

Dienstleisteratlas **2011**

Ausgewählte Dienstleister im Überblick



Das Werkzeug für Pressearbeiter.

www.pressfile.de

Blick in die Zukunft



Peer Brockhöfer, Autor PR Report

Auf dem Markt für Dienstleistungen von und für die PR-Wirtschaft bewegt sich nach wie vor vieles. Ihn vollständig abzubilden, ist nahezu unmöglich – zu zahlreich sind die Anbieter. Gleichwohl lassen sich Trends ausmachen: Bei der Evaluation spielen Social-Media-Monitoring und damit neue Anbieter eine immer größere Rolle. Bewegtbild entdeckt das Employer Branding und wird interaktiv. Beim Adressmanagement wird das Internet als Datenquelle immer wichtiger; die Kunden erhalten Tools und Zugriff online on-demand. Das gilt auch für die PR-Software, die als Software as a Service on-demand vorliegt.

Der PR Report Dienstleisteratlas 2011 will aufzeigen, wohin die Reise in den einzelnen Disziplinen geht, und Ihnen Inspiration für die tägliche Arbeit geben. Im Anschluss an den redaktionellen Teil stellen sich führende Spezialisten mit ihren Profilen vor. Wer diesen dynamischen Markt genauer unter die Lupe nehmen möchte, dem sei die bewährte, umfangreiche Datenbank auf www.prreport.de empfohlen: Unter der Rubrik „Agenturen & Dienstleister“ können Sie Ihre eigenen Filter setzen und gezielt nach dem richtigen Partner suchen. Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre.

INHALT

Produktion – Audiovisuelle Medien und Multimedia	4
Adressmanagement und Distribution	6
Medienbeobachtung und Evaluation	8
PR-Software	10
PR-Dienstleister	12

Titelfoto: imago stock&people

ComSat
media

Agentur für redaktionelle und aktuelle Bewegtbildkommunikation



Beratung · Themen-Vermarktung · Produktion · Live-Übertragung · Video-Distribution · Mobile Applications

Tel. +49 (0) 6103 8005 50 · www.comsat-media.com

Wirkung mit Bewegtbild

Das Bemühen um „integrierte Kommunikation“ vieler Berater und Agenturen hat dazu geführt, dass Internet-Filme mittlerweile fester Bestandteil einer schlagfertigen PR-Aktion sind. Relevant wird mit der Vielzahl der Videos das technische Umfeld für ihre gezielte Platzierung im World Wide Web.

Wer keinen Youtube Channel hat, der findet gar nicht statt – könnte man meinen. Auch am aktuellen European Communication Monitor lässt sich dieser Trend ablesen. Zwar stieg die reale Bedeutung von Online-Videos im Vergleich zum vergangenen Jahr nur um etwa einen Prozentpunkt. Insgesamt schätzen demnach 39,5 Prozent der rund 2.000 Befragten Online-Videos für die PR-Arbeit als wichtig ein. Mit Blick auf 2012 sagen die Experten jedoch voraus, dass die Bedeutung von Videoclips im Internet für ihre tägliche Arbeit auf 76,5 Prozent steigen wird – ein Zuwachs von 37 Prozentpunkten, den selbst die Social Communities nicht toppen konnten (reale Bedeutung 2011: 49,8 Prozent; erwartete Bedeutung für 2012: 82,2 Prozent).

Angesagt: Videos von CP-Dienstleistern

Die Gründe dafür sind vielfältig. Der wichtigste ist aber wohl, dass gekonnt inszenierte Videos eine hohe Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Wer ein gutes Video im Netz veröffentlicht, kann damit rechnen, dass es viral funktioniert, es also über die Zuschauer seinen Weg ins Web 2.0 finden wird. So gesehen sind Videoclips eine effektive Form des Corporate Publishing (CP). Die Videoproduktion gehört mittlerweile übrigens zum festen Angebot vieler Unternehmensverleger. Selbst der alteingesessene wdv-Verlag („AOK-Magazin“) bietet Bewegtbild fürs Web an. G+J Corporate Editors landete in diesem Jahr beim



Wettbewerb „Best of CP“ des Forum Corporate Publishing gleich zweimal auf der Shortlist der Kategorie „Digital Media/Best Use of Video“. Auch CP-Urgestein Hoffmann & Campe war erneut vertreten. Die Berliner Agentur Moving-Image24/JobTV24, eigentlich eine Schmiede für Videosoftware, war diesmal mit dem Kunden BMW am Start, für den sie den Film „Mini-Verkäufer Hausbesuch“ umgesetzt hat. Produziert wurde das Material von JobTV24, dem vor fünf Jahren gegründeten Schwesterunternehmen.

An beiden Firmen lassen sich die Trends der vergangenen Jahre gut ablesen. MovingImage24 bietet das technische Umfeld und stellt Firmen und Agenturen eine Software zur Verfügung, die der Kunde nicht bei sich installieren muss, sondern online über einen Browser bedienen kann. Software as a Service nennt sich das. Mit dem VideoManager 5 können die Nutzer ihre Filme ver-



Ganz gleich ob Marken-PR oder Employer Branding – Videofilme im Internet gewinnen weiter an Bedeutung

walten. Das ist nötig, will man seinen Film nicht nur auf der eigenen Website, sondern etwa auch auf dem eigenen Youtube-Kanal oder anderen Videoportalen hochladen. Diese technischen Möglichkeiten werden in dem Maße relevant, in dem die Anzahl der Videos steigt. Der VideoManager 5 ist übrigens auch in den PR-Portalen von United News Network implementiert. Wer also Kunde bei lifePR oder PresseBox ist, kann mit dem Tool dort seine Videos hochladen. Ebenfalls seit Juni dieses Jahres besteht eine Kooperation mit ddp direct, dem PR-Dienstleister der ddp Nachrichtenagentur. Hier können Kunden direkt über den VideoManager ihre Bewegtbilder platzieren. Ein Modell, das die dpa schon seit Jahren erfolgreich mit dem Tochterunternehmen newsaktuell betreibt. Auch hier können Kunden ihre Videos auf Presseportal.de und verschiedenen Video-Portalen veröffentlichen.

Mit einem Content-Management-System können die Videos zusätzlich ergänzend bearbeitet werden. Aktive Links oder Social-Media-Anbindungen können auf diese Weise in die Filmsequenzen gesetzt werden. Downloadangebote lassen sich ebenfalls innerhalb des laufenden Bildes platzieren, um die Anbindungen anderer Kampagnenelemente sicherzustellen. Gleichzeitig kann der VideoManager 5 erkennen, mit welchem Endgerät ein Video abgerufen wird, und optimiert die Auflösung und damit die Datengröße automatisch für Smartphones, TabletPCs oder Desktop-Rechner.

Recruiting-Filme sind im Kommen

Das zweite Standbein der Berliner ist die Filmproduktion. JobTV24 fokussiert sich dabei auf Dienstleistungen für das Personal-Recruitment. Mehr als 500 Unternehmen und Organisationen mit rund 1.500 Filmen zählen zu den Kunden von JobTV24, beispielsweise auch BMW, für die ein Musik-Rap-Video zum Thema Praktikum entstanden ist, das kürzlich durch das Web 2.0 geisterte. Die Studie Trendemployer 2010 ergab, dass 90 Prozent der Top Ten Engineering Arbeitgeber wie Audi und die Fraunhofer Gesellschaft und 81 Prozent der Top Ten Business Arbeitgeber mit Employer-Branding-Videos für sich werben.

Während bei den reinen Imageclips die Werbeagenturen nach wie vor eine große Rolle spielen, ist das Segment Employer Branding stärker inhaltlich getrieben, was es zu einem lukrativen Feld für PR-Strategen macht. Verglichen mit den ersten vier Monaten des Jahres 2010 verzeichnet JobTV24 im ersten Drittel 2011 eine Umsatzsteigerung von 45 Prozent.

Employer Branding, Magazin-Formate, Industrie-Reportagen und integrierte Kampagnen sind nach wie vor die Metiers der filmenden PR-Leute. Weit über Kampagnen und WebTV hinaus geht das Thema Branded Entertainment, mit dem das österreichische Unternehmen Red Bull zurzeit experimentiert. Der Energy-Drink-Hersteller hat in seinem Heimatland mit Servus TV einen eigenen Sender gestartet, den Haushalte mit TV empfangen können. Diesem Trend folgend, werden Unternehmen zunehmend selbst zur Medienplattform und konkurrieren nicht nur im Netz, sondern auch auf den klassischen Medienfeldern mit traditionellen Anbietern. (pb) ■

Digital und aktuell

Für ein erfolgreiches Adressmanagement dient das Internet immer mehr als Datenbasis. Den Kunden wird der Online-Zugang per Browser angeboten – oder gar die Integration der Information in umfangreiche Software-Systeme. Kontaktdaten werden automatisch gesammelt. Die eigene Recherche tritt in den Hintergrund.

Den Überblick über die Bewohner der Medienlandschaft zu behalten, ist in den vergangenen Jahren nicht einfacher geworden. Im Gegenteil: Redaktionen werden zusammengelegt, Zuständigkeiten ändern sich, Redakteure wechseln die Ressorts. Hinzu kommen professionelle Blogger, die keiner festen Redaktion oder einem Verlag zuzuordnen sind, aber von ihrer Bedeutung her trotzdem auf die Medienliste gehören.

Zwar gibt es noch die verzweifelten Anrufe von Agenturassistentinnen und PR-Beauftragten in Unternehmen, ob denn Herr Müller noch da sei, oder wer zurzeit für das Thema „IT“, „Gesundheit“ oder „Lifestyle“ zuständig sei. State of the art ist das allerdings nicht und eignet sich höchstens für punktuelle Nachfragen. Auch Gedrucktes hat ausgedient.

Bewährtes aufgerücht

Der Festland Verlag aus Godesberg bei Bonn feierte im vergangenen Jahr den 60. Geburtstag des „Oeckl. Taschenbuch des öffentlichen Lebens“. In diesem Jahr stehen dem Nutzer zusätzlich nicht nur eine CD-Rom zur Verfügung, sondern erstmals auch ein Datenbank-Zugang. Darüber erhält der Kunde ständig aktualisierte Angaben zu Entscheidern in der Politik, der Wirtschaft, bei Arbeitgeberverbänden, Behindertenverbänden, Printmedien, Hochschulen und Kultureinrichtungen. Somit bricht auch bei den Kollegen aus der Public-Affairs-Abteilung das digitale Zeitalter an. Allerdings können erst mit der Online-Vollversion der neuen Europa-Ausgabe respektive mit dem Premium-Angebot des Standard-Oeckl Kontaktdaten auch exportiert werden.

