwied; Volker Weber, Friedberg/Ts ([volker.weber@volker-weber-consulting.de](mailto:volker.weber@volker-weber-consulting.de)).

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

**Korrespondenten:** Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich ([bernd-oliver\\_buehler@web.de](mailto:bernd-oliver_buehler@web.de)); Michael Bürker, München ([michael.buerker@commendo.de](mailto:michael.buerker@commendo.de)); Daniel Fazekas, Budapest/Ungarn ([daniel.fazekas@mmdcee.com](mailto:daniel.fazekas@mmdcee.com)); Frank Hupke, Calgary, Alberta/Canada ([frank\\_hupke@gmx.de](mailto:frank_hupke@gmx.de)); Eric Metz, Hamburg ([e.metz@gemeinsam-werben.de](mailto:e.metz@gemeinsam-werben.de)); Stefan

Munko, Berlin ([munko@dprg-berlin.de](mailto:munko@dprg-berlin.de)); Frauke Scheben, New York/USA ([frauke.scheben@gmx.de](mailto:frauke.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 Pfannenberger, 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, Marktrechwitz; 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](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto:redaktion@pfeffer.de), [redaktion@pr-journal.de](mailto:redaktion@pr-journal.de), [gerhard@pfeffer.de](mailto:gerhard@pfeffer.de)

URL: [www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de), [www.pr-journal.at](http://www.pr-journal.at); [www.pr-journal.ch](http://www.pr-journal.ch); [www.pr-journal.com](http://www.pr-journal.com); [www.pr-journal.info](http://www.pr-journal.info); [www.pr-journal.net](http://www.pr-journal.net); [www.prjournal.de](http://www.prjournal.de); [www.prjournal.eu](http://www.prjournal.eu), [www.agenturcafe.de](http://www.agenturcafe.de), [www.neues-prportal.de](http://www.neues-prportal.de), [www.przentrum.de](http://www.przentrum.de), [www.pr-nussknacker.de](http://www.pr-nussknacker.de).