

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 330 / 12. KW 2012

Seite 1

Entwicklung der Medienlandschaft: Interview mit Thomas Pleil



Thomas Pleil lehrt Public Relations an der Hochschule Darmstadt in den Studiengängen Online-Journalismus und Wissenschaftsjournalismus. Der Autor von zahlreichen Büchern und Artikeln ist Spezialist für Online-

Kommunikation, Online-PR sowie die Entwicklung der Medienlandschaft. Nadja Amireh (*Agentur get noticed!* und Ressortleiterin Social Media des PR-Journals) hat ihn zu den aktuellen Veränderungen der Medienlandschaft sowie den Herausforderungen, die sich dadurch für Unternehmen ergeben, befragt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Schweizer Studie 2012: KMU's holen auf, Social Media Marketing dominiert, Potential nicht ausgeschöpft

Die Bernet ZHAW Studie 2012 zeigt, wie Schweizer Unternehmen, NPO's und Behörden in den sozialen Medien engagiert sind. Marcel Bernet, Inhaber von Bernet_PR und Guido Keel, Dozent und

Medienwissenschaftler am Institut für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW, haben im Dezember 5.400 Unternehmen online befragt. An dieser bisher breitesten Stichprobe haben 419 Organisationen (7%) teilgenommen. Auffällig ist dieses Jahr die starke Beteiligung von KMUs mit einem Anteil von 54%, NPO's waren mit 9% vertreten, jede vierte Antwort kam aus dem Kreis

von Behörden, Politik und Verbände. Dieser Mix ergibt innerhalb der Erhebung interessante Vergleiche zur Herangehensweise an die Kommunikation im Social Web. Ich habe die Studie gelesen und einige Resultate herausgepickt, die ich aus meiner Perspektive kommentiere:

Den Artikel von Marie-Christine Schindler vom 23. März in ihrem Blog [hier online weiterlesen](#).

Gehälter im Vergleich: Das verdienen die Deutschen (in der PR-Branche)

Wie viel verdienen die Bundesbürger? Was kann man nach zehn Jahren im Job erwarten? Und: Für welche Berufe werden die höchsten Gehälter gezahlt? stern.de hat das Gehaltsportal www.lohnspiegel.de der Hans-Böckler-Stiftung für verschiedene Berufe ausgewertet. Rund 200.000 Beschäftigte haben seit 2004 mit ihren Auskünften zu der Datenbank beigetragen. Die Daten sind zwar nicht repräsentativ, geben aber eine verlässliche Orientierung darüber, was in Deutschland gezahlt wird. Und eines wird deutlich: Die Gehaltsunterschiede zwischen West und Ost sind noch immer eklatant. [Hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Personalien

Twitter-Deutschland sucht einen Sprecher + hat ihn gefunden

Die Deutschland-Pläne von Twitter nehmen offenbar Gestalt an. Zumindest scheint der Zwitscher-Dienst hierzulande auf der Such nach Mitarbeitern zu sein. Mit Hilfe des Personalmanagement-Experten BGPM sucht das Unternehmen zur Zeit einen Kommunikationschef und einen „Sports Partnership Manager“. Allerdings scheint der Unternehmenssitz noch immer nicht festzustehen, von dem aus die Mikroblogging-Plattform ihr Deutschland-Geschäft anschieben will.

→ meedia.de

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (35) (12.KW-2012)

AGENTUREN:

01: **Jochen Pack** (32) und **Axel Schein** (39) sind neue Seniorberater bei Ketchum Publico in Wien (AT). Pack ist im Public Affairs Bereich und in der Kommunikation für Interessensvertretungen und Verbände aktiv. Der Betriebswirt war von 2002 bis 2011 ÖVP-Abgeordneter im Nationalrat und als freier Redakteur sowie selbständiger Kommunikationsberater tätig. Schein ist Handelswissenschaftler arbeitete zuvor in der Unternehmensberatung und als Kommunikationsberater mit Schwerpunkt Strategie und Leitbild und startete mit der Agentur amwort

das Projekt profilm für Unternehmensvideos. Der bisherige Geschäftsführer **Helmut Stögerer** hat die Agentur nach der erfolgten Neuaufstellung verlassen und übernimmt neuen Aufgaben in seinem Spezialgebiet der Integrierten Kommunikationsberatung.

02: **Sandra Luger** (36) und **Verena Nowotny** (44) ergänzen als Geschäftsführerinnen und Miteigentümerinnen das Führungsteam von Gaisberg Consulting in Wien (AT). Luger soll den Bereich Corporate und Change Communications weiter ausbauen. Sie war zuvor Mitglied im Management Board der Agentur Grayling Austria. Nowotny ist zuständig für Internationale Kommunikation und Krisenkommunikation. Sie war zuvor unter anderem außenpolitische Sprecherin des früheren österreichischen Bundeskanzlers Wolfgang Schüssel.

03: **Tilman Strauss** (40) kehrt als stellvertretender Geschäftsführer und Leiter PR zu Jung von Matt/relations zurück, er verstärkt das Kölner PR-Team und soll den Bereich Produkt- und Marken-PR weiter ausbauen. Bereits von 2002 bis Ende 2004 gehörte der Kommunikationsprofi als Senior Berater zu der Gründungsmannschaft der Agentur, dazwischen war er für BBDO und Bo Concept sowie für Energiebau Solarstromsysteme tätig.

04: **Vera Schmitz** (39) verstärkt als Senior Beraterin das Team der Agentur Ecker & Partner in Wien (AT) in den Kommunikationsbereichen Public Affairs, Kampagnen und Events. Zuvor war die Werbefachfrau als Abteilungsleiterin für Interne Koordination und Infrastruktur in der ÖVP Bundespartei für Kampagnenumsetzungen und Projektmanagement bei Events sowie für die Interne Kommunikation verantwortlich.



05: **Kai Sievers** (41) verstärkt die Geschäftsleitung der Flad & Flad Communication Group in Heroldsberg bei Nürnberg. Seine Hauptaufgaben sind der Aufbau neuer Geschäftsfelder sowie die Schärfung der Unternehmenspositionierung als Full-Service-Agentur für Zukunftskommunikation. Der Betriebswirt war zuvor seit 2008 bei der Kommunikations-Agentur "Die Jäger von Röckersbühl" tätig.

06: **René Michalak** (31) ist neuer Etatdirektor im Beraterteam der Agentur Château Louis in Ludwigsburg. Der gelernte Werbekaufmann und studierte Fachwirt für Direct Marketing (DDV) kommt von der Agentur Wunderman in Frankfurt am Main, wo er drei Jahre den Kunden Lufthansa betreut hat.

07: **Jana Yaacoub** und **Selina Krummenacher** sind in Luzern (CH) mit ihrer Agentur Rosenstar in die Selbstständigkeit gestartet. Yaacoub war vorher als Designerin für verschiedene Agenturen tätig. Krummenacher war als Kommunikationsdesignerin und -beraterin ebenfalls in der Agenturwelt unterwegs.

08: **Jochen Pläcking** ist neuer Aufsichtsrat der Agentur für Kommunikation CB.e Clausecker | Bingel in Berlin. Er war bereits für das erste große Projekt CB.e's auf Kundenseite verantwortlich. Als Founding Partner gründete Pläcking 2005 nach vielen Jahren in leitender Funktion in Unternehmen und Agenturen die kleinundpläcking Markenberatung in Berlin, Stuttgart und Zürich.

09: **Hella Hahm** hat in Stuhr/Bremen die Leitung des neuen Norddeutschland-Büros von PvF Investor Relations mit Hauptsitz in Eschborn übernommen. Die PR-Spezialistin war zuvor knapp 18 Jahre als Investor Relations und Public Relations Managerin für Cewe Color in Oldenburg tätig.

10: **Hans-Georg Felder** (46) übernimmt am 1. April die neu geschaffene Position des Pressesprechers der Der Fussballspielerberatung und -betreuung

Was ist Ihre Strategie?
Und wenn ja,
wie viele?

Ziele bei
Lautenbach Sass.

www.lautenbachsass.de T 0 69) 2 57 82 65 - 0

Sports Total in Köln. Vorher war er Pressesprecher bei dem Fußball-Regionalligisten Rasenballsport Leipzig.

11: **Nicole Fischer** ist Head of Digital bei White Communications in München. Die Diplom Kauffrau war zuvor seit 2010 als Inhaberin von Die Klaviatur - Beratung für digitales Marketing in München selbstständig.

12: **Daniel Becker** (34) übernimmt bei der Möller Horcher Public Relations (GPRA) in Offenbach die Funktion eines Trendscouts. Er arbeitet Oktober 2010 als PR-Redakteur in der Agentur.

UNTERNEHMEN:

13: **Sandra Scherzer** (41) übernimmt am 1. April die Leitung der Unternehmenskommunikation des Zeppelin Konzerns in Garching/Friedrichshafen. Sie leitete zuvor seit September 2010 die Unternehmenskommunikation bei dem Automobilzulieferer Schaeffler in Herzogenaurach. Scherzer folgt auf **Janina Knab** (43), die ab dem 1. April die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Würth

Gruppe in Künzelsau verantwortet. Knab folgt bei Würth auf die bisherige Pressesprecherin **Sarah Rummel**, die das Unternehmen verlässt.