Während in Godesberg das bedruckte Papier noch eine Rolle spielt, setzt Zimpel ganz auf digitale Produkte. Nach wie vor ist es zwar die Redaktion, die aus allen verfügbaren Quellen und durch aktive Recherche die Kontaktdaten und Themenpläne von Rundfunk, Printmedien, Korrespondenten und Online-Medien zusammenträgt. Die Loseblatt-Sammlung wird aber schon

lange nicht mehr angeboten, und auch die Zdata-CD-Roms, die, mit einer eigenen Software ausgestattet, die Datennutzung erlaubten, gehören der Vergangenheit an. Stattdessen bekommen die Zimpel-Kunden den direkten Online-Zugriff auf die Datenbank via Internetbrowser. Die Datenbank kann der Nutzer um eigene Angaben ergänzen. Für Agenturen und Presseabteilungen nicht unwichtig: Wer das Produkt „Mediabase“ bucht, erhält eine offene Schnittstelle zur Datenbank, die sich in verschiedene PR-Software-Systeme integrieren lässt. Weitere Besonderheit bei Zimpel: Die Datenbank bietet mehr als 40.000 redaktionelle Sonderthemen aus den Bereichen Tageszeitungen, Anzeigenblätter, Publikumszeitschriften, Kundenzeitschriften und Fachzeitschriften.

Gedruckt wird nach wie vor beim Kroll-Verlag, der jährlich die Presse-Taschenbücher für etwa 20 Branchen auflegt. Zwar gibt es auch eine Online-Datenbank, die für jedermann zugänglich ist, die allerdings spuckt nur rudimentäre Angaben aus – samt der Empfehlung, für weitere Kontaktdetails doch bitte im entsprechenden Taschenbuch nachzuschlagen. Eine Datenbank-Testrecherche zu Angaben zum PR Report führte zum Eintrag im Presse-Taschenbuch „Kunst, Architektur, Design“ auf Seite 184. Allerdings sitzt die Hamburger Redaktion seit Jahren nicht mehr in Mexikoring, sondern in der Weidestraße.

So funktionieren die Neuentwicklungen

Angenommen, das, was wichtig ist, veröffentlichten die Medien ohnehin online, und auch das Material der Print-Redakteure findet zunehmend seinen Weg ins Internet. Dann könnte man eine Software entwickeln, die die Arbeit der Rechercheure ersetzt und das Internet nach Autoren und ihren Texten durchsucht. Das war der Gedanke, der bei dem jungen Anbieter Meltwater schließlich zum Produkt „Meltwater Press“ führte. Die Namen von Journalisten werden automatisch online gesammelt und gegebenenfalls mit Kontaktdaten ergänzt und geprüft. Der Clou: Jeden Tag indexiert Meltwater Press mehr als eine Million Online-Artikel und ordnet sie den Autoren zu. Über die Kontaktdaten hinaus wird so eine Historie der Veröffentlichungen generiert. Das Ganze funktioniert auch aus anderer Richtung, wenn für einen Themenbereich die passenden Ansprechpartner gefunden werden sollen: Anstatt sie aus

manuell verwalteten Ressorts zu picken, sucht Meltwater mithilfe von Stichworten und Boolescher Operatoren. So kann der Nutzer für jedes definierte Thema die geeigneten Journalisten herausfiltern. Das funktioniert, weil die Texte zuvor mit semantischer Software, dem sogenannten Natural Language Processing, bewertet wurden. So entsteht ein Ranking der relevanten Journalisten und Blogger für jede Suchanfrage.

Da die Software stetig das Internet abgrast, ist die Datenbank so aktuell wie das World Wide Web. Der Zugriff auf die Daten erfolgt direkt über den Browser. Um etwa eine Pressemitteilung zu verschicken, ist die Software mit einem Tool zur Erstellung von Medienlisten ausgestattet und verfügt über einen HTML-Texteditor, mit dem Mails verfasst werden können.

Verknüpfung mit PR-Software

Der PR-Dienstleister Cision sagt von sich, dass er über den weltweit größten Adresspool verfüge. Wie viele Kontakte dort enthalten sind, verrät Cision nicht. Nur so viel: Die Datenbank erfährt 18.000 Aktualisierungen am Tag. Laut Pressemitteilung stecken zumindest in Nordamerika die Adressdaten von PR Newswires Mediatlas in der Datenbank. Eingebettet ist die Adressdienstleistung in Cision Point, einer umfangreichen PR-Software, die Tools zur Kampagnenplanung, für den Versand und zur Evaluation bietet.

PR Newswire bleibt in Deutschland grundsätzlich eher im Hintergrund. Der nordamerikanische PR-Dienstleister ist hierzulande selbst nicht aktiv, hat aber mit der dpa-Tochter newsaktuell einen offiziellen Partner. PR Newswires Mediatlas bietet Angaben zu mehr als 500.000 Journalisten weltweit, zusammengetragen von einem internationalen Recherche-Team. Die Adressen hat newsaktuell im Programm und bietet sie online an. Über eine Benutzeroberfläche im Browser kann der Kunde nach einzelnen Kontakten suchen oder ganze Verteiler erstellen. Sehr praktisch: Da newsaktuell in erster Linie ein Distributionsdienstleister ist, kann hier auch gleich der Versand mitorganisiert werden, inklusive Anhängen wie PDFs, Bilder oder Textdokumente.

PR-Newswire ist darüber hinaus Teil von Vocus, einem US-amerikanischen Anbieter von On-Demand-PR-Software, mit der auch Firmen und Agenturen in Deutschland arbeiten. (pb) ■



Foto: obs/Deutscher Imkerbund e.V.

Adressmanagement braucht keine fleißigen Sammler mehr, längst haben dies Computer übernommen

Im Sucher: Social Networks

Die Berichterstattung von Pressepublikationen und TV-Sendern verlässlich zu beobachten, ist kein Problem mehr. Auch wer wissen will, was Blogger so in die Tastatur hauen, sieht sich keinen großen Hürden gegenüber. Welche Stimmung aber in sozialen Netzwerken zu bestimmten Themen herrscht, ist schwieriger herauszufinden.

Welche Blogger zu welchen Themen besonders aktiv sind, ist nicht schwer herauszufinden. Da hilft zum Teil schon eine schlichte Suchanfrage bei Google oder Yahoo weiter, die spezielle Blog-Suchen ermöglichen. Darüber hinaus gibt es spezialisierte Suchmaschinen wie Bloxia.de, die derzeit relauncht wird. Bloxia verfügt beispielsweise auch über einen „Blogticker“, der nicht nur zeigt, was gerade bloggt wird, sondern das Ergebnis der „offiziellen“ Nachrichtenlage gegenüberstellt. Auch die Medienbeobachter wie Landau Media, Infopaq, Meta Communication und Ausschnitt sind hier zuverlässige Partner.

Wer aber über Blogs hinaus ins Web 2.0 einsteigen will, hat seine liebe Mühe. „Mehr als drei Milliarden Blogs, Foren, Portale, Review Sites, Microblogs, Newsgroups mit über 900.000 neuen Beiträgen in 24 Stunden – Tendenz stetig steigend – sind ein unendlicher O-Ton-Fundus für jeden PR-Spezialisten, Markt- und Meinungsforscher. Und zugleich ein echtes Massenproblem“, beschreibt Kantar Media, Anbieter von PR- und Sponsoring-Analysen, Pressespiegeln, Werbebeobachtung und Reichweitenmessung, die Rahmenbedingungen für Social-Media-Monitoring. Und damit nicht genug: Wer sich in Eigenregie auf die Suche nach den Trends im Social Web machen will, steht einer Vielzahl von Suchmaschinen-Anbietern gegenüber, die allesamt das Social Net durchpflügen. Da ist guter Rat teuer, vor allem wenn, wie der aktuelle European Communi-

cation Monitor (ECM) zeigt, 54,9 Prozent der Kommunikationsmanager nach 2010 auch im Jahr 2011 wieder die größte Herausforderung im „Umgang mit der digitalen Evolution und dem Social Web“ sehen. Allerdings steht im ECM auch, dass gerade mal ein Drittel der befragten Unternehmen bereits entsprechende Monitoring-Tools nutzen. 25 Prozent von ihnen planen immerhin, dies bis Ende 2011 zu tun. Bei den übrigen 51 Prozent ist keinerlei Monitoring des Web 2.0 angedacht.

Beratung ist häufig gefragt

Das Fraunhofer Institut hat im vergangenen November erstmals eine Marktstudie zum Thema Social-Media-Monitoring durchgeführt und eine Einschätzung der Anbieter geliefert. Eines der Ergebnisse: Rund ein Viertel der getesteten 22 Social-Media-Monitoring-Anbieter liefert dem Auftraggeber nur Tools zur selbstständigen Nutzung, wie etwa Meltwater mit dem Produkt „Buzz“. Alle anderen Dienstleister bieten entweder nachträglich Beratertätigkeiten an oder sprechen Handlungsempfehlungen und Marketing-Ideen im Rahmen der Ergebnispräsentation aus. Dazu gehören Netbreeze, ein Spin-Off der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich, und Complexium, einer der Marktführer in Deutschland. Da Social Media für viele hiesige Unternehmen noch Neuland ist, werden Beratungsangebote meist bevorzugt. Technologieanbieter arbeiten deshalb mit Agenturen zusammen oder beraten selbst inhaltlich.

Im Umkehrschluss bedeutet das: Kommunikationsagenturen und Medienbeobachter bieten Firmen Full-Service-Lösungen an. Die Zahl der Beratungsangebote ist dabei weitaus größer als die Zahl unterschiedlicher IT-Lösungen, so die Fraunhofer-Studie. Full Service in Eigenregie bieten eher wenige Technologie-Anbieter wie etwa IBM im Rahmen des Produkts „Cobra“ oder die Nummer eins in Deutschland, Infosped. Allen gemein ist, dass die Lösungen ohne Installation als Software as a Service (SaaS) über den Webbrowser online bedient werden können.

Als Alternative zu kommerziellen und daher kostenpflichtigen Social-Media-Monitoring-Tools werden häufig freie Software-Lösungen beworben, die dem Anwender umfassenden Einblick in User Generated Content versprechen.



Foto: Swarovski Optik

Blogs, Foren, Portale, Review Sites, Microblogs, Newsgroups, Facebook – Social-Media-Monitoring erfordert Durchblick

Diese Dienste sind jedoch laut Fraunhofer lediglich zu Ad-hoc-Recherchen zu gebrauchen, da sie meist nur eine einzelne Quelle wie Twitter abfragen oder nur begrenzte Filtermöglichkeiten bieten. Zu diesen gehört auch Google Alerts. Google Analytics ist dagegen kostenpflichtig und filtert im Zuge des Launches des eigenen Social Networks „Google+“ auch heraus, was bei Facebook derzeit besonders „geliked“ wird.

Eigene Reputation ist am wichtigsten

Auch gibt das Fraunhofer-Institut Aufschluss darüber, was die Themenschwerpunkte der Unternehmen sind, wenn sie Social-Media-Monitoring betreiben. Ganz oben auf der Liste steht mit 95 Prozent die eigene Reputation. Gefolgt und fast gleichauf von der Wettbewerbsbeobachtung. 90 Prozent wollen Meinungsführer identifizieren, abgeschlagen mit 70 Prozent folgt Customer Relationship Management und damit der direkte Dialog mit der Zielgruppe.

Ob man zu seinen Fragen qualitativ hochwertige Antworten bekommt, hängt von der Quellenlage ab. Diese ist denkbar vielfältig. Denn zu den sozialen Medien gehört jeder vom User erstellte Inhalt, also auch Kommentare beispielsweise auf Nachrichtenseiten wie welt.de oder auf Youtube.

Zudem hat die Beobachtung von sozialen Netzwerken einen Haken: Suchmaschinen-Software kann zwar Facebook scannen, die Tiefe hängt allerdings davon ab, wie die Nutzer ihre Privatsphäre schützen. Im Zweifel ist hier die ausgefeilteste Technik blind.

Bei der Wahl des Dienstleisters sollten potenzielle Kunden also prüfen, auf welche Basis zugegriffen wird. Und: Ist die Quellen-Basis durch den Kunden individuell erweiterbar – etwa um das eigene Facebook-Profil? Auch sollte man schauen, ob die Crawler der Anbieter in der Lage sind, automatisch neue Vorschläge zu machen, die noch keiner auf dem Radar hatte. Entscheidend ist auch, ob die Datenerhebung redaktionell betreut wird. Denn keine Technik kann Tonalitäten wie Ironie bewerten.

Die größte Herausforderung bleibt aber nach wie vor die immense Datenmenge. Was jedoch nicht von der Frage ablenken sollte, wer negative wie positive Stimmungslagen im Social Web auslöst – die Community oder die Journalisten? Die Erfahrung zeigt: Sogenannte Shitstorms entstehen oft erst dann, wenn die Internet-Angebote der klassischen Medien auf den Zug aufspringen und sich die Geschichte durch deren Verbreitung weiterentwickelt. (pb) ■



Foto: Sage Software GmbH/Peter Heide

Weniger ist meist mehr

Früher reichte einem FileMaker, um seine PR-Arbeit im Griff zu haben. Moderne PR-Software-Lösungen bieten zwar eine Fülle von Funktionalitäten, aber machen sie den Arbeitsalltag in Agenturen und Pressestellen auch wirklich leichter?

Während es früher die Adressdatenbank war, die digital gepflegt wurde, und aus der man heraus Serienbriefe und vielleicht sogar den E-Mail-Versand organisieren konnte, ist eine PR-Software heute eine eierlegende Wollmilchsau, die alle Arbeitsbereiche miteinander verknüpft: vom Adressmanagement mit Serienbrief-Export, Projektsteuerung und -status über die Dokumentenverwaltung von Texten, Briefings und Anschrei-

ben bis hin zur Stundenerfassung für einzelne Projekte, das Controlling, die Rechnungsstellung und die Integration von Fremdkosten. Alles wird miteinander verbunden, sogar die Evaluation, für die Clippings eingespeist und in Torten- und Balkendiagramme umgewandelt werden können.

Für internationale Großagenturen kann das sinnvoll sein. Vor allem das Führungspersonal kann sich so Übersicht über Kosten, Retainer und Ressourcen verschaffen. Wenn eigene Preislisten für Kunden angelegt, Lieferanten mit einer Ausschreibungsfunktion gezielt angefragt werden können und sogar automatische Meldungen erfolgen, wenn sich Verbrauchsartikel dem Ende neigen, dann klingt das erstmal praktisch. Aber was soll der einzelne PR-Berater damit?

Einfache Produkte punkten

Es ist nichts Neues, dass mit steigender Komplexität solcher Systeme die Motivation, sich mit ihnen zu beschäftigen, rapide sinkt. Vor allem in kleineren und mittleren Agenturen setzt sich daher die Erkenntnis durch, dass weniger mehr ist: Verteilerpflege, Serienbriefe, Aussand und Stundenerfassung sind die wesentlichen Funktionali-

täten. Wenn für den Teamleiter dann noch Funktionen für die Umwandlung des Stundenaufkommens in einen Rechnungsbetrag zur Verfügung stehen, reicht das meist aus. Dafür kann man eine angepasste FileMaker-Datenbank oder kleine Tools wie beispielsweise PressFile nutzen, das über einen beliebigen Webbrowser bedient werden kann. Auch Adressdienstleister wie ZimpeL bieten eine entsprechende Software an. Dazu braucht es noch ein kleines Stundenerfassungs-Programm, das zum Ende des Monats zusammenfasst, wer was wann getan hat, damit der Teamleiter die Rechnung verifizieren kann.

Funktionalitäten vergleichen lohnt sich

Trotzdem sind Software-Lösungen aus dem Arbeitsalltag in PR-Agenturen und in Kommunikationsabteilungen nicht mehr wegzudenken. Die zahlreichen Anbieter kommen dabei aus unterschiedlichen Geschäftsfeldern und haben entsprechende Schwerpunkte bei den Funktionen.

Anbieter von Systemen für das Customer-Relationship-Management (CRM) wie Act von der Sage Software GmbH aus Frankfurt sind besonders stark bei der Organisation der Kontakte und deren Historien sowie kompatibel mit vielen E-Mail-Programmen und entsprechenden Servern. Hier gibt es auch eine Stundenerfassung.

Mit dem Angebot von Cision können Kunden auf Adressdienstleistungen und Versandservices für ihre Pressemitteilungen zurückgreifen. Integriert in die Lösung ist vor allem die Medienbeobachtung, Cisions Kerngeschäft. Stundenerfassung wird dagegen nicht unterstützt.

Umfangreich ist die Lösung von altares aus Düsseldorf: Mit der webbasierten Anwendung können Kontakte gemanaged, Verteiler erstellt und der Versand getätigt werden. Ein Q&A-Manager verwaltet Sprachregelungen, und mehrere Personen können Dokumente abstimmen. Hinzu kommt ein Dateimanager für Medien und Bilder und nicht zuletzt das Medienmonitoring. Während andere Anbieter oft zwei bis drei Abstufungen ihrer Programme anbieten, was den Leistungsumfang betrifft, lässt sich altares völlig individuell zusammenstellen.

Die umfassendste PR-Software ist wohl nach wie vor Convento, die seit 20 Jahren am Markt ist und ständig erweitert wird. Allerdings gibt es keine Stundenerfassung. Die gibt es dagegen bei Spi-

rit, der Agentursoftware von Braintronic in Potsdam. Allerdings ist es eher eine Management- oder Controlling-Software, die zwar auch Kontaktdaten vorhält und über eine Dateiverwaltung verfügt, Distribution und Evaluation dagegen sind nicht integriert.

Webbasiertes erobert den Markt

Während vor einigen Jahren oft noch eine PR-Software auf den Agentur-Server und den Rechnern der Mitarbeiter installiert werden musste, geht heute der Trend ganz klar zur On-Demand-Software, was oft auch als Software as a Service (SaaS) bezeichnet wird. altares, Cision oder auch das US-Unternehmen Vocus zählen unter den PR-Software-Anbietern zu denjenigen, deren Software online und über den Webbrowser zu bedienen ist. Auch Convento bietet mit dem Produkt „Convento Net“ eine rein webbasierte Version der Kontaktdatenbank an. Der Vorteil: Wer seine Arbeit über eine Online-Software steuert, spart sich nicht nur den Aufwand der Installation und der Pflege des Systems, sondern ist auch ortsunabhängig und mobil. Die Daten liegen nicht mehr auf dem heimischen Server, sondern beim Dienstleister – sozusagen in der „Cloud“. Dadurch müssen Updates in der Adressdatenbank nicht mehr manuell geladen werden, sondern stehen jedem Kunden sofort zur Verfügung.

Mobil wird noch mobiler

Künftig wird es noch mobiler werden. Altares hat seinen MediaMonitor für Pressespiegel Mitte des vergangenen Jahres zusätzlich auf das iPhone gebracht. Die App bietet in der Version „MediaMonitor basic“ einen täglichen, redaktionell aufbereiteten Pressespiegel. Die Variante „MediaMonitor pro“ ermöglicht zudem die Versendung von Artikeln aus Online-Quellen in soziale Netzwerke wie Facebook und Twitter.

Auch die PMG, die Pressemonitor Deutschland GmbH, hat ihr Produkt für Smartphones und PDAs optimiert. So hat der Kunde täglich Zugriff auf Hunderte Zeitungen, Zeitschriften, Agenturmeldungen und Online-Medien samt Volltextrecherche und individueller Suchprofile.

Zurzeit sind das noch Lösungen für einzelne Produktmodule. Doch bald wird es wohl auch Lösungen für Tablet-PCs geben, die über weitere Funktionalitäten verfügen. (pb) ■

Das Vorteils-Angebot für PR-Verantwortliche!



Ihre Vorteile:

- ▶ 2 Ausgaben PR Report
- ▶ uneingeschränkter Zugang zu www.prrreport.de
- ▶ Newsletter PR Report

Verpassen Sie keine Ausgabe mehr!

Jetzt
8 Wochen
KOSTENLOS
testen!

PR Report ist das Monatsmagazin für PR-Verantwortliche in Unternehmen, Organisationen und Verbänden sowie Agenturen und Dienstleister der PR-Wirtschaft. PR Report begleitet den dynamischen PR-Markt als seriöses und unabhängiges Wirtschafts-

magazin und liefert eine Vielzahl von Fakten, vertiefenden Hintergründen und Statements. PR Report inspiriert Sie als Navigator und Ratgeber – mit jeder Ausgabe. Von Profis für Profis. Überzeugen Sie sich selbst, verpassen Sie keine Ausgabe!

PR Report erscheint im Verlag Haymarket Media GmbH, Weidestraße 122 a, D-22083 Hamburg, Geschäftsführer: Dr. Nicolas Bogs, HR B 73457, Amtsgericht Hamburg

Ja, ich möchte 2 Ausgaben PR Report kostenlos testen. Nur dann, wenn ich mich 14 Tage nach Erhalt der letzten Gratis-Ausgabe nicht bei Ihnen melde, möchte ich PR Report regelmäßig im Abonnement zum Jahresbezugspreis von € 204,60 (Inland, inkl. Versand und MwSt.) bzw. € 235,80 (Ausland, exkl. Versand und MwSt.) beziehen.

Fragen Sie uns auch nach unseren Studentenabonnements!
Rufen Sie uns an: **08 00-9 88 77 88** (kostenlos aus dem Inland).

Jetzt direkt bestellen!
Per Fax an: 0 40-6 92 06-1 14

Coupon bitte ausfüllen, faxen oder per Post an: Leserservice PR Report, 65341 Eltville
Fax: 0 40-6 92 06-1 14, Telefon: 08 00-9 88 77 88 (kostenlos aus dem Inland),
Telefon Ausland: 0 40-6 92 06-1 13, E-Mail: abo@haymarket.de

Firma/Branche

Name, Vorname

Straße, Hausnummer

PLZ/Ort

Telefon (für evtl. Rückfragen)

Fax

E-Mail

Datum

Unterschrift

Ja, ich bin damit einverstanden, dass der PR Report und der dazugehörige Verlag Haymarket Media GmbH mich künftig per Telefon, per Fax, per Post und/oder per Email über interessante Angebote informieren. Ich habe zur Kenntnis genommen, dass ich diese Vereinbarung jederzeit widerrufen kann.