14: **Christian Andersen** (44) übernimmt ab 1. April als Manager Press and Marketing Communication die Leitung der Marketing-Abteilung von Suzuki Automobile Deutschland in Bensheim. Der Diplom-Psychologe war bislang als Head of Marketing Communications bei Sony Deutschland auch für PR, Media & Advertising verantwortlich. **Julia Müller** ist bei Suzuki als Group Leader Brand Marketing and Communication für die Markenkommunikation und das Online-Marketing zuständig.

15: **Michèle Knaup** (29) ist Pressesprecherin bei Globetrotter Ausrüstung in Hamburg. Sie hat zuvor an der Hochschule für Musik und Theater Hamburg Kultur- und Medienmanagement studiert und den Master in Projektmanagement, Kulturpolitik, Kommunikation und Medien, Sponsoring, Stiftungswesen erlangt. Knaup folgt auf **Timo Brakenhoff**, der seit März 2007 bei dem Outdoor-Händler tätig ist und jetzt in den Bereich Online-Marketing gewechselt ist.

16: **Wolfgang Zdral** ist neuer Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher der Gruppe Bayerische Beamten Versicherungen (BBV) in München. Der frühere Redakteur ("Wirtschaftswoche" / "Capital") war zuvor seit Juli 2008 im Bereich Presse und Redaktionen des Softwarehauses Datev in Nürnberg tätig. Er folgt auf **Peter Nützel**, der mit Vollendung des 63. Lebensjahres zum 1. April in den Ruhestand tritt.

17: **Sven Herold** (39) wird am 1. April Vice President Creative Development bei Royal Dutch Shell in London (GB). Zuvor war er seit Januar 2008 Global Head of Media Relations bei SAP-TV in Walldorf. **Christoph Liedtke** übernimmt Herolds bisherige Position bei SAP. Er ist seit 2007 als Vice President Corporate Communications in Walldorf tätig und war vorher Director Public Relations bei Qimonda in München.

FRÜHBUCHERRABATT
BIS 23. MÄRZ 2012

7. FACHTAGUNG
INTERNE KOMMUNIKATION
19. / 20. APRIL 2012, BERLIN

Inhalte der Tagung:

- Modul I: Mitarbeitermotivation & Corporate Identity
- Modul II: Knowledge Management & Ressourcenoptimierung
- Modul III: Veränderungs- und Führungskommunikation

Referenten von:

Roche Diagnostics, Bundesagentur für Arbeit
Vorwerk, OBI, DIHK, CLAAS,
Institut für Kommunikation im Mittelstand

WWW.TAGUNG-INTERNE-KOMMUNIKATION.DE

DEUTSCHE PRESSEAKADEMIE
STUDIUM • SEMINARE • FORUMEN

18: **Tobias Lobe** (43) ist neuer Kommunikationschef und Pressesprecher der dapd Gesamtgruppe in Berlin. Zuvor leitete er sechs Jahre die Ressorts Politik, Wirtschaft und Technik der Illustrierten "Bunte", wo er auch Mitglied der Chefredaktion war. Lobe übernimmt seine Aufgaben von **Wolfgang Zehrt**, Vorstand des Bereichs Business Development und Leiter ddp direct, der bisher die Position des Pressesprechers kommissarisch übernommen hatte.

19: **Sascha Wolfinger** (39) wird am 1. April in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Fiat Group Automobiles Germany Pressesprecher für die Marke Alfa Romeo. Er ist bei Fiat seit Juli 2011 Pressesprecher der Transportersparte Fiat Professional und behält diese Position bei. Wolfinger übernimmt seine neuen Aufgaben von **Malte Dringenberg**, der nach sechs Jahren als PR-Manager das Unternehmen verlässt.

20: **Jürgen Rathgeb** (50) verantwortet als weiterer Geschäftsführer bei vidco media systems in Dreieich die Bereiche Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Vertrieb. Er war zuvor bereits seit Mitte 2011 als

Unternehmensberater und Interims-Manager für das Unternehmen tätig.

21: **Jan Oberfranc** (38) ist Leiter Unternehmenskommunikation bei Bära Perfect Retail Lighting in Leichlingen. Er ist seit November 2008 für Bära als Lichtplaner und in der Vertriebsunterstützung tätig. Oberfranc folgt auf **Regine Höller**, die das Unternehmen verlassen hat.

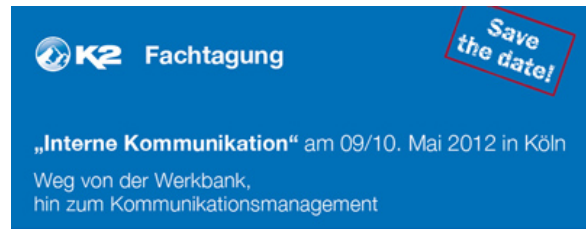
22: **Julia Kolanghis**, seit Oktober 2004 Referentin PR & Kooperationen der A-Rosa Flussschiffe in Rostock lässt Ihre Aufgaben ruhen und geht in Elternzeit. Ihren Bereich übernimmt **Christine Cubasch**, seit August 2011 Managerin Public Relations bei A-Rosa.

MEDIEN:

23: **Rowan Barnett** (31) wird neuer Deutschland-Chef des Kurznachrichtendienstes Twitter in dessen neuer Niederlassung in Berlin. Der studierte Historiker ist seit 2004 bei Axel Springer und seit Januar 2006 für Bild digital tätig, seit März 2009 als Leiter Community & Social Media in Berlin.

VEREINE, VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

24: **Torsten Sälinger**, Pressesprecher der Deutschen Bahn, übernimmt bei dem Bundesverband deutscher Pressesprecher in Hessen / Rheinland-Pfalz / Saarland den Vorsitz der Landesgruppe. Er löst den langjährigen Vorsitzenden **Dirk Metz** ab, der den Vorsitz nach acht Jahren abgegeben hat. **Dominik Kuhn**, einer der drei Stellvertreter, verzichtet auf eine erneute Kandidatur. Für ihn rückt **Reza Ahmari**, Hauptkommissar und Sprecher der Bundespolizei für Hessen, Rheinland-Pfalz und das Saarland, neu in das Führungsgremium ein. **Brigitte Schlöter**, Pressesprecherin der Barmer GEK in Hessen und **Roger Töpelmann**, Sprecher der Evangelische Kirche Hessen und Nassau in Wiesbaden sind



Auswahl der Referenten:

- Philipp Schindera**
Leiter Unternehmenskommunikation Deutsche Telekom
- Martina Faßbender**
Leiterin Unternehmenskommunikation Gothaer
- Edith Meissner**
Leiterin Führungskräftekommunikation Daimler
- Anne Schwindling**
Leiterin Interne Kommunikation Fraport
- Dr. Jan-Paul Ritscher**
Head of Internal Communications HSH Nordbank
- Dr. Eric Marzo-Wilhelm**
Head of Internal Communications Voith
- Joachim Tillessen**
Leiter der Coop Presse
- Klemens Steiner**
Leiter Interne Kommunikation ERGO

einstimmig als stellvertretende Vorsitzende bestätigt worden.

25: **Britta March** (43) verantwortet seit 1. Februar als Pressereferentin die externe Kommunikation des Bundesverbands privater Anbieter sozialer Dienste (bpa) in Berlin. Die Journalistin ist seit September 2010 als freiberufliche Beraterin in der Pflege- und Gesundheitswirtschaft tätig. Sie folgt auf **Steffen Ritter**, der seit 1995 in Berlin als Kommunikations- und Medienberater arbeitet und als Pressesprecher des Arbeitgeberverbands Pflege tätig ist.

26: **Dietrich Ebeling** (53) ist neuer Leiter der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit der Freien evangelischen Gemeinden in Deutschland (FeG) in Witten. Der Theologe übernimmt gleichzeitig auch die Redaktionsleitung der FeG-Zeitschrift "Christsein Heute". Seit 2005 ist er Pastor der Freien evangelischen Gemeinde Rhein-Sieg in Sankt Augustin. Ebeling folgt auf **Arndt Schnepfer**, der im August eine Stelle als Pastor in Hamburg antritt.

27: **Ekkehard Schmider**, Geschäftsführer der Unternehmensberatung B2B Brand Consulting in München wurde zum Vorstandsvorsitzen des Europäischer B-to-B-Fachverband für Marktpositionierung und Markenführung (B-to-B Marke) mit Hauptgeschäftsstelle in München gewählt. **Thomas Gronenthal**, Partner der Agentur euromarcom public relations in Wiesbaden, wurde zum Vizevorsitzenden gewählt.

28: **Andreas Moegelin** (54) ist Pressesprecher für das Climate-Knowledge and Innovation Community (KIC) Centre in Berlin. In der neu geschaffenen Funktion koordiniert er die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Climate-KIC in Deutschland. Der frühere Edelman-Bereichsleiter "Finanz- und Unternehmenskommunikation" ist seit 2004 als selbständiger Journalist und PR-Berater tätig.