KONTAKT

B & B Medien
U 3, 24/25
68161 Mannheim
Telefon: +49 621 122679-30
Telefax: +49 621 122679-40
E-Mail: info@bubm.de
www.bubm.de
www.radiosounds.de

ANSPRECHPARTNER

Daniel Barchet

KENNZAHLEN

Gründungsjahr 1997
Mitarbeiterzahl (freie Redakteure und Sprecher) 20

KOMPETENZEN

Radio-PR, Podcasts, Multi-Media-PR, E-Kits & USB Pressematerial, Filmvertonungen

REFERENZEN

DAK – Unternehmen Leben, BASF, Foundation Lindau Nobelpreisträger, Garmin, LEGOLAND Deutschland Freizeitpark GmbH, Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, RCL Cruises Ltd, Visit Orlando
Dienstleister für PR-Agenturen in D, A und CH, wie z. B. wilde & partner, nk noble, Maro & Partner, Publik uvm.



Die multimediale Service-Agentur gibt Unternehmen eine Stimme. Schwerpunkte sind die Durchführung von PR-Projekten im Hörfunk sowie die Produktion von Podcasts, Audio Press Kits und E-Kits. B & B Medien verfügt über eigene Radio- und Videostudios mit mobiler Studiotechnik. Zum Team gehören ausgebildete PR-Fachleute sowie erfahrene Zeitungs-, Fernseh- und Hörfunkjournalisten. Ein innovatives Online-System garantiert eine schnelle und übersichtliche Auswertung jedes Projekts.

B & B Medien produziert technisch hochwertige Podcasts mit professionellem journalistischem Standard von der Themenkonzeption bis zur Erstellung der fertigen Audio- oder Video-Dateien mit RSS Feeds, Tags und Eintrag in die wichtigsten Podcast-Datenbanken.

Praxisbeispiel:



Für die Urlaubsdestination **Orlando in Florida/USA** produziert B & B Medien aktuelle Radiobeiträge und Podcasts. Die Produktion von beiden Elementen nutzt Synergien und spart Kosten. Urlauber, die sich über die Destination informieren möchten, werden emotional und unterhaltsam mit ihrem potenziellen Ferienziel verbunden. Orlando-Fans erfahren Neues und erhalten Insider-Tipps.

Die Radiobeiträge werden an über 300 Stationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz distribuiert. Sie erreichen bis zu 3 Millionen Hörer und liefern Journalisten zusätzliche Ideen für eigene Storys.



Facebook-Posts und Twitter-Meldungen erhalten mit Podcasts aussagekräftige und emotionale Inhalte. Podcasts können in Apps und Newsletter integriert werden. Sie binden Kunden durch regelmäßig erscheinende Folgen an ihr Produkt. Auf dem Podcast-Kongress niche 11 in München wurden Attraktivität und Akzeptanz von Podcasts belegt. Gerne senden wir Ihnen ausführliche Informationen zu.



„Live und in Farbe – auf allen Kanälen“ – Die aktuelle Bewegtbildkommunikation 2011

„Was war meine Arbeit früher doch so übersichtlich“, mag sich mancher Kommunikationsmanager in Anbetracht der heutigen Medienvielfalt denken. Gab es vor 15 Jahren nur das gute alte Fax, so twittert, bloggt, mailt und bewegt es sich heute an allen Ecken. Bloß keine Zielgruppe oder Mediengattung vergessen. Da stößt man schnell an Grenzen. ComSat Media nutzt die sinnvollen Möglichkeiten von Social Media um TV- und Internetredaktionen zu erreichen. Ziel ist es, aktuelle Videos bei den richtigen Mittlern zu platzieren.

„Als wir vor 15 Jahren damit begonnen haben, die Events und Botschaften unserer Kunden per Satellit an die TV-Sender zu distribuieren, konnten wir nicht ahnen, welche Möglichkeiten schon bald real sind“, so Vera Heck, stellv. Geschäftsführerin der ComSat Media GmbH. „Wir nutzen heute immer noch die Satellitenkommunikation, um aktuelle Inhalte, wie z.B. Konferenzen oder Live-Interviews, zu produzieren und transportieren, aber Dank des Internets und jetzt auch durch die mobilen Anwendungen, hat sich die Reichweite drastisch erhöht“, so Heck weiter.

Ein wichtiger Bestandteil der integrierten Kommunikation ist die aktuelle Kommunikation. Wer dabei in den elektronischen Medien nicht untergehen will, muss die Bedürfnisse und die Abläufe dieser Medien kennen. Das gilt für Internetmedien genauso wie für TV-Medien. Auch der vermeintlich leichte Weg über YouTube birgt seine Tücken. „Hauptsache es ist bunt und bewegt sich“ reicht bei Weitem nicht aus.

ComSat Media hat viel Erfahrung in der Bewegtbildkommunikation und setzt diese erfolgreich für ihre Kunden ein. Dank eigener Kommunikations-Tools, wie der Medienseite www.cms-GOMEX.com und der gleichnamigen cmsGOMEX-App für Smartphones, ist eine reichweitenstarke und schnelle Platzierung in den elektronischen Medien möglich. Die persönliche Akquise –ja, es wird tatsächlich auch noch das Telefon genutzt – erhöht den Veröffentlichungserfolg.

„Unternehmen wünschen sich eine persuasive Kommunikation. Viele haben aber lange vor dem dafür erfolgreichsten Instrument, dem Video, zurückgeschreckt. Besonders beim Kommunizieren von aktuellen Themen. Jetzt möchten viele Unternehmen diese Lücke in ihrer Kommunikation schließen“, so Vera Heck über das Befinden in den Presseabteilungen.

ComSat Media bedient den Bedarf aus eigenen Ressourcen. Sei es Redaktion, Produktion oder auch moderne Technik. Durch die langjährige Zusammenarbeit mit den TV-Sendern, Nachrichtenagenturen und Internetredaktionen bestehen viele hochkarätige Kontakte. Die Beratung für die ideale Video-Umsetzung gibt es gratis für die Kunden. Denn nur hochwertiges und aktuelles Material findet den Weg in die elektronischen Medien und in die Köpfe der Zielgruppe. Dafür sorgt ComSat Media.

KONTAKT

ComSat Media GmbH
Werrastraße 11
63303 Dreieich
Telefon: +49 6103 8005-50
Telefax: +49 6103 8005-59
E-Mail: info@comsat-media.com
www.comsat-media.com

ANSPRECHPARTNER

Vera Heck, stellv. Geschäftsführerin
Sarah Di Mauro, Redaktion
Peter Becke, Mobile Applications

KENNZAHLEN

Gründungsjahr 1998

KOMPETENZEN

- Agentur für aktuelle Bewegtbildkommunikation
- Video-Produktion für Live-Events / Live-Interviews und Aufzeichnungen
- Themen-Vermarktung und Themen-Platzierung
- Redaktion und Medienanalyse
- Social-Media und Internet für Presseanwendungen
- Entwicklung und Pflege von Mobile Applications (App's) für Pressearbeit

REFERENZEN

Im Dax und M-Dax gelistete Unternehmen

KONTAKT

INDOC-Film GmbH
Waldhornstraße 4
80997 München
Telefon: +49 89 8114619
Telefax: +49 89 8110173
E-Mail: christina.kahlert@indoc.de
www.indoc.de

ANSPRECHPARTNER

Christina Kahlert, Gesellschafter-Geschäftsführerin, christina.kahlert@indoc.de
Christoph Graf, christoph.graf@indoc.de
Philip Maizet, philip.maizet@indoc.de

KENNZAHLEN

Gründungsjahr 1962

KOMPETENZEN

TV-PR-Beratung, Dokumentation, Footage-Produktion, Eventbegleitung, Information und Schulung, Messespots, Vertriebsunterstützende Filme, Imagefilme, AV-Medien für internationale Märkte

REFERENZEN

BMW, Clariant, EOS, Grammer, GRS Batterien, Invest in Bavaria, Lightcycle, Linde, Messe München, MTU Aero Engines, O2, Sony Ericsson, Vallourec & Mannesmann u. v. a.



Die INDOC-Film wurde 1962 in München von dem Journalisten Volkmar R. Kahlert als klassische Industriefilmproduktion gegründet. Damals war heute ist eine der häufigsten Aufgaben von INDOC komplexe Sachverhalte mit Hilfe audiovisueller Medien auch für ein allgemeines Publikum verständlich zu erklären. Die richtige Wahl des Formats für die relevante Zielgruppe hat dabei oberste Priorität. Die Beratung des Kunden, welche Umsetzungsmöglichkeiten es gibt, um die Stakeholder Ihres Unternehmens mit Ihrem AV-Medium zu erreichen, zu informieren und zu überzeugen, ist für uns der erste und entscheidende Schritt für eine erfolgreiche und langfristige Zusammenarbeit.

Kernkompetenzen

Zu unseren wesentlichen Kernkompetenzen zählen wir die Dokumentation, Information und Schulung mit Hilfe von AV-Medien sowie die Produktion von PR-Videomaterial, Produkt- und Imagefilmen. Nachdem wir in Abstimmung mit dem Kunden festgelegt haben, welches Format die primäre Zielgruppe anspricht, unterbreiten wir Vorschläge, welche sekundären Zielgruppen mit anderen Schnittversionen angesprochen werden können. Um das produzierte Videomaterial möglichst kosteneffizient einsetzen zu können, besteht die Möglichkeit aus dem gleichen Ausgangsmaterial verschiedene Versionen zu schneiden oder vor Ort verschiedene Aufnahmetechniken einzusetzen, um unterschiedliches Ausgangsmaterial kostengünstig zu produzieren. Eine hohe Qualität für alle Formate steht für uns im Vordergrund. Das Budget der Produktion so schlank wie möglich zu halten, ist für uns ein weiterer wichtiger Faktor.

Konzept und Organisation

Ein klares Konzept und die optimale Vorbereitung der Dreharbeiten sind ein ganz wesentlicher Baustein für ein gelungenes Projekt. Wir unterstützen unsere Kunden bei jedem Arbeitsschritt und übernehmen sowohl die kreative als auch die organisatorische Arbeit. Der Kunde kann selbst entscheiden, ob er einzelne Schritte selbst übernehmen oder an uns delegieren möchte.

Kontinuität

Der Kunde wird von uns über die gesamte Projektlaufzeit -und auf Wunsch auch darüber hinaus- betreut und hat immer mindestens einen festen Ansprechpartner in unserem Team. Das Material unserer Kunden wird oft über viele Jahrzehnte archiviert und kann für neue Projekte schnell und einfach abgerufen werden. Dies ist auch einer der Gründe, warum wir mit vielen unserer Kunden bereits seit mehreren Jahrzehnten zusammenarbeiten.