29: **Veit Mathauer**, Geschäftsführer von Sympra Agentur für Public Relations (GPRA) in Stuttgart, leitet im Sommersemester 2012 das Projektseminar "Strategische Planung II: Konzepte für Unternehmen" im 6. Semester des Bachelor-Studiengangs Kommunikationswissenschaft (Profilfach Public Relations) an der Universität Hohenheim.

30: **Michael Thamm**, Präsident von AIDA Cruises in Rostock, wurde von den internationalen Kreuzfahrtverbänden European Cruise Council (ECC) und Cruise Lines International Association (CLIA) zum Sprecher der Kreuzfahrtindustrie in Deutschland berufen. Er soll die Öffentlichkeitsarbeit der Organisationen verstärken.

31: **Michael Eibes** verantwortet die Koordination der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Designer Clubs (DDC) in Frankfurt am Main und übernimmt zudem die Rolle des Vorstandssprechers. Er ist Inhaber von Michael Eibes Design in Wiesbaden.

Können Sie Ihrem Management den Wertschöpfungsbeitrag Ihrer Kommunikationsarbeit dokumentieren?

Lautet Ihre Antwort:
Nein, zu komplex und zu teuer?

Falsch!

Unsere Tools sind skalierbar,
die Kosten überschaubar.
Wir zeigen Ihnen, wie einfach das ist!

Einfach hier klicken!

BRANDCONTROL
INSTITUT FÜR MARKENCONTROLLING

32: **Christine Ehrig** (31) ist neue Kommunikationsmanagerin Internationale Verständigung bei der Stiftung Mercator in Essen. Zuvor war sie seit September 2010 als Managerin Public Affairs bei dem Pharmaunternehmen Merck in Darmstadt tätig.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

33: **Marc M. Kinert** (40) ist neuer Leiter der Pressestelle des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) in Berlin. Der frühere dpa-Redakteur ist seit Februar 2006 Pressesprecher des Ministeriums. Er folgt auf **Stefanie Augter**, die seit dem Frühjahr 2011 den Arbeitsbereich Familie, Senioren, Frauen und Jugend in der Ständigen Vertretung der Bundesrepublik bei der EU in Brüssel verstärkt.

34: **Christoph Gehring** (44) leitet die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Ministerium des Innern, für Sport und Infrastruktur des Landes Rheinland-Pfalz in Mainz. Der Radiojournalist war zuvor seit März 2010

Stellvertretender Regierungssprecher der Staatskanzlei des Landes Rheinland-Pfalz. Er folgt auf **Eric Schaefer**, der zum Leiter des Büros von Innenminister Roger Lewentz ernannt wurde.

35: **Nicole Lamon** (49) wurde zur neuen Kommunikationschefin des Eidgenössischen Departements des Innern (EDI) in Bern (CH) ernannt. Die derzeitige Ressortleiterin Politik bei Radio Télévision Suisse Romande (RTS) tritt die neue Stelle am 1. Mai an.

Etats

Ausschreibung: Redaktionsbüro für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundesgesundheitsministeriums

Das Bundesministerium für Gesundheit beabsichtigt einen Rahmenvertrag mit einem Dienstleister abzuschließen, welcher die Konzeption, Planung und Erstellung von Texten für Publikationen und weitere Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit sowie in diesem Zusammenhang anfallende Koordinationsarbeiten zum Gegenstand hat. Der künftige Dienstleister soll dementsprechend das Ministerium bei der Entwicklung von Informationsmaterialien im Rahmen der allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit unterstützen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (26) (12.KW-2012)

01: Karkloof Spa, Pietermaritzburg (SA)
was: *PR-Etat*
an: **Biss PR**, Berlin

02: AT Internet, München
was: *Pressearbeit*
an: **messerPR - Public Relations**, München



3. DEUTSCHER MEDIENBEOBACHTERKONGRESS
26. APRIL 2012 | DÜSSELDORF

Unsere Themenschwerpunkte

1. Social Media Monitoring
2. Online Markt- und Meinungsforschung
3. Kommunikationscontrolling

KEYNOTE: Wertschöpfung durch Social Media – Wie Monitoring und Controlling erfolgreiche Strategien ermöglicht.
Prof. Dr. Ansgar Zerfuß - Universität Leipzig

Weitere Informationen und Anmeldung unter:
www.medienbeobachterkongress.de

Congress Center Düsseldorf / Messe
Kongressgebühr: 249,- Euro zzgl. MwSt.



03: Tourism Western Australia, Planegg/Martinsried
was: *Tourismus-PR*
an: **MikullaGoldmann PR**, München

04: StrikoWestofen Group, Wiehl
was: *Öffentlichkeitsarbeit*
an: **dako pr**, Leverkusen

05: Schweizerische Bundesbahnen (SBB), Zürich (CH)
was: *Geschäftskundenmagazin "to B"*
an: **Infel**, Zürich (CH)

06 Jäger Bau, Feldkirch (AT)
was: *Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*
an: **Lewis Communications**, München

07: Kusch+Co, Hallenberg
was: *Unternehmens-, Marken- und Produkt PR*
an: **Blume PR**, Hamburg

08: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), Berlin
was: *integrierte Kampagne für die Familienpflegezeit*
an: **A&B One** und **A&B One Digital** (GPRA), Berlin

09: Hochschule München eine eigenständige Marke und eine

was: *Kommunikationskampagne für die Masterstudiengänge*

an: **fischerAppelt, relations** (GPRA), München

10: Europäisches Amtes für Personalauswahl (EPSO), Berlin

was: *Kommunikationsetat für das EU-Personalmarketing*

an: **Scholz & Friends**, Berlin

11: Siber Systems, Fairfax, VA (USA)

was: *Pressearbeit für RoboForm und GoodSync in Deutschland*

an: **ECCO Düsseldorf / EC Public Relations** (GPRA), Düsseldorf

12: Allianz Asset Management, Frankfurt am Main

was: *Betreuung des Online-Executive- und Finance-Magazin "Project M"*

an: **Hoffmann und Campe Corporate Publishing** (Ganske Verlagsgruppe), Hamburg

13: Infinite World Trade & Invest (IWTI), Köln

was: *Entwicklung des internationalen Kundenmagazins "World Trade & Invest"*

an: **Facts & Figures** (Gruner+Jahr Wirtschaftsmedien), Hamburg

14: Viacom International Media Networks Northern Europe, Berlin

was: *Kommunikation für den TV-Sender Comedy Central in Deutschland und der Schweiz*

an: **Kruger Media**, Berlin

15: German Scholars Organization (GSO), Berlin

was: *Magazin für das Förderprogramm "Rückkehr deutscher Wissenschaftler aus dem Ausland"*

an: **Tempus Corporate** (Zeit Verlag), Hamburg

16: Constructa-Neff Vertrieb, München

was: *Beratung und Umsetzung der PR-Maßnahmen für Neff Einbaugeräte & Hausgeräte in Deutschland*

an: **Hansmann PR**, München



17: Messe Frankfurt Exhibition, Frankfurt am Main

was: *Online-Kommunikation und tagesaktuelle Eventberichterstattung von der Fachmesse "Prolight + Sound"*

an: **4iMedia**, Leipzig

18: Volksbank Stuttgart

was: *Konzeption und Umsetzung des Mitarbeitermagazins "saldo" sowie des Jahresberichts und des Sozialberichts*

an: **Sympra** (GPRA), Stuttgart

19: Marburger Scandinavian Design, Uetikon am See (CH)

was: *Beratung der Geschäftsleitung in allen kommunikativen Belangen, Betreuung der Pressestelle sowie Produkt-PR für Trollbeads in der Schweiz*

an: **Flowcube Communications**, Zürich (CH)

20: Cecchetto Import, Bülach (CH)

was: *PR- und Medienarbeit, Kooperationen, Events sowie Social Media für Lavazza Kaffee in der Schweiz*

21: Dettling & Marmot, Dietlikon (CH)

was: *PR- und Medienbetreuung, Events, Kooperationen sowie Marketingkommunikation der Marke Rémy Martin in der Schweiz*

22: Fortuna-Gruppe, Zürich (CH)

was: *Kommunikation für die Clubs Jade Restaurant & Club und Amber Bar & Club sowie Medienarbeit und das VIP-Einladungsmanagement für den Club Privé*

an: **PRfact**, Zürich (CH)

23: euroLighting, Nagold

was: *klassische Unternehmenskommunikation sowie Marken- und Produkt-PR*

24: econ solutions, Straubenhardt

was: *klassische Unternehmenskommunikation sowie Marken- und Produkt-PR*

25: Schukat electronic Vertrieb, Monheim am Rhein

was: *klassische Unternehmenskommunikation sowie Marken- und Produkt-PR*

26: Westermo Data Communications, Waghäusel

was: *klassische Unternehmenskommunikation sowie Marken- und Produkt-PR*

an: **Agentur Lorenzoni**, Erding

Branche

Erfolgreiches Jahr für fischerAppelt: Agenturgruppe erzielt 31,8 Mio. Euro Honorarumsatz in 2011