Wissen gewinnt. Das ist kress.

Der **kress**report bietet kompetent recherchierte Informationen für Marketing, Werbung und Kommunikation in Wirtschaft und Medien. Testen Sie das komplette **kress**paket 2 Monate kostenlos.



Info-Vorsprung
Jetzt 8 Wochen
gratis testen!

- Alle 14 Tage das Wichtige, die Fakten und die Hintergründe im **kress**report
- Unbegrenzter Zugang zu **kress**.de
- Jeden Tag aktuell **kress**express
- Unbegrenzter Zugang zum elektronischen **kress**-Archiv
- 50% auf das Branchenjahrbuch **kress**köpfe
- Preisnachlass bei der **kress**konferenz

kress erscheint im Verlag Haymarket Media GmbH, Weidestraße 122 a, D-22083 Hamburg, Geschäftsführer: Dr. Nicolas Bogs, HR B 73457, Amtsgericht Hamburg

kressreport + **kress**.de + **kress**express + **kress**-Archiv + **kress**köpfe + **kress**buch.de + **kress**konferenz

Coupon ausschneiden und per Fax an:

+49 (0)40/69 206 114.

oder senden an: Leserservice **kress**, 65341 Eltville.

Sie können uns aber auch anrufen oder mailen:

Telefon: **0800/9 88 77 88** (kostenlos aus dem deutschen Festnetz),

E-Mail: **leserservice@haymarket.de**

Ja, ich möchte 2 Monate **kress** gratis testen.

Nur dann, wenn ich mich 14 Tage nach Erhalt der letzten Gratis-Ausgabe nicht bei Ihnen melde, möchte ich **kress** regelmäßig im Abonnement zum Jahresbezugspreis von 414,- Euro inkl. MwSt. und Versand beziehen.

Ja, ich bin damit einverstanden, dass **kress** und der dazugehörige Verlag Haymarket Media GmbH mich künftig per Telefon, per Fax, per Post, per Email über interessante Angebote informieren. Ich habe zur Kenntnis genommen, dass ich diese Vereinbarung jederzeit widerrufen kann.

Firma _____

Name, Vorname _____

Straße, Hausnummer _____

PLZ/Ort _____

Telefon (für evtl. Rückfragen) / Telefax _____

E-Mail _____

Datum, Unterschrift _____

Noch schneller online bestellen: **kress**.de/abo

KONTAKT

ddp direct Büro Leipzig

Thomasiusstraße 21
04109 Leipzig
Telefon: +49 341 350587-77
Telefax: +49 341 350587-79
E-Mail: kundenmanagement@ddpdirect.de

ddp direct Büro Berlin

Reinhardtstraße 52
10117 Berlin
Telefon: +49 30 23122-114
Telefax: +49 30 23122-189
E-Mail: kundenmanagement@ddpdirect.de

www.ddpdirect.de
www.themenportal.de
www.multimediamanager.de
www.radionews.de
<http://workshops.ddpdirect.de>

ANSPRECHPARTNER

Benjamin Köhpcke, Kundenberatung,
Tel. +49 341 350587-77
Jens Breuer, Leiter Hörfunk,
Tel. +49 341 350587-20
Manja Morawitz, Leiterin Bewegtbild,
Tel. +49 30 23122-114
Sabine Witt, Leiterin Workshops & Seminare,
Tel. +49 341 350587-11

KENNZAHLEN

Gründungsjahr 2009
Standorte: Berlin, Leipzig, Hamburg,
München, Frankfurt, Dortmund, Düsseldorf

KOMPETENZEN

- Regionale, nationale und internationale Verbreitung von Pressemitteilungen und Social Media Releases
- Themenorientierte Fachverteiler und Journalistenkontakte (Automobil, Energie, IT, Medien, Touristik, Umwelt, uvm.)
- Kontaktmanagement und Integration von Kundenvertreilern
- Digitale Pressemappe

ddp || direct

Ein Unternehmen der dapd-Gruppe

ddp direct ist ein Schwesterunternehmen der dapd nachrichtenagentur. Der PR-Dienstleister verbreitet Inhalte für alle Mediengattungen. Für die Bereiche Audio und Video kann ddp direct diese Inhalte auch konzipieren und erstellen. ddp direct führt außerdem Workshops und Seminare für Entscheider der Kommunikationsbranche durch.

Mehr Medien.

Via Nachrichtensatellit, Kontakte zu Redaktionen deutschlandweit inkl. Nachrichtenagenturen, Regionale Verbreitung auf Bundeslandebene, Themenorientierte Fachverteiler, Finanz- und Wirtschaftspresse, zahlreiche Internetportale und das ddp direct-Themenportal, Social Media-Netzwerke und Blogger, internationale Medien

Mehr Hörfunk.

- ddp direct ist Deutschlands führender Anbieter von Hörfunk-PR:
- Hörfunk-Profis entwickeln journalistische Themen für die Ausstrahlung im redaktionellen Programm
 - Interviews, sendefertige Beiträge, Livesendungen, Verlosungsaktionen...
 - Verbreitung an alle 245 öffentlich-rechtlichen und privaten Hörfunksender in Deutschland sowie an rund 300 moderierte Webradios
 - Erfolgsauswertung und Werbeäquivalenzanalyse
 - Kostenfreier Mehrwertdienst für Radiosender: Radionews.de

Mehr Bewegtbild.

- ddp direct setzt Unternehmensbotschaften in starken Bildern um:
- weitreichendes Nachrichten-Netzwerks der dapd nachrichtenagentur sowie globaler Partner wie CNN und APTN
 - Distribution über den Nachrichtensatelliten der dapd, an TV-Stationen, auf Social Media Plattformen und Videoportalen
 - Sprachadaption und internationale Drehs
 - maßgeschneiderte TV-Pressemittellung

Mehr Workshops & Seminare.

- Themen bei ddp direct sind alle Bereiche der Public Relations: von „Grundlagen der PR“ über strategische Kommunikationsthemen, Social Media, klassische Themen wie „Reden schreiben“ oder „Führungskräftetraining“ bis hin zu multimedialen Themen wie „Video in der PR“. ddp direct bietet:
- Renommierter Trainer mit Praxiserfahrung, darunter Geschäftsführer, Chefredakteure und Buchautoren
 - nachhaltigen Lernerfolg durch interaktive Trainingsmethoden
 - zweistündige Seminare bis mehrtägige Workshops sowie E-Learning
 - Beratung bei der Umsetzung von Projekten (z. B. im Bereich Social Media)
 - Individuelle Konzeption und Durchführung von Inhouse-Seminaren

KR2011AA

PR Report **Dienstleisteratlas 2011**

na•news aktuell

Ein Unternehmen der dpa-Gruppe

news aktuell – erste Wahl für Ihre Pressearbeit

news aktuell ist ein Tochterunternehmen der Deutschen Presse-Agentur (dpa). Seit 1989 bieten wir ein weit reichendes Nachrichtennetzwerk für Presseinformationen an – in Deutschland und weltweit. Unternehmen aller Branchen, Parteien, Verbände, Agenturen, öffentliche Institutionen sowie Non-Profit-Organisationen zählen zu unseren Kunden.

OTS – ein weit reichendes Nachrichtennetzwerk

Presseinformationen in Text, Bild, Ton und Video bearbeiten wir nach Agenturstandards und leiten sie an über 400 tagesaktuelle Medien weiter – per Satellit und Web-Technologie. Wir stellen sicher, dass Redaktionen und Journalisten die für sie relevanten Informationen erhalten. Zum Empfängerkreis gehören die maßgeblichen Nachrichtenagenturen, Tageszeitungen, Hörfunk, TV und Online-Redaktionen. Zusätzlich werden zahlreiche Portale, Datenbanken und Social Media Netzwerke erreicht. Mit mehr als 2,5 Mio Visits monatlich (IVW-geprüft) ist www.presseportal.de die führende Plattform für Presseinformationen. In mehr als 12.000 digitalen Presse-mappen bleiben die Inhalte durch eine Volltextsuche und durch Suchmaschinenoptimierung einfach recherchierbar.

MEDIAAtlas und AdressTool – Datenbanken für Journalistenkontakte

Mit unserer Journalistendatenbank MEDIAAtlas liefern wir unseren Kunden weltweit rund 540.000 Kontaktdaten von Medien und Redaktionen. Das AdressTool bietet die Möglichkeit, in über 100.000 Journalistendaten in Deutschland, Österreich und Schweiz die richtigen Kontakte zu finden und Presseinfos direkt an den maßgeschneiderten Verteiler weiterzuleiten. Ein eigenes Recherche-Team stellt Aktualität, Datentiefe und Service sicher.

na media sonar – Wissen was im Netz los ist

Unser Webmonitoring-Tool na media sonar durchsucht Social Media, Online-News, Blogs und Diskussionsforen. Es bietet die Möglichkeit, Ergebnisse nach Trefferhäufigkeit, Tonalität oder Quellenrelevanz zu analysieren, Berichte schnell zu erstellen und direkt via Twitter und Facebook auf Nennungen zu reagieren. Es ist ein ideales Tool für regelmäßige Erfolgskontrollen und die kontinuierliche Beobachtung des Marktes.

media workshop – Mehr Wissen für Ihre Kommunikation

Wir bieten zahlreiche Seminare zum persönlichen Erfolgsmanagement und zur PR- und Öffentlichkeitsarbeit an. Kleine Seminargruppen und hochkarätige Referenten sichern den Lernerfolg der Teilnehmer sowie deren individuelle Betreuung. Alle Workshops finden in unserem optimal dafür ausgestatteten Seminarräumen statt. Auf Wunsch organisieren wir Seminare auch direkt vor Ort beim Kunden.

KONTAKT

news aktuell GmbH
Mittelweg 144 (Hauptsitz)
20148 Hamburg
Telefon: +49 40 4113-32850
Telefax: +49 40 4113-32855
E-Mail: info@newsaktuell.de

ANSPRECHPARTNER

Carl-Eduard Meyer, Geschäftsführer
Frank Stadthoewer, Geschäftsführer
Jens Petersen, Leiter Unternehmenskommunikation
Marcus Heumann, Leiter Vertrieb

KENNZAHLEN

Gründungsjahr	1989
Mitarbeiterzahl	120

KOMPETENZEN

news aktuell verbreitet im Auftrag seiner Kunden Pressemitteilungen in Text, Bild und Ton an die Medien und übernimmt auch die Veröffentlichung von Pflichtmitteilungen an den Finanzmarkt. Weiterbildung und Trainings für PR-Fachleute bieten die media workshops. Passende Werkzeuge zur Recherche von Kontaktdaten von Medien und Redakteuren oder für das Webmonitoring runden unser Angebot ab.

REFERENZEN

www.newsaktuell.de
www.newsaktuell.de/blog
www.presseportal.de
www.media-workshop.de
www.euroadhoc.de
www.twitter.com/newsaktuell
www.facebook.com/newsaktuell
www.xing.com/net/newsaktuell

KONTAKT

Synaptic Digital
Waldhornstraße 4
80997 München
Telefon: +49 89 8114619
Telefax: +49 89 8110173
E-Mail: christina.kahlert@synapticdigital.com
www.synapticdigital.com
www.thenewsmarket.com

ANSPRECHPARTNER

Christina Kahlert, Head of Central Europe,
christina.kahlert@synapticdigital.com
Christoph Graf,
christoph.graf@synapticdigital.com
Philip Maizet,
philip.maizet@synapticdigital.com

KENNZAHLEN

Büros in New York (Global Corporate HQ), London, Ahmedabad, Atlanta, Beijing, Chicago, Denver, Los Angeles, Munich, San Francisco, Washington, DC

KOMPETENZEN

Footage- und Filmproduktion, Live-Webcast, Videonachrichten-Distribution, Satellite Media Tour, Internet Media Tour, Interactive News Release

REFERENZEN

Adidas, Bentley, Fiat, Google, Intel, Linde, McLaren, PwC, Roche, UNICEF u. v. a.



Synaptic Digital ist ein globaler Dienstleister für die Produktion und Distribution von Videomaterial an die verschiedensten Zielgruppen von Unternehmen und Institutionen. Zu unseren Kunden zählen sowohl B2B- als auch B2C-Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen einschließlich vieler international bekannter Marken wie Adidas und Linde, Google und Rolex, aber auch Regierungsstellen (z.B. US State Department) und NGOs (u.a. Unicef).

Produktion

Durch unsere internationalen Büros und zusätzlich auch durch bewährte Produktionspartner auf allen Kontinenten können wir unseren Kunden Produktionsdienstleistungen auf der ganzen Welt in höchster Qualität anbieten. Wir sind nicht nur sehr gut vernetzt, wir denken auch vernetzt! Für uns ist wichtig, dass unsere Kunden einmal produziertes Videomaterial mehrfach nutzen können. Deshalb handeln wir nach dem Prinzip: C.O.D.E. = Create Once, Deploy Everywhere. Vernetzen Sie sich mit allen Kommunikationsabteilungen in Ihrem Unternehmen und nutzen Sie dadurch Synergien, um die unterschiedlichen Zielgruppen Ihres Unternehmens bzw. Ihrer Organisation optimal zu erreichen.

Distribution

Zu den Produktionsdienstleistungen bieten wir auch die geeigneten Distributionslösungen, um Ihren Content über den richtigen Kanal an Ihre Zielgruppen zu verbreiten. Für die Kommunikation mit den Medien können wir Ihnen die Distribution über das internationale Presseportal www.thenewsmarket.com anbieten. Mehr als 30.000 Medien in 190 Ländern sind hier akkreditiert und können Videomaterial in Broadcast- und Onlinequalität (HD, SD, diverse Low-res-Formate) abrufen. Die Medien werden per Newsletter je nach Interessensgebiet darüber informiert, wenn neues Material auf unserer Plattform angeboten wird und können das Portal auch als Recherche-Tool nutzen.

Für eine ergänzende direkte Ansprache der Medien eignen sich Satellite und Radio Media Tours oder auch Interactive News Releases. Aufgrund des starken Wachstums von Online- und Social-Media wird auch für Konsumenten, Lieferanten und Mitarbeiter das Angebot von Videomaterial immer wichtiger. Deshalb bieten wir auch Lösungen für die direkte Kommunikation mit Ihren Stakeholdern. Ein Beispiel hierfür ist unser Media Centre, mit dem Ihre Website für den Einsatz von Video und die Integration von Social Media optimiert wird. Nähere Informationen zu unseren Services finden Sie auch unter <http://synapticdigital.com/about-us>.



Der Verlag Dieter Zimpel

Der Verlag Dieter Zimpel ist seit über 40 Jahren Ihr verlässlicher Partner in der Kommunikationsbranche. Folgende Produkte und Dienstleistungen werden vom Verlag Dieter Zimpel angeboten:

- Deutschlands größte PR- & Mediendatenbank für direkte Kommunikation mit den Medien
- Sonderthemen und Sonderbeilagen sämtlicher Medien
- Umfassende PR-Software für gezieltes Kontakt- und Kampagnenmanagement
- Branchentreffs und Schulungen für erfolgreiche PR-Arbeit
- Kostenlose eLearnings zur Vermittlung von PR-Fachwissen.

Der systematische Aufbau und die konsequente Pflege Ihrer Medienkontakte sowie exklusiver Informationsaustausch mit den Journalisten sind die Basis für wirksame Pressearbeit. Zuverlässige Unterstützung für die Kontaktpflege und -verwaltung finden Sie in unseren Produkten. Individuelle Service- und Schulungsprogramme garantieren eine effiziente Nutzung unserer Angebote.

Die PR- & Mediendatenbank Zimpel Online

Zimpel Online bietet Ihnen über 18.000 Medien mit 90.000 Medienkontakten, dazu mehr als 40.000 Sonderthemen der Printmedien und regelmäßige Sonderseiten der Zeitungen. Viele weitere Extras wie Charakteristika, Zielgruppen oder Auflagenzahlen der einzelnen Medien ergänzen das Angebot. Alle Kontakte werden von unserer Fachredaktion tagesaktuell gepflegt. Zimpel garantiert damit höchste Qualität der Daten und verifizierte, freigegebene Ansprechpartner.

In den folgenden Mediengattungen können Sie recherchieren, Verteiler erstellen und Äquivalenzzwerte berechnen: Zeitungen (Tageszeitungen, Wochenzeitungen und Sonntagszeitungen), Anzeigenblätter, Publikumszeitschriften, Fachzeitschriften, Kundenmagazine, Radio/TV, Online-Medien, Freie Journalisten, Nachrichtenagenturen und internationale Korrespondenten.

Auf die Medien können Sie bequem und zielgenau über eine thematische, systematische und regionale Recherche zugreifen. Die Datenbank lässt sich jederzeit durch persönliche Kontakte ergänzen. Das Verteilermanagement ermöglicht ein Speichern und automatisches Aktualisieren Ihrer Verteiler. Nach Öffnen eines Verteilers zu einem späteren Zeitpunkt werden Sie durch die Software auf veränderte Kontaktdaten hingewiesen. Veränderte Zuständigkeiten in den diversen Redaktionen werden auf diese Weise transparent. Viele neue Funktionen der Datenbank, wie die Blacklist, die das generelle Versenden an individuelle Kontakte blockiert, erleichtern die tägliche Pressearbeit. Informationen zu Zimpel Online finden Sie unter www.zimpel.de.

KONTAKT

Verlag Dieter Zimpel
Zimpel Media-Daten GmbH

Abraham-Lincoln-Straße 46
65189 Wiesbaden
Telefon: +49 611 7878-184
Telefax: +49 611 7878-466
E-Mail: kundenservice@zimpel.de
www.zimpel.de
www.twitter.com/ZimpelOnline

ANSPRECHPARTNER

Geschäftsführung: Dr. Laurin Paschek
Leitung Sales: Clemens Hammacher
Leitung Marketing: Fabian Gerstenberg
Leitung Redaktion: Cornelia Gerstenberg

KENNZAHLEN

Gründungsjahr	1970
Mitarbeiterzahl	30

KOMPETENZEN

Anbieter von Deutschlands umfangreichster PR- & Mediendatenbank für professionelles Kommunikationsmanagement: Redaktionskontakte, Verteileraktualisierung

REFERENZEN

u. a. Coca Cola, Deutsche Post, Deutscher Bundestag, E.ON, Greenpeace, Johanner-Unfall-Hilfe, komm.passion, Kraft Foods, NDR, Universal Music

KONTAKT

AUSSCHNITT Medienbeobachtung
Deutsche Medienbeobachtungs Agentur GmbH

Gneisenaustraße 66
10961 Berlin
Telefon: +49 30 203987-0
Telefax: +49 30 203987-77
E-Mail: sales@ausschnitt.de

KENNZAHLEN

Gründungsjahr	1946
Mitarbeiterzahl	300

KOMPETENZEN

Medienbeobachtung, Pressespiegel-Management, MedienResonanzAnalyse, PressSummaries, Social Media Monitoring und Analyse, Reporting und Beratung



Tradition, Erfahrung und Qualität – Seit mehr als 60 Jahren sind wir verlässlicher Partner von Agenturen, Unternehmen und öffentlichen Institutionen. 4.000 Kunden vertrauen auf unsere Dienstleistungen aus den Bereichen Medienbeobachtung, –analyse und Pressespiegel-Management:

Medienbeobachtung

Mit der Beobachtung der klassischen Medien – Print- und Onlinemedien, TV, Videotext und Nachrichtenagenturen – sowie Social Media liefern wir aus dem umfangreichsten Medienprogramm tagesaktuelle flexible Auswertungen. National wie international.

Pressespiegel-Management

Sieben Tage pro Woche und bereits ab 5:30 Uhr stellen wir Informationen aus den relevanten deutschen und internationalen Keymedien bereit – reaktionell aufbereitet.

MedienResonanzAnalyse

Qualitative und quantitative MedienResonanzAnalysen zur Präsenz, zum Image, zu Issues und zum Input-Output im modularen Baukastensystem ergänzen unsere primären Dienstleistungen der Medienevaluation. Ob auf Basis einer dauerhaften oder kurzfristigen Medienbeobachtung oder in Kombination mit einer Marktforschung – MedienResonanzAnalysen von AUSSCHNITT dokumentieren die Erfolge für Geleistetes und dienen als Handlungs- und Entscheidungsgrundlage für zukünftige Projekte.

PressSummaries

Mit PressSummaries wird umfangreiche Medienresonanz zu den Informationen verdichtet, die Sie brauchen: kurz, aussagekräftig und auf die wesentlichen Inhalte gebracht. Übersetzungen liefern wir dazu.

Social Media

Mit der Beobachtung von Blogs, Foren und Meinungsseiten liefern wir einen Beitrag zum Issues Management. Mit der ergänzenden Analyse von Meinungsbildern zu Unternehmen können Chancen und Risiken frühzeitig aufgespürt und das Management von Kommunikationsstrategien optimiert werden.

Reporting und Beratung

Die Ergebnisse unserer Dienstleistungen stehen im AUSSCHNITT-Portal zur Verfügung. Mit dem ClippingIndex und dem ClippingReport wird die Medienresonanz in Tabellen bzw. Detailübersichten dokumentiert.



Infopaq. Wenn aus Wissen Wege werden.