Die agenturgruppe fischerAppelt (GPRA) mit Hauptsitz in Hamburg verzeichnet für 2011 einen Honorarumsatz von 31,8 Millionen Euro. Somit erreicht das Unternehmen im Vergleich zu 2010 ein Umsatzplus von 20,9 Prozent. "Da unser Wachstum größtenteils organisch war, freuen wir uns über eine hervorragende Basis für 2012", sagt der fischerAppelt-Vorstand Andreas Fischer-Appelt. "Der Markt wird auf gutem Niveau bleiben. Wir erwarten deshalb ein umsatzstarkes Jahr und setzen außerdem auf Umverteilungen innerhalb des Markts."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Auch in einer inhabergeführten Agentur ist eine Vorstandssitzung kein Elternabend

Agentur-Vorstand Frank Behrendt über den Unterschied zwischen Network- und Inhaberagentur und die Entwicklung der Gruppe. Seit etwas über einem Jahr ist Behrendt Vorstand bei Fischer-Appelt (GPRA), Hamburg. Er kam von Ketchum Pleon (GPRA), Düsseldorf, wo er nach mehr als zehn Jahren ausgestiegen war. Als Grund nannte er fehlende Gestaltungsfreiheit und geringe Handlungsspielräume nach der Übernahme von Pleon durch Ketchum. Im Interview mit HORIZONT erklärt Behrendt, warum er sich bei seinem heutigen Arbeitgeber besser entfalten kann. *Das Interview bitte [hier als PDF herunterladen](#).*

Branche compact (10) (12.KW-2012)

01: **Das Image der österreichischen PR-Branche leidet nach wie vor** unter der Affäre um den Lobbyisten und PR-Berater Peter Hohegger. "Es tut uns weh, dass einige wenige schwarze Schafe das Bild der PR-Branche in der Öffentlichkeit dominieren", sagt Ingrid Vogl, Präsidentin des Public Relation Verbandes Austria (PRVA). Deshalb will der Verband nun mit einer Qualitätsoffensive gegensteuern. Wichtig für die Qualität sind laut einer Studie der Universität Wien das Erreichen von gemeinsam festgelegten Kommunikationszielen und das enge Vertrauensverhältnis zum PR-Berater. → wienerzeitung.at

02: Kommunikationsverantwortliche und Geschäftsführer deutschsprachiger Handelsunternehmen sind sich größtenteils einig: **Über 80 Prozent sind jeweils der Meinung, dass das Image des Handels schlechter ist**, als es den tatsächlichen Leistungen angemessen wäre. Der offensichtliche Bedarf an unternehmensübergreifender PR und gesellschaftspolitische Entwicklungen wie Energie-, Finanz- oder Lebensmittelkrisen haben die Bedeutung von Öffentlichkeitsarbeit im Handel verstärkt. Diese Bedeutung bezieht sich durchaus

auch auf den wirtschaftlichen Erfolg der Handelsunternehmen – während die Kommunikationsverantwortlichen längst der Ansicht sind, dass die PR einen relevanten Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen leistet, hat sich diese Einschätzung jetzt auch auf Geschäftsführerebene durchgesetzt. Jeweils 94 Prozent haben dies bestätigt. → ehi.org

03: GolinHarris in Frankfurt am Main arbeitet ab sofort in Deutschland mit seinem globalen g4-Modell. Zentrales Element des ganzheitlichen Kommunikationsansatzes ist die Aufstellung in vier Spezialisten-Teams, den sogenannten Strategists, Creators, Connectors und Catalysts. Die Spezialisten sind dabei mit ihrer jeweiligen Community weltweit vernetzt. Catalysts führen als Lotsen in der Kundenbetreuung das Wissen aus den anderen drei Bereichen – Strategie und Planung (Strategists), Kreation und Inhalte (Creators) sowie die Ansprache klassischer und digitaler Medienkanäle (Connectors) – zusammen. Mit g4 behalten Kunden auch zukünftig einen zentralen Ansprechpartner. Zugleich greifen sie auf einen internationalen Wissens-Pool aus den anderen Kompetenzbereichen zurück. → golinharris.de

04: Mit verhaltenem Optimismus schauen die GWA Agenturen auf das Jahr 2012. Die Agenturen rechnen mit einem Wachstum des Gross Income von im Schnitt 4,4 Prozent. 2011 betrug das Wachstum 6,4 Prozent. Auch die Rendite entwickelt sich positiv. Für 2011 gaben die Agenturen eine Rendite bezogen auf das Gross Income in Höhe von neun Prozent an. Für 2012 rechnen die Agenturen mit einer Rendite von 10,4 Prozent. Chancen für das Geschäft sehen die Agenturen im Jahr 2012 vor allem im Ausbau der digitalen Kommunikation und in der Erforschung neuer Trends und Produkte mit Unterstützung von Social Media Netzwerken. → gwa.de

05: Ein Nachhaltigkeitsbericht ist eine schöne Sache. Auf Hochglanzpapier kann ein Unternehmen darstellen, was es alles Gutes tut und

um wie viel schlechter die Welt doch wäre, wenn es die Firma nicht gäbe. Und in der Tat liest sich der aktuelle Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung der Deutschen Bank wunderbar. (...) Was man aber auch zugestehen muss, ist, dass der Bericht vor allem eins ist: Ein Meisterwerk des Marketings, der Public Relations und der Augenwischerei. "Tue Gutes und rede darüber", ist ein altbekannter Satz, der immer noch gilt. → ftd.de

06: Welcher Standort in Deutschland gilt als der attraktivste unter den Agenturchefts? Welche Kriterien sind entscheidend bei der Standortwahl? Was sind Gründe für die Eröffnung neuer Agentur-Standorte? Diese und weitere Fragen untersuchte Tina Mons in Ihrer Studie zu Standortstrategien von Werbe- und Kommunikationsagenturen in Deutschland, die sie unter der Leitung von Professor Andreas Baetzgen und in Kooperation mit der Fachzeitung "Horizont" durchführte. Zur Teilnahme aufgefordert waren alle GWA-Agenturen sowie die 50 größten inhabergeführten Agenturen Deutschlands. → mw.hdm-stuttgart.de

07: Die Agentur muehlhausmoers corporate communications (GPRA) mit Büros in Köln und Berlin blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. 2011 erzielte sie einen Gesamtumsatz von 4,1 Millionen Euro. Insbesondere der Geschäftsbereich Digital Communication stieg erneut an – er macht mittlerweile mehr als 20 Prozent des Honorarumsatzes von muehlhausmoers aus. In Zukunft wird muehlhausmoers den Bereich Digital Communication noch weiter ausbauen.

08: Die inhabergeführte B-to-C-Agentur Exit-Media in Berlin eröffnet in Stuttgart die B-to-B-Unit Exit Industry. Als Leiter der neuen Unit wurde Michael Frank an Bord geholt, er soll Exit-Industry in der Schwabenmetropole aufbauen und seine Erfahrungen in der Geschäftskommunikation einbringen. Frank kommt von RTS Rieger-Team, wo er seit 1997 tätig war, zunächst in Düsseldorf, dann als Geschäftsführer am Standort Stuttgart. Geplant ist eine enge Zusammenarbeit zwischen Exit Industry und RTS

Rieger Team Stuttgart. RTS Rieger Team gehört seit 2007 zum TBWA-Netzwerk.

09: Die Agentur **Roth & Lorenz in Stuttgart** nahm bei dem 19. Internationale Sponsoring Award (ISA 2012) im Rahmen der Fachtagung "Sponsoring Summit 2012" in Hamburg einen Sponsoring Award für die "Pangaea Expedition" entgegen und gewann damit **Platz Zwei in der Kategorie**

Publicsponsoring. Die Expedition des Abenteurers Mike Horn ist eine vierjährige Forschungsreise rund um den Globus, das Projekt, ist 2008 gestartet und läuft bis Ende 2012 – mit Mercedes-Benz als Hauptsponsor. rothundlorenz.de

10: **Wie erfolgreiche PR für Startups funktioniert**, das hat jetzt PR-Beraterin Lindsey Green in einem US-Blog enthüllt. Viele junge Unternehmen haben eine super Idee, vielleicht sogar schon ein Spitzenprodukt, aber meist keine Ahnung, wie sie das an die ganz große Glocke hängen können. Damit sie sich nicht von falschen Versprechungen locken und von windigen PR-Agenturen abzocken lassen, gibt Green vier Tipps für die erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit im Startup-Bereich. → t3n.de

Reputation Management

Regeln reichen nicht: Compliance-Praxis nimmt Reputation ins Visier

Compliance hat lange aufgehört, ein Angstwort für deutsche Unternehmen zu sein. Nach den großen Korruptionsaffären zurückliegender Jahre haben die meisten Unternehmen ein akribisches System zur Kontrolle des regelkonformen Verhaltens ihrer Mitarbeiter installiert. Ein Thema, das Unternehmen offensiv und selbstbewusst nach außen vermitteln, ist Compliance aber noch lange nicht. Das zeigen die Ergebnisse der Studie Im Fadenkreuz der Öffentlichkeit: Compliance als Reputationsschutz, die gemeinsam von der MHMK, Macromedia

Hochschule für Medien und Kommunikation, und dem Compliance Communication Center in München durchgeführt wurde.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR- der gordische Knoten der Kommunikation