Die Medienlandschaft wandelt sich stetig. Neue Medien beschleunigen die Berichterstattung und die Verbreitung von Informationen. Die Zeit wird für Kommunikationsprofis zum entscheidenden Faktor. Wer fundiert und schnell entscheiden muss, benötigt zeitnah die relevanten Informationen. Mit Infopaq sind Sie direkt am Puls der Medien und an Ihrer Zielgruppe. Wir bieten ein umfassendes Dienstleistungsangebot von der crossmedialen Medienbeobachtung und Pressespiegelerstellung bis hin zur detaillierten Medienanalyse. Als einer der führenden europäischen Anbieter für Medienbeobachtung und Medienanalyse schaffen wir so für Sie eine optimale Basis und bieten qualifizierte Entscheidungshilfen für eine erfolgreiche Kommunikationsarbeit. Ein kompetentes und erfahrenes Team mit langjähriger Marktexpertise berät unsere Kunden und setzt deren individuelle Anforderungen in bedarfsgerechte und zukunftsorientierte Lösungen um.

Umfassendes Medienpanel, crossmedial und international

Infopaq liefert seinen Kunden die relevanten Informationen aus Print- und Onlinemedien, Nachrichtenagenturen, TV, Hörfunk und den Social Media. Täglich werden dabei weltweit crossmedial über 50.000 Quellen ausgewertet. Allein in Deutschland werden heute mehr als 10.000 Medien beobachtet und analysiert. Mit dem Social Media Monitoring Service hat Infopaq zudem frühzeitig auf die Veränderungen in der Kommunikation reagiert. Wir beobachten und analysieren mehr als 100 Millionen Blogs, Foren, Foto- und Videosharing-Seiten sowie Micromedia-Sites.

Expertise und individuelle Lösungen

Erfahrene Redakteure fassen aus dem crossmedialen Informationspool die wichtigsten Fakten entsprechend den individuellen Kundenbedürfnissen zusammen, verdichten diese und bringen sie in Management Summaries auf den Punkt. Die Infopaq-Berater erstellen Analysen, unterstützen bei der Interpretation der Ergebnisse und sind Partner bei der Erarbeitung von individuellen Strategien. Tagesaktuelle Pressespiegel werden nach Ihren Vorgaben und Wünschen erstellt. Neben inhaltlichen Schwerpunkten, können Sie dabei auch das Erscheinungsbild der Produkte beeinflussen und zum Beispiel an Ihr Corporate Design anpassen. Die Bereitstellung erfolgt, abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse, entweder als PDF, gebundene Printversion oder direkt auf Ihr Smartphone. Basis für die umfassenden Leistungen ist das webbasierte Infopaq **Redaktionssystem Pro**. Hier werden alle ausgewerteten Beiträge übersichtlich dargestellt, verwaltet und können durch Kommentare, Zusammenfassungen oder Übersetzungen individuell editiert werden. Weitere Beiträge können von Ihnen per Upload integriert werden.

KONTAKT

Infopaq Deutschland GmbH
 Stammheimer Straße 10
 70806 Kornwestheim
 Telefon: +49 7154 9651-0
 E-Mail: info@infopaq.de
 www.infopaq.de
 www.facebook.com/InfopaqDeutschland
 Twitter: Infopaq_DE

ANSPRECHPARTNER

Stefan Frohnhoff, Geschäftsführer
 Claudia Brösamle, Leitung Marketing und Corporate Communication

KENNZAHLEN

Gründungsjahr	1887
Mitarbeiterzahl	250 in Dtl., 500 in Europa
Kunden	über 6.500

KOMPETENZEN

Als Experte in Medien-, PR- und Kommunikationsarbeit unterstützt die Infopaq Gruppe mehr als 6.500 internationale Kunden bei ihrer Unternehmenskommunikation. Dabei bieten wir ein umfassendes Dienstleistungsangebot von der crossmedialen Medienbeobachtung und Pressespiegelerstellung bis zur umfassenden Medienanalyse. Ein kompetentes und erfahrenes Team berät unsere Kunden und setzt ihre individuellen Anforderungen um. Infopaq ist einer der europäischen Marktführer für Medienbeobachtung und Medienanalyse. Die Konzernzentrale sitzt in Kopenhagen und beschäftigt ca. 500 Mitarbeiter in Europa.

REFERENZEN

Fraport, Tchibo, Continental, Toyota, 50Hertz

KONTAKT

Kantar Media GmbH
 Barmbeker Straße 2
 22303 Hamburg
 Telefon: +49 40 28805817-0
 Telefax: +49 40 28805817-16
 E-Mail: sales@kantarmedia.de
 www.kantarmedia.de

ANSPRECHPARTNER

Audrey Backhaus, Head of Sales,
 Tel. +49 40 28805817-17,
 Fax: +49 40 28805817-16,
 audrey.backhaus@kantarmedia.com

KENNZAHLEN

Gründungsjahr	1999
Mitarbeiterzahl	75
Mitglied des Branchenverbandes FIBEP und der Amec	

KOMPETENZEN

Monitoring:
 Print Medien Deutschland, Print Medien international, Online Medien weltweit, Social Media weltweit, Radio national/international, TV national/international
Analysen:
 PR-Controlling, Krisen-Management, Sponsoring-, Image-, Integrierte Analysen
Editorial Services:
 Pressespiegelerstellung, Summaries und Übersetzungen, Mobil- und Intranet-Lösungen

REFERENZEN

Branchenspezifische Referenzen auf Anfrage



Kantar Media – Die weltweite Nummer 1

Kantar Media ist Marktführer im Advertising sowie Media Monitoring und Teil der WPP Gruppe. Unsere 6000 Mitarbeiter betreuen rund 22.000 Kunden in 50+ Ländern und erzielen einen Umsatz von rund 600 Millionen US Dollar.

Die Kantar Media GmbH beobachtet und analysiert alle gängigen Medienformate wie **Print, Web, TV, Radio und Social Media** – weltweit, rund um die Uhr, nach Ihren individuellen Suchprofilen.

Der Einsatz moderner Suchtechnologien verbunden mit der Expertise qualifizierter Lektoren garantiert eine zielgenaue, treffsichere und zeitnahe Beobachtung Ihres Medienprofils. Alle Ergebnisse stehen unseren Kunden schnell und digital zur Verfügung. Mit dem von uns entwickelten Webportal „Gateway“ können Sie Ihre Clippings einfach sichten, verwalten, weiterleiten und bearbeiten sowie Pressespiegel und Grafiken erstellen.

Mehr Nutzen ohne Mehrkosten – Portale, Apps, Mobile Solutions

Unser webbasiertes Kundenportal „Gateway“ steht im Mittelpunkt des kundenspezifischen Monitorings. Hier werden alle Beiträge eingestellt und weiterverarbeitet, z.B. zu Mail Alerts, Pressespiegeln oder Statistiken. Es ist auch mobil auf allen Plattformen und Geräten verfügbar.

Die Funktionen im Einzelnen:

- Alle Beiträge aus Print, Web, Radio, TV, Social Media in einem Portal
- Nutzerspezifische Dashboard-Ansichten
- Automatische News Alerts weisen auf neue Beiträge hin
- Zugriff auf alle Medienquellen mit umfangreichen Suchfunktionen
- Kommunikationsplattform zwischen allen Nutzern
- Pressespiegel-Generator: einfache Gestaltung von PDF-Pressespiegeln
- Integriertes Statistiktool, exportierbare Charts
- Einbindung eigener Dokumente (z.B. Presseinfos, Tabellen) möglich
- Funktionen zum Markieren, Kommentieren, Weiterleiten von Clippings
- Nutzerführung wahlweise auf Deutsch, Englisch und Französisch
- Unbegrenzte Nutzerzahl
- Zuweisung individueller Nutzerrechte und Funktionen möglich
- Webbasiert, keine eigene IT-Kapazität notwendig

Editorial Services und Analysen

Unsere Editorial Services umfassen das Erstellen von Pressespiegeln ab 6 Uhr, Summaries und Abstracts (25 Sprachen), Themenlektorat.

Unsere Medienresonanzanalysen sind Beratungsleistungen, die komplett auf Ihre Anforderungen zugeschnitten sind. Unser Schwerpunkt liegt hierbei auf PR-Controlling, Image-, Sponsoring- sowie Integrierten Analysen und Krisen-Management.

<Landau Media>

monitoring analyse consulting

Landau Media ist einer der führenden Anbieter im Bereich Medienbeobachtung und Medienresonanz-Analysen in Deutschland. Ausgerichtet an den Anforderungen von Pressesprechern und Kommunikationsverantwortlichen erstellt Landau Media individuelle Analysen und Pressespiegel aus Printmedien, Internet, TV, Hörfunk, Nachrichtenagenturen und Web2.0 Portalen. Die konsequente Ausrichtung der Dienstleistung auf die Bedürfnisse der Branche überzeugt. Seit der Gründung 1997 haben sich über 2.000 national und international renommierte Kunden für Landau Media entschieden.

Landau Media recherchiert, dokumentiert und bewertet die Medienpräsenz von Unternehmen, Produkten, Marken, Themen oder Events. Neben der klassischen Dokumentation ihrer Presseresonanz in Form von Original-Meldungen haben Landau Media Kunden Zugriff auf ihre Medienresonanz und sämtliche Kennzahlen im Online-Kundenportal *MediaAccount*. Mit gezielt ausgewählten Partnern im Ausland bietet Landau Media darüber hinaus auch internationale Recherchen, um die Medienpräsenz weltweit zu dokumentieren und zu bewerten.

Als versierter Beobachter und Begleiter des Medienwandels in Deutschland antizipiert Landau Media die Auswirkungen auf die Medienwelt und konzipiert als Partner der Kommunikationsbranche Lösungen und Tools für die PR-Welt von morgen. Individuell zugeschnittene und redaktionell bearbeitete Pressespiegel von Landau Media erreichen ihre Empfänger voll-digital in allen verfügbaren Formaten, auf mobilen Endgeräten, als Newstream im Intra- oder Internet oder via iPhone- und iPad-App. Die Zukunft der Information liegt im Internet. Der rasant wachsenden Bedeutung von Social Networks, Videoportalen, MicroBlogs, Verbraucherportalen, Foren und Weblogs für die PR-Arbeit trägt Landau Media mit professioneller Web2.0 Beobachtung und Analysen Rechnung. Posts, Kommentare, Threads, Videos und Tweets sowie Daten und spezifische Kennzahlen über Produktpositionierungen, Wettbewerberpräsenz und Trendthemen im Social Web können Landau Media Kunden exklusiv in der Beta-Version der neuen Portalösung *MediaAccount2.0* abrufen.

Dabei ist und bleibt persönliche Betreuung der Schlüssel zu einer optimalen Unterstützung: Landau Media Kunden steht ein persönlicher Kundenberater zur Seite, der sie jederzeit kompetent berät und ihren Beobachtungsauftrag begleitet, um ihre Anforderungen maßgeschneidert umzusetzen. Neben dem Hauptsitz in der Berliner Friedrichstraße ist der PR-Dienstleister mit Repräsentanzen in Düsseldorf und Stuttgart für Kunden und Interessenten in Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg vor Ort tätig. Das Kundenberatersteam steht für Anfragen und maßgeschneiderte Angebote unter 030 / 202 42 100 gern zur Verfügung.

KONTAKT

Landau Media AG
 Friedrichstraße 30
 10969 Berlin
 Telefon: +49 30 20242-100
 Telefax: +49 30 20242-101
 E-Mail: info@landaumedia.de
 www.landaumedia.de

ANSPRECHPARTNER

Lothar Landau
 Michael Busch
 Uwe Mommert

KENNZAHLEN

Gründungsjahr	1997
Mitarbeiterzahl	über 200

KOMPETENZEN

Medienmonitoring

- aus über 40.000 Printmedien, Internet-Portalen, TV, Hörfunk und Agenturen
- aus über 120.000 Social Media Portalen
- aus internationalen Medien

Pressespiegel-Service

- aus über 5.000 Medien täglich ab 6:00 Uhr
- für iPhone, iPad, per E-Mail, ins Intranet

Analysen:

- statistische und qualitative
- Social Media Analysen
- Personalisierte Portal-Lösungen

KONTAKT

LexisNexis® GmbH
 Heerdter Sandberg 30
 40549 Düsseldorf
 Telefon: +49 211 417435-40
 E-Mail: kundenservice@lexisnexus.com
 www.lexisnexus.de

ANSPRECHPARTNER

Salvatore Saporito, Sales Leiter Nord
 Jörg Weizendörfer, Sales Leiter Süd

KENNZAHLEN

Gründungsjahr	1973
Mitarbeiterzahl weltweit	13.000
Umsatz weltweit	2 Mrd.

KOMPETENZEN

Online-Wirtschaftsinformationen, Reputationsmonitoring, Social Media Monitoring

REFERENZEN

GEA Group AG, Leica Microsystems GmbH, MetaDesign AG, NRW.Bank, Qiagen GmbH, SPIEGEL Verlag, Axel Springer GmbH, TÜV Media GmbH



LexisNexis® ist ein Pionier auf dem Gebiet der Online-Recherche und einer der international führenden Anbieter von tagesaktuellen und hochwertigen Wirtschafts-, Presse- und Rechtsinformationen im Volltext.

LexisNexis ist ein Servicepartner für alle, die täglich auf aktuelle, qualitativ hochwertige und umfassende Informationen angewiesen sind. Mehr als fünf Millionen Kunden in über 100 Ländern vertrauen bereits der Qualität unserer Datenquellen und profitieren von den individuell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Informationslösungen.

Lösungen für Kommunikatoren

LexisNexis® Wirtschaft und LexisNexis® Media Coverage Analyser: Mit LexisNexis® Wirtschaft haben Sie Zugriff auf über 35.000 Premiumquellen. Darunter befinden sich führende internationale und deutsche Pressequellen einschließlich Branchenpublikationen, mehrere tausend internationale und deutsche Blogs, das größte Spektrum internationaler und deutschsprachiger Firmeninformationen sowie signifikante Länderprofile und Marktprognosen.

Schnelle und umfassende Suchergebnisse helfen Ihnen, systematisch Erfolgsmessungen Ihrer PR-Kampagnen durchzuführen und durch die hohe Treffsicherheit wertvolle Zeit zu sparen. Mit dem LexisNexis® Media Coverage Analyser können Sie die Auswertung zusätzlich individualisierbar grafisch darstellen lassen.

LexisNexis® Analytics und LexisNexis® Blogwatch:

Unsere Monitoring-Lösungen finden die relevanten Informationen für Sie – ob Sie wissen wollen, was man über Ihr Unternehmen schreibt oder über Ihre Mitbewerber.

LexisNexis® Analytics kombiniert semantische, sprachliche und statistische Regeln und analysiert unstrukturierte Daten automatisch. Dabei können jegliche Arten von Webquellen mit Printmedien kombiniert werden. Trends, Fakten, Stimmungen und Zusammenhänge werden herausgefiltert und individuell für Sie aufbereitet. So erkennen Sie Strömungen rechtzeitig und können möglichen Reputationsschäden vorbeugen.

LexisNexis® Publisher:

LexisNexis® Publisher ist die Newsletter-Lösung, um Ihren Intranet- oder Internetauftritt schnell und unkompliziert durch topaktuelle Nachrichten zu bereichern. Dabei haben Sie Zugriff auf die gleichen Daten wie LexisNexis® Wirtschaft, die aus über 35.000 renommierten Quellen gewonnen werden. Die flexiblen Gestaltungsmöglichkeiten sorgen für die nahtlose Verschmelzung der Informationen von LexisNexis® mit Ihrem Corporate Design.



Meta Communication International – der Spezialist für internationales Media News Management

Sich als Unternehmen oder Organisation ein umfassendes Bild über die eigene mediale Position zu machen, ist von strategischer Bedeutung. Ein permanentes Filtern spezifisch relevanter News und Themenfelder aus allen Nachrichtenkanälen, Regionen und Sprachräumen ist hierfür die Voraussetzung.

Das Tempo der Nachrichtenverbreitung hat sich vervielfacht, neue und anders strukturierte Informationskanäle sind hinzu gekommen. Social Media zeigen uns eine veränderte Form der interaktiven Meinungsbildung und tragen zu einem Wandel unserer Informationskultur bei. Aus Nachrichten-Konsumenten sind auch Meinungsproduzenten geworden. Unternehmen sehen sich aufgefordert, aktiv am Social Media Networking teilzunehmen und ihre Kommunikationsmittel darauf auszurichten.

Strategisches Social Media Monitoring beginnt bei der qualitativen, individuell angelegten Bewertung von Newssites, Blogs und Microblogs, Wikis, Foren oder Open Content-Plattformen als Voraussetzung für qualitative Beobachtungsergebnisse. 360° Social Media Monitoring wird durch hierauf aufbauende Analysen und Handlungsempfehlungen erreicht.

Über alle Medienarten und Nachrichtenkanäle hinweg können sich Themen sehr rasch zu „Critical Issues“ entwickeln. Für Unternehmen und Organisationen ist es daher entscheidend, sich proaktiv mit grundsätzlichen Fragen auseinanderzusetzen:

- Wie können Kommunikatoren frühzeitig kritische Themen identifizieren und kommunikativ „steuern“?
- Wie können sich Kommunikatoren innerhalb von international agierenden Organisationen und Unternehmen untereinander in „real time“ dazu verständigen?
- Wie können Kommunikatoren zeitnah die relevanten Informationen abrufen und entwickeln?

Issues Management kann mit aktuellen Tools transparent abgebildet und durch eine direkte Verknüpfung mit einem Medienbeobachtungs-Portal permanent mit relevanten Informationen aktualisiert werden. Über ein solches Gesamtsystem können relevante Issues angelegt, verfolgt und gesteuert, Sprachregelungen und Handlungsoptionen abgestimmt und wiederum einzelnen Issues zugeordnet werden.

Gepaart mit der tagesaktuellen web-basierten Medien-Analyse trägt die kombinierte Form des Issues Management dazu bei, Kommunikationsmaßnahmen besser auf die angestrebte Zielpositionierung auszurichten.

KONTAKT

Meta Communication International GmbH
 Solmsstraße 4
 60486 Frankfurt am Main
 Telefon: +49 69 743039-0
 Telefax: +49 69 233276
 www.metacommunication.com

ANSPRECHPARTNER

Jens Schuemann, Tel. +49 69 743039-12,
 jens.schuemann@metacommunication.com
 Harald Granzow, Tel. +49 69 743039-40,
 harald.granzow@metacommunication.com

KENNZAHLEN

Gründungsjahr	1991
Mitarbeiterzahl	245
Hauptsitz:	Frankfurt

Weitere Standorte: Wien, London, Paris, Zürich, Berlin, Düsseldorf, Leipzig, Hamburg, Hannover, Köln, Stuttgart und München

KOMPETENZEN

Internationale Medienbeobachtung aller Medienkanäle, Media News Management, Issues Management, strategisches Social Media Monitoring und Evaluation, Medienanalyse (Präsenz, Reputation, Issues und Krisen, Werbeäquivalenz), Übersetzungsservices, Portal-Lösungen

REFERENZEN

Aareal Bank, Audi, Bayerische Börse, BMW Group, Bundesverband deutscher Banken, Celesio, Commerzbank, Daimler, Deutsche Bahn, Deutsche Börse, Deutsche Telekom, E.ON, Erste Bank Austria, Eurostar Group, First Solar, MAN, METRO, OMV, ÖBB, Roche, Shell Deutschland, Siemens, Unicredit Group, Wiener Börse

KONTAKT

Netbreeze GmbH
 Ringstrasse 12
 CH-8600 Dübendorf
 Telefon: +41 44 82432-70
 Telefax: +41 44 82432-59
 E-Mail: sales@netbreeze.ch

ANSPRECHPARTNER

Beate Geppert, Head of Sales & Consulting
 Raphael el-Saheli, Sales & Partner Manager

KENNZAHLEN

Gründungsjahr	1999
Mitarbeiterzahl	21

KOMPETENZEN

Social Media und Online News Monitoring, Echtzeitanalysen im Dashboard, CRM Integration, Produkte und Enterprise Lösungen, Beratungskompetenz

REFERENZEN

Agenturen:
 TNS, Interbrand, Queo, Indeca, Newmark Finanzkommunikation
Unternehmen:
 Bosch Siemens Hausgeräte, Sanofi Aventis, Swiss Re, Kuoni, Syngenta



Haben Sie die Social Media bereits auf dem Radar?

Das Image eines Unternehmens oder Produktes wird zunehmend geprägt von den Meinungen der Konsumenten. Sie diskutieren in sozialen Medien und tauschen in verschiedenen Netzwerken ihre Meinungen am „Internet-Stammtisch“ aus.

Mit ihren Bewertungen über Produkte und Dienstleistungen beeinflussen sie die Kaufentscheidungen anderer Konsumenten. Sie beteiligen sich an der Meinungsbildung zu Unternehmen, deren Werbe- und Marketingkampagnen und ihren Produkten oder äussern sich zu kritischen, reputationsrelevanten Themen.

Mit Social Media Monitoring erweitern PR Agenturen ihre Beratungskompetenz und Unternehmen ergänzen ihr traditionelles Presseclipping durch Online Analysen in Echtzeit.

Was bietet das Netbreeze Social Media Monitoring?

Mit der Nutzung der Netbreeze Technologie verpassen Sie keine wichtigen Beiträge aus den Social Media und den Online News. Sie haben ein Instrument, mit dem Sie aus der Datenflut des Internets relevante Informationen für Ihre täglichen Entscheidungen erhalten.

- Die wichtigsten Eckpunkte unserer Social Media Technologie sind:
- Umfassende Quellabdeckung: Twitter, Foren, Blogs, Facebook, Youtube, Online News, spezifische Webseiten, Printmedien (auf Anfrage)
 - Präzise Resultate: hohe Datenqualität