Tue Gutes und sag es nicht weiter. CSR gilt derzeit als der Treiber für Reputation schlechthin. Befürworter sind sich einig, dass Unternehmen ohne glaubwürdige CSR-Strategie auf Dauer nicht erfolgreich sein können. Nur über die Kommunikation der guten Taten, da teilen sich die Lager. Während die einen noch gemäß dem historischen PR-Satz ‚Tue Gutes und rede darüber‘ treu bleiben, sind andere der Meinung, es gehört zum ‚Daily Business‘ und gebühre keiner besonderen Kommunikation - außer vielleicht der anständigen Erwähnung im Jahresbericht. Und dann gibt es noch die ganz Differenzierten, die argumentieren, Nachhaltigkeitsberichte seien das Papier nicht wert, auf das sie gedruckt sind, seien nichts weiter als ‚Greenwashing‘, meint Augenwischerei, des Marketings.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Fehlende Frauenquote: Nachteil für deutsche Unternehmen

Wegen der fehlenden gesetzlichen Frauenquote drohen deutschen Unternehmen laut einem Pressebericht Wettbewerbsnachteile im europäischen Ausland. Zum Beispiel könnten deutsche Firmen bald nicht mehr an Ausschreibungen in Spanien oder Frankreich teilnehmen, da sie nicht die Voraussetzungen der dort geltenden Quotengesetze erfüllten, zitierte die "Rheinische Post" am Samstag aus einer Analyse des Auswärtigen Amts. "Wenn sich ein deutsches Unternehmen für eine öffentliche Ausschreibung in Spanien bewerben will, dann hat das nur Aussicht auf Erfolg, wenn es die spanische Frauenquote erfüllt", sagte EU-Justizkommissarin Viviane Reding der Zeitung. Die Quote liegt bei 40

Prozent bis 2015. *Quelle und gelesen in:* [CSR-News.net](#).

Deutsche Bank: Kritik für Nachhaltigkeitsbericht

Mit so viel Kritik hat die Deutsche Bank mit der Veröffentlichung ihres Nachhaltigkeitsberichts ganz gewiss nicht gerechnet. Von einem 'gewaltigen Ärgernis' schreibt die Financial Times und von einem 'fehlenden Dialog' die afp, Berlin, beispielsweise. Was gut gemeint war und sich noch besser liest fand in diesem Jahr nicht wirklich die gewünschte Resonanz. "Ein Meisterwerk des Marketings, der Public Relations und der Augenwischerei", so Frank Bremser in seinem Kommentar in der Financial Times.

[Hier weiterlesen](#) über die unerwünschten Effekte des Deutsche Bank-Berichts.

Social Media

Bliss Control: Die Social Media Schaltzentrale

Nutzer, die zahlreiche Social Media Profile pflegen und verwalten (müssen), kennen das Problem. Eine Änderung der Profil-Einstellungen muss meist auf allen Plattformen durchgeführt werden und das kostet Zeit. Mit dem neuen Tool Bliss Control lassen sich die Profil-Einstellungen sozialer Netzwerke zentral ohne großen Aufwand verwalten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media: Zivilgesellschaft muss kontrollieren (Folgen der Mediatisierung)

Friedrich Krotz von der Universität Bremen hat am 19. März in Wien einen Vortrag mit dem Titel "Soziale Beziehungen in mediatisierten Gesellschaften" gehalten. Die Veranstaltung war der Auftakt zu den Hedy Lamarr Lectures 2012, die vom Medienhaus Wien, der Österreichischen Akademie der Wissenschaften und der Telekom Austria organisiert werden. Alle vier Vorträge der diesjährigen Reihe beschäftigen sich mit den Auswirkungen der sozialen Medien auf die Gesellschaft.

Den Artikel von Markus Keßler, [presstext.austria](#) am 20. März über den Vortrag von Friedrich Krotz [hier online weiterlesen](#).

Marken reagieren nicht auf Kunden-Posts

Viele Unternehmen haben noch nicht begriffen, dass Facebook keine Kommunikations-Einbahnstraße ist. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie von A.T. Kearney. Die Unternehmensberatung hat die Facebook-Auftritte der weltweit 50 größten Marken untersucht. Im Untersuchungszeitraum Dezember 2011 registrierten von den 48 Marken, die über ein Facebook-Profil verfügen, 27 auf keine einzige Kundenrückmeldung. Nur vier Unternehmen antworteten auf mehr als 25 Prozent der Kunden-Posts.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internet-Wirtschaft: Deutschland verschläft den Boom

Deutschland verschenkt in der weltweit boomenden Internetwirtschaft einer Studie zufolge Wachstumschancen. Zu diesem Ergebnis kommt das Wirtschaftsberatungsunternehmen BostonConsultingGroup (BCG) in einer gerade

veröffentlichten Untersuchung. Sie sagen ein Wachstum der Internet-Branche in den nächsten Jahren von durchschnittlich acht Prozent im Jahr auf 118 Milliarden Euro im Jahr 2016 voraus. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DPRG-Veranstaltung: Markenkommunikation online und offline bei DaWanda

„Products with Love“ – das ist der Claim von DaWanda, Online-Marktplatz für Designer und Kreative. Das deutsche E-Commerce-Unternehmen mit 1,7 Millionen Mitgliedern setzt auf die Kombination von klassischer PR und Social Media. Wie positioniert sich ein Unternehmen wie DaWanda online und offline? Welche Herausforderungen bietet die vernetzte Markenkommunikation, etwa durch Krisen im Social Web? Dies und vieles mehr erfahren die Gäste des Arbeitskreises Markenkommunikation der DPRG am 26. April 2012 in Berlin.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (4) (12. KW-2012)

01; Die Redaktionsarbeit hat sich durch Social Media verändert. Mit den neuen Kommunikationskanälen, die von den Akteuren der verschiedenen Mediengattungen unterschiedlich stark genutzt werden hat sich die aktuellen Zimpel-Studie "Wie Redaktionen im Social Media-Zeitalter arbeiten" befasst. Die Veränderungen beeinflussen nicht nur die Redaktionsarbeit der Journalisten, sondern auch die Arbeit der PR-Experten auf Unternehmensseite nachhaltig. An der Befragung vom November 2011 haben 355 Journalisten unterschiedlicher Ressorts und Mediengattungen teilgenommen. → [blog.zimpel.de](#)

02: Twitter wählt Berlin als Sitz der Deutschland-Zentrale und auch ein Chef für Deutschland ist

schon gefunden. Rowan Barnett, der das Community-Management und Social Media bei Bild.de leitet, wird Deutschland-Chef des Kurznachrichtendienstes. → [Standortmeldung focus.de](#), [Personalmeldung focus.de](#)

03: Eine Übersicht der Top 100 Twitter Tools 2012, geordnet nach Kategorien, stellt das Portal Dailytekk.com vor. → [dailytekk.com](#)

04: Pinterest rudert zurück: Die Nutzungsbedingungen werden zum 1. April überarbeitet. Das Fototauschnetzwerk habe nie beabsichtigt, Nutzerdaten zu verkaufen, erklärt das Management. → [ftd.de](#)

Medien

Digital Influence Index 2012: Nach Freunden und Familie ist das Internet wichtigste Entscheidungshilfe der Deutschen

Für 75 Prozent der deutschen Verbraucher ist das Internet der wichtigste mediale Einflussfaktor für Kaufentscheidungen. Das zeigt der von Fleishman-Hillard und Harris Interactive vorgelegte Digital Influence Index 2012. Die globale Studie unter rund 4.600 Internetnutzern aus China, USA, Japan, Indien, Kanada, Deutschland, Frankreich und Großbritannien erfasst zentrale Aspekte der Internetnutzung und untersucht den Einfluss verschiedener Medien auf die Entscheidungsfindung der Verbraucher.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Nachrichtenagentur presstext feiert 15. Geburtstag

Die Nachrichtenagentur presstext mit Sitz in Wien (AT) und Büros in Berlin, Wiesbaden und Zürich (CH) feiert 2012 ihr 15-jähriges Bestehen. Das Unternehmen ging am 2. Mai 1997 nach sechs Monaten Entwicklungs- und Testphase in Betrieb und gewann innerhalb weniger Jahre über 100.000 Abonnenten. Heute ist die Agentur fester Bestandteil der Medienarbeit zahlreicher Unternehmen und Organisationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Mehr als 3.000 Firmen nutzen die Dienstleistungen der Agentur.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (2) (12.KW-2012)

01: Der frühere Finanzminister Peer Steinbrück (SPD) und sein Nachfolger Wolfgang Schäuble (CDU) genießen bei Wirtschaftsjournalisten hohes Ansehen für ihre Kompetenz. Jeweils rund drei Viertel der vom Wirtschaftsforschungsinstitut Dr. Doebelin Anfang März befragten Wirtschaftsjournalisten zeigen sich von der Kompetenz der beiden Politiker beeindruckt. Das Institut hatte die **Journalisten nach der Kompetenz von 20 Bundespolitikern bei Wirtschafts- und Finanzthemen gefragt**. Im Verfolgerfeld können sich der FDP-Politiker Hermann Otto Solms, Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) und FDP-Fraktionschef Rainer Brüderle über das Lob von jeweils der Hälfte der Wirtschaftsjournalisten freuen. → [wp-online.de](#)

02: "Der Spiegel" ist Deutschlands bester Arbeitgeber unter den deutschen Zeitschriften und Zeitungen, gefolgt von "Frankfurter Allgemeiner Zeitung", "Stern", "Brigitte" und "Süddeutscher Zeitung". Das ist das zentrale Ergebnis der **Studie "Medienmarken als Arbeitgeber 2012"** für die "Horizont Jobs" im vergangenen November 318 Beschäftigte bei Medien, Agenturen und Werbungtreibenden befragt hat. Das

Nachrichtenmagazin "Der Spiegel" sichert sich Platz 1 im Gesamtranking mit den besten Bewertungen in den Kategorien „gutes Gehaltsniveau“, „Arbeitsplatzsicherheit“, „soziale Verantwortung“ und „internationales Arbeiten“ sowie gutem Abschneiden in den weiteren neun abgefragten Kategorien. → [horizont.net](#)

Services + Tipps

Bundesregierung: Selbstständige zur Altersvorsorge verpflichtet

Selbstständige, die keine Altersvorsorge nachweisen können, sollen in der gesetzlichen Rentenversicherung pflichtversichert werden. So die neuen Pläne von Bundesarbeitsministerin Ursula von der Leyen (CDU). Damit soll künftige Altersarmut verhindert werden. Die Regelung solle für alle Selbstständigen gelten, die bei Inkrafttreten des Gesetzes jünger als 30 Jahre sind oder dann erst eine selbstständige Tätigkeit aufnehmen, berichteten „Berliner Zeitung“, "Süddeutsche Zeitung" und "Hamburger Abendblatt" unter Berufung auf ein Eckpunktepapier des Berliner Ministeriums. Wofür Selbstständige sich dabei entscheiden, ob Lebensversicherung, private oder gesetzliche Rentenversicherung oder Rürup-Rente, bleibe ihnen überlassen, schreibt die „Süddeutsche“. Diejenigen, die nichts nachweisen können, will von der Leyen aber in der gesetzlichen Rentenversicherung pflichtversichern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie belegt: Deutsche skeptisch gegenüber Führungskräften

Weltweit sehen Menschen ihre Erwartungen in Führungskräfte immer stärker enttäuscht. Besonders ausgeprägt ist diese Tendenz in Deutschland: Ob in Politik, Wirtschaft oder Sport - lediglich 19 Prozent der Bundesbürger bescheinigen den Führungskräften, heute besser durch schwierige Zeiten navigieren zu

können als noch vor einem Jahr. International sind es 26 Prozent. Das ist ein Ergebnis des Ketchum Leadership Communication Monitors. Befragt wurden rund 4.000 Personen in 12 Ländern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die meisten Unternehmen erlauben private Internetnutzung am Arbeitsplatz

Die meisten deutschen Unternehmen (59%) lassen zu, dass Mitarbeiter am Arbeitsplatz privat das Internet nutzen. Sie gestatten beispielsweise, private E-Mails abzurufen oder Nachrichtenseiten zu besuchen. Das geht aus einer Erhebung im Auftrag des Hightech-Verbandes Bitkom, Berlin hervor. Knapp ein Drittel der Firmen (30%) verbietet dagegen privates Surfen komplett, elf Prozent haben gar keine Regelung. Der Bitkom rät Unternehmen, dem Thema offen gegenüberzustehen und den Mitarbeitern mit einem Vertrauensvorschuss zu begegnen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (5) (12.KW-2012)

01: Feuerwehrleute, Krankenschwestern und Piloten sind die drei vertrauenswürdigsten Berufe Deutschlands. Das Spitzentrio hat seine hohen Vertrauenswerte in Europas größter Verbraucherstudie, durchgeführt vom Magazin Reader's Digest, gegenüber dem Vorjahr verteidigen können. Mit wenig Abstand folgen Apotheker und Ärzte. Ganz offensichtlich wissen die Deutschen genau, auf wen sie sich verlassen können, wenn es darauf kommt. (...) Der Vertrauensverlust von Deutschlands Priestern und Pfarrern setzte sich weiter fort, wenn auch mit verringerter Geschwindigkeit. → [presseportal.de](#)

02: Das Businessnetzwerk XING in Hamburg hat analysiert, welche Spezifika weibliches Netzwerkverhalten aufweist. Das Ergebnis: Jeder

sechste Mann auf XING bekleidet eine Führungsposition – aber nur jede fünfzehnte Frau. Zudem sind Frauen deutlich weniger aktive Karriere-Netzwerker als Männer. Den höchsten Anteil an Führungskräften – fast 40% – haben Frauen in medizinischen Berufen. Immerhin rund ein Drittel beträgt der Anteil im Bildungswesen, bei unter zehn Prozent dagegen liegt er in Branchen wie IT, Rohstoffgewinnung und Logistik. Im Mittelwert haben Frauen über 20% weniger Kontakte als Männer. → [xing.com](#)

03: Ablage statt Akquisition, Buchhaltung statt Briefing, Chaos statt Creation – der Agenturalltag bindet manchmal viel zu viele Energien, die in der Arbeit auf Etats besser eingesetzt wären. Um dem Abhilfe zu schaffen, hat Bernhard Probst "kleinkariert" gegründet. Er optimiert mit seiner Agentur für Struktur die Verwaltung und die internen Abläufe von Agenturen so, dass sie sich voll und ganz auf ihr Kerngeschäft und ihre Kunden konzentrieren können. Die fachlichen Qualifikationen dafür hat er in über zehn Jahren in leitenden Positionen bei unterschiedlichen deutschen Full Service-Agenturen erworben. → [kleinkariert.com](#)

04: Für umweltfreundliche Produkte würden die deutschen Verbraucher mehr Geld ausgeben, wenn sie von deren Umweltfreundlichkeit tatsächlich überzeugt wären. Über zwei Drittel der deutschen Verbraucher (68 Prozent) haben in einer Studie des Magazins Reader's Digest ihre Bereitschaft bekundet, für umweltfreundliche Produkte mehr zu bezahlen. 52 Prozent der deutschen Verbraucher glauben jedoch der Werbung nicht, in der Hersteller auf die Umweltfreundlichkeit ihres Angebots hinweisen. 70 Prozent meinen, dass Umweltfreundlichkeit den meisten großen Unternehmen ziemlich egal ist. → [presseportal.de](#)

05: In der "Verbändestudie 2012 – Die 10 Trends der Verbandskommunikation" analysieren Ulrike Propach und Jens Fuderholz wie sich Verbände in den letzten Jahren entwickelt haben und ihre Schwerpunkte setzen. Als Ausgangspunkt für den umfangreichen Trendmonitor zu PR und

Interessenvertretung dient die 2009 erschienene Verbändestudie. Harald Schoen, Inhaber des Lehrstuhls für Politische Soziologie an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg, ist der neue wissenschaftliche Partner für die Fachpublikation. → tbnpa.de

Termine + Tagungen

Termine compact (6) (12.KW-2012)

01: Am 20. April lädt der LPRS – Leipziger Public Relations Studenten rund 200 Gäste zum **7. LPRS-Forum** nach Leipzig ein. Das Thema der diesjährigen Veranstaltung, "Zwischen Recht und Moral – Wird die Justiz zum Spielball der modernen Mediengesellschaft?", verspricht Debatten über ethische und professionelle Grundsätze von PR-Beratern, Juristen und Journalisten. Das LPRS-Forum zeichnet sich auch in diesem Jahr durch ein hochkarätig besetztes Podium aus, welches unter der Leitung des Moderators Volker Boehme-Neßler, Professor der Rechtswissenschaften an der HTW Berlin, über den Einfluss von PR-Beratern und Anwälten auf die prozessbegleitende Medienberichterstattung diskutiert. → lprs.de

02: Die E-Publishing Academy veranstaltet am 11. Mai im Literaturhaus München die **Tagung "Online Corporate Communication – Trends im E- und Mobile Publishing von Unternehmen"**. Die Tagung vermittelt die wichtigsten Chancen und Herausforderungen der digitalen Unternehmenskommunikation, Schwerpunkte sind Tablet- bzw. App-Publishing sowie Social Media. Namhafte Referenten aus Unternehmen und Agenturen sowie App-Experten präsentieren anhand von Best Practices, wie die neuen digitalen Kanäle für Unternehmenskommunikation, Markenaufbau und Markenpflege genutzt werden können. → buchakademie.de

03: Die digitale Revolution hat das Gleichgewicht von Journalismus und PR empfindlich gestört, die

Grenzen verschwimmen. Neue Formen von PR, aber auch von Journalismus sind aufgekommen: Mischformen an der Grenze zur Werbung, die sich nur schwer kategorisieren lassen. Zugleich stellen sich alte Probleme im neuen Gewand. Die **Ringvorlesungen der Fächer Journalistik und PR und Kommunikationsmanagement an der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK)** in München greifen aktuelle Tendenzen auf und versuchen eine Neubestimmung des Verhältnisses von Journalismus und PR. Die Professoren Hektor Haarkötter und Lars Rademacher wollen eine Diskussion zwischen Praktikern und Wissenschaftlern eröffnen. → macromedia-fachhochschule.de

04: Bei dem nächsten **DPRG-Diskussionsabend des AK Verbandskommunikation** am 05. April geht es um das Thema "Erfolgsrezepte der Mitgliederwerbung". 20 bis 30 TeilnehmerInnen aus Verbänden diskutieren an diesem Abend in der Berliner DPRG-Geschäftsstelle die Chancen, Risiken und Herausforderungen der Mitgliedergewinnung. Eingeleitet wird dieser Austausch durch zwei Impulsvorträge von Henrike Schnell, Referentin Mitgliedermanagement, Bundesverband Deutscher Stiftungen und Peter Klotzki, Geschäftsführer Kommunikation, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger Für DPRG-Mitglieder ist die Veranstaltung kostenlos. Anmeldung unter → otseinladung.de

05: Krisen- und Risikokommunikation, die Chancen von Social Media für die Unternehmenskommunikation sowie Markenkommunikation und Branding sind die Schwerpunktthemen des **8. Kommunikationskongress Medizintechnologie von MedInform**: "MedTech-Kommunikation im Wandel: Baustellen. Hürden. Lösungsansätze." am 5. Juni in Köln. Eröffnet wird der Kongress mit einer Keynote während des Vorabendevents am 4. Juni von Social Media-Experte Christoph Bornschein. Programm und Anmeldung unter: bvmed.de

06: **Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit** stellen an die Kommunikation eines

Unternehmens hohe Anforderungen. Im Rahmen seiner regelmäßigen Vortragsreihe lädt der Arbeitskreis CSR Kommunikation der DPRG am 15. Mai in Sulzbach am Taunus zu einer **Diskussionsveranstaltung** ein. Die Moderatoren Schmidpeter und Schneider, werden im Rahmen der Veranstaltung Einblicke in das gerade neu im SpringerGabler Verlag erschiene Standardwerk "Corporate Social Responsibility - Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis" geben. → dprg.de

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (4) (12.KW-2012)

01: Ob Gutscheine, Prämien oder Stipendien: **Angestellte, Arbeitslose oder Berufsrückkehrer können finanzielle Unterstützung für ihre Weiterbildung bekommen.** So fördert der Bund beispielsweise über die Bildungsprämie oder das Meister-Bafög das Lern-Engagement seiner Bürger, in den Ländern gibt es spezielle Schecks oder Boni, meist in einer Höhe von bis zu 500 Euro pro Kurs. Der **Leitfaden "Weiterbildung finanzieren"** der Berliner Stiftung Warentest gibt einen Überblick über die wichtigsten Fördertöpfe, die es in Bund und Ländern gibt. Der Leitfaden zeigt, wer welche Förderung bekommen kann und was er dafür tun muss. → test.de

02: Fast 400.000 Deutsche bilden sich jährlich per Fernunterricht weiter. Die Lehrgänge enden oft mit klangvollen Abschlüssen wie "Diplom" oder "Zertifikat". Doch was besagen diese Abschlüsse wirklich? Der **Leitfaden "Fernunterricht" der Stiftung Warentest** informiert darüber, wie Interessierte den richtigen Kurs finden, gibt Tipps für das Überwinden von Lernkrisen und schafft Durchblick im unübersichtlichen Angebot der Abschlüsse. Fernunterricht ist für viele Erwachsene die einzige Möglichkeit, sich berufs begleitend weiterzubilden. Dieser Leitfaden informiert darüber, wie Interessierte den richtigen Kurs finden, gibt

Tipps für das Überwinden von Lernkrisen und schafft Durchblick im unübersichtlichen Angebot der Abschlüsse. → test.de

03: Pressemitteilungen, Redaktionskontakte und Pressekonferenzen sind nur einige der Themen, die im **Media Workshop "Pressearbeit für Einsteiger - Grundlagen und Instrumente guter Medienarbeit"** behandelt werden. Das zweitägige Seminar findet am 19. und 20 April in Hamburg statt. Es richtet sich an Quereinsteiger und Berufsanfänger, die ein bis zwei Jahre Erfahrung in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit haben. Referent der praxisintensiven Fortbildung ist der Journalist Joachim Barmwoldt. Er zeigt den maximal zwölf Teilnehmern, was eine Pressemitteilung braucht, damit sie von Journalisten auch wirklich gelesen wird. → media-workshop.de

04: Planung, Strategie, Moderation, technische sowie juristische Voraussetzungen – der **Online-Lehrgang Community Manager SMA** behandelt alle Aspekte für Ihre erfolgreiche Community Strategie grundlegend und reflektiert anhand aktueller Beispiele aus der Praxis. Im realen Social Media Umfeld einer geschlossenen Facebook Gruppe lösen die Teilnehmer theoretische und praktische Lernaufgaben unter professioneller Anleitung. Ab dem 2. April können sich die Teilnehmer jederzeit in den Lehrgang einbuchen und direkt starten, angeboten werden insgesamt acht Vorlesungen. → socialmediaakademie.de

Das PR-Interview

PRJ-Interview Nr. 72. Carsten Lange: Reduktion auf das Wesentliche ist das Erfolgskonzept von Pinterest

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



Interview mit Carsten Lange, Speyer zur Bedeutung des neuen sozialen Netzwerks Pinterest

PR-Journal: *Pinterest kann sensationelle Zuwachsraten vorweisen und hat in den USA*

bereits 18 Millionen Unique Visitors. Was macht Pinterest so erfolgreich?

Carsten Lange: Pinterest liegt momentan auf Platz 57 der meist besuchten Webseiten weltweit. Selbst in Deutschland, das den Social Media-Trends eher hinterherläuft, ist Pinterest auf Platz 78 aller Websites. Der Erfolg beruht sicherlich auf einem Konzept, welches schon Google erfolgreich gemacht hat: Reduktion auf das Wichtigste. Pinterest ist optisch extrem reduziert und zeigt dem Benutzer nur das an, um was es essentiell geht: Bilder. Und dies ist auch schon der zweite wichtige Erfolgsfaktor: Der Mensch ist bei seiner Informationsverarbeitung von Grunde auf visuell ausgerichtet. Er denkt in Bildern, und er speichert Informationen in Bildern. Damit macht es Pinterest den Nutzern sehr einfach, die Informationen aufzunehmen und zu verarbeiten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... das ZDF-Interview mit Mahmoud Ahmadinedschad



Guten Tag! Der Erste Moderator des Zweiten Deutschen Fernsehens (ZDF), Claus Kleber, hatte die Gelegenheit, Irans Präsidenten Mahmoud Ahmadinedschad in Teheran zu

interviewen. Nach der Ankündigung im Programm "hatte er 45 Minuten mit dem Mann, der die Welt an den Rande eines Krieges treibt." Nach meinem zweifachen Abhören der Aufzeichnung über die ZDFMediathek meine ich, er hätte das Interview einem in der Region sich auskennenden Journalisten überlassen sollen. Anscheinend hatte

Kleber sich nur auf die bisher meist verbalen Auseinandersetzungen zwischen Iran und Israel konzentriert. Er beschwerte sich nach dem Interview sogar, daß sein Gesprächspartner auch auf die über 2000 Jahre alte Geschichte des Landes hinweisen wollte. Das war aber nicht Klebers Thema.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Dann wäre Wulff ja doch noch zu was nützlich gewesen...

...und zwar nicht nur als schlechtes politisches Beispiel als GröSchmaZ (Größter Schmarotzer aller Zeiten), sondern zumindest als Alibiausrede für die Abschaffung von Presserabatten. Nach der Deutschen Bahn und Air Berlin nun also auch die Deutsche Telekom. Wer folgt als nächster? Der DJV Deutscher Journalisten-Verband versucht sich derweil in einer lauwarmen Stellungnahme vor dem eigentlichen Problem und seinen Folgen zu drücken. Weg mit den Presserabatten, für eine gerechte Bezahlung journalistischer Leistung ohne Leiharbeit, Frauendiskriminierung und Tarifdumping. Jetzt müßte AB-Chef Hartmut Mehdorn nur noch dem Event-Guru Manfred Schmidt die Super-Specialcard entziehen, mit der u.a. Wulff-Ex-Sprecher Olaf Glaeseker umsonst privat geflogen ist... -fff-

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gwerüchte + Gerichte

Gerücht: Öffentlich-rechtliches Versagen



(nsb) „Der wird einem regelrecht sympathisch“, urteilt ein Blogger. Er meint Mahmud Ahmadinedschad, den Präsidenten des Iran, der sich vor einer Woche gut 40 Minuten lang einem

Interview mit Claus Kleber stellte. Ach was; der Präsident hat gezeigt, wie er einen schlecht vorbereiteten und übervorsichtigen „Topjournalisten“ aus Deutschland vorführen kann.

Zwei Jahre hatte sich das ZDF angeblich um dieses Interview bemüht, die Erwartungen durften entsprechend groß sein. Doch Kleber sitzt seltsam steif, erkennbar unsicher seinem Gesprächspartner gegenüber, sein rascher Puls ist an der Halsschlagader sichtbar.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Witz und Humor in der Kommunikation

...darüber schreiben Vazrik Bazil und Manfred Piwinger in der Loseblattsammlung "Kommunikationsmanagement" (Artikel-Nr.5/61). In diesem Beitrag erfahren Sie, wie Witz und Humor in der Kommunikation erfolgreich eingesetzt werden können, wie Humor als Abwehrstrategie eingesetzt werden kann, welchen Beitrag Humor zur Konfliktlösung beitragen kann. [Den Artikel hier als PDF herunterladen.](#)

Spiller/Vaih-Baur/Scheurer (Hg.): PR-Kampagnen

Ralf Spiller, Christina Vaih-Baur und Hans Scheurer (Hg.): "PR-Kampagnen". Verlag: UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz. 2011. 278 Seiten. Preis: 30 Euro. ISBN: 978-3-86764-293-4.



Rezension von Julia Wittwer,
Frankfurter Kunstverein, Absolventin von PR Plus
(www.prplus.de), Heidelberg

Obwohl die PR-Kampagne in der PR-Praxis, sei es in der Unternehmenskommunikation oder im

politischen Wahlkampf, zunehmend an Bedeutung gewinnt, ist wissenschaftliche Literatur zum Thema mit hilfreichem Praxisbezug erst spärlich vorhanden. So haben sich die Herausgeber des vorliegenden Buches die Aufgabe gestellt, diese Lücke zwischen Theorie und Praxis zu schließen. Der dreiteilige Band umfasst Beiträge von 22 Autoren, darunter ein Großteil Professoren und wissenschaftliche Mitarbeiter der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation. Er gliedert sich in drei Texte im Theorie-Teil, einen Leitfaden für Kampagnenkonzepktion und Fallstudien im Praxis-Teil und einen Ausblick mit vier Beiträgen zur Zukunft der Kampagnenpraxis.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren- Beiträge)

PR und das Social Web (3): The Privacy Divide - Warum die PR sich noch nicht abschaffen wird



Ein Autorenbeitrag von Helge Weinberg,
Strategie & Kommunikation, Hamburg.

Manche wähten sie schon auf dem Weg in den Himmel der ausgestorbenen Berufe. Und sie hatten Unrecht damit.

Ja, die PR in Deutschland konnte sich einige Zeit nicht damit anfreunden, dass auf einmal auch andere Menschen kommunizierten. Neben ihr. Für das Unternehmen, die Nonprofit – und dann auch noch direkt mit den Kunden oder Unterstützern. Ohne den Umweg über die Medien oder Events. PR und Social Media, das ist in Deutschland die Geschichte einer Annäherung mit Hindernissen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Funktionen - gewandelter Blick auf Kommunikation und wirkungsvolle PR

Im Mittelpunkt dieses Blogs "PR im Wandel" stehen das Problem zunehmend unwirksam werdender PR-Konzepte und die Suche nach Alternativen. Die betreffenden Probleme und Alternativen treten offen zu Tage, hinterfragen wir das in der PR-Branche übliche Kommunikations-Modell:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Miteinander reden statt überreden – Die Tretminen d. Online-Komm.

Der Hintergedanke war gar nicht schlecht – nur mit den Folgen hatte niemand gerechnet: Ein großer deutscher Fußballverein kündigte Ende Januar auf seiner Facebook-Seite mit enormer Resonanz in den Sozialen Medien die Verpflichtung eines neuen Offensiv-Spielers und eine Pressekonferenz dazu an. Die Konferenz konnte live per Stream mitverfolgt werden – nach Autorisierung einer entsprechenden Facebook-App. Gezeigt wurde dann allerdings kein realer, neuer Spieler, sondern das jeweilige eigene Profilbild; jeder Fan sollte sich als Teil der Mannschaft sehen. Es kam aber anders: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal ist nun auch bei Pinterest präsent

... zunächst mit den Boards Newsletter, Jobbörse, Autoren, Themen, Rankings, Interviews, Termine + Publikationen (Bücher). Wir haben derzeit 19 Pins gepostet, haben 22 Follower und folgen selbst 71 KollegInnen, beim Board "Newsletter" sind es

bereits 51 Follower. Damit ist das PR-Journal (bzw. ihr Chefredakteur Gerhard A. Pfeffer) nun in fünf Social Media-Angeboten vertreten: Facebook, Google+, Pinterest, Twitter und Xing. Unsere Social Media-Bilanz wird immer besser. Der Link zu Pinterest: <http://pinterest.com/prjournal>. Zu allen anderen Angeboten gelangen Sie (nach unserem Relaunch ab nächster Woche) durch einen Klick auf das entsprechende Logo auf unserer PRJ-Startseite. -fff-

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 12 aktuellen Gesuche finden Sie hier: <http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>

ANGEBOTE (57)

Volontariat/Trainee

Die 14 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier: <http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-volontariat>

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier: <http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-praktikum>

Agenturen

[PR-Berater \(m/w\) für HBS International, Frankfurt](#)

PR Agentur sucht Teamleiter/in für die Social Media Unit , Hamburg

Juniorberater/-in bei SEA PR, Frankfurt

PR-Berater/in und PR-Redakteur/in, Wiesbaden

Senior Consultant (m/w) im Bereich Public Relations Healthcare, Frankfurt

PR Assistenz (m/w), München

Juniorberater (m/w) bei JP KOM in Düsseldorf

PR Assistent /in, Hamburg

Seniorberatung/Juniorberatung/Redakteur (m/w) Politische Kommunikation, Berlin/Frankfurt

Account Manager PR (m/w), Hamburg

PR-Berater (m/w), Düsseldorf

Kommunikationsberater Healthcare (m/w), Mühlthal bei Darmstadt

Projektassistent/in Public Relations, Mainz

PR-Redakteur (m/w), Bensheim

Journalisten mit Architekturaffinität, Filderstadt

PR-Juniorberater und PR-Berater mit Healthcare Erfahrung (m/w), Eltville

PR-Berater (w/m) im Bereich Medical Communications national und international, Frankfurt

Junior PR-Berater/in, Hamburg

Senior PR-Berater / Teamleiter (m/w), Frankfurt

PR-Berater (m/w), München

Senior PR-Berater Teilzeit (m/w), Berlin

Corporate Communications Manager (m/w), Frankfurt

PR-Berater/-in FASHION in Teil-/Vollzeit, Düsseldorf

Junior PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Finanzdienstleister, Frankfurt

pr/omotion sucht PR-Redakteur/in für Hannover

Kommunikations-Berater (m/w) Schwerpunkt Unternehmen und Wirtschaftsverbände, Bonn

Berater für Markenkommunikation (m/w), Düsseldorf

Social Media Manager (m/w), Düsseldorf

Junior- und PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Marke oder Mode, Hamburg

PR-Consultants (m/w) für die Standorte München und Berlin

Projektassistent/in PR und Kommunikation, Köln

Unternehmen

PR-Berater (m/w), München

PR-Mitarbeiter für die Abt. Öffentlichkeitsarbeit (m/w), Karlsruhe

Head of Corporate Communications, PR and Social Media, Berlin

Marketing/PR Manager, Berlin

Leiter Unternehmenskommunikation für Verlag, Bonn

PR- Manager (m/w), Bad Camberg / Berlin / Hürth

Mitarbeiter (m/w) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Business und IT Beratung, München oder Hamburg

Referent(in) Marketing/ Unternehmenskommunikation, Uelzen

Freelancer

PR Beraterin - Beauty, Mode, Lifestyle

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 27. März 2012 – 00:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.925 Empfänger** versandt.

Impressum:.....

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg



Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer , Siegburg

Verlag:

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion:

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh[at]pr-journal.de) - Rubrik: "SocialMedia + Web 2.0"; Anja Beckmann (ab), Köln (beckmann[at]pr-journal.de) - Rubrik: "SocialMedia + Web 2.0"; Stefan d'Hone (sdh), Hamburg (redaktion[at]pr-journal.de); Birgit Grigoriou, Berlin (grigoriou[at]pr-journal.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; Ursel Reineke, Heidelberg (u.reineke[at]pr-journal.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (w.reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Rengsdorf (info[at]scheben-kom.de) - Rubrik: Pfeffer & Salz & Senf; Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte + Gerichte"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Reputation Management + CSR".

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview": Das Team

von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Pit Junker, Ulf Kartte und Gunter Ortlieb (info[at]k1-agentur.de).

Rubrik "PR-Websitecheck": Holger Strubberg, Leipzig (LPRS) (holger.strubberg[at]gmx.de)

Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine": Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

Korrespondenten + Autoren + Rezensenten: siehe im [Impressum der Homepage](#).

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-

Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (s.u.), E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de.

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)160 9463.57.77

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

URL: www.pr-journal.de; www.pr-journal.at; www.pr-journal.ch; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info; www.pr-journal.net; www.pr-jobs-und-karriere.de; www.pr-datenbanken.de; www.agenturcafe.de; www.neues-prportal.de; www.przentrum.de; www.pranking.de; www.pr-lokalreporter.de; www.pepperia.de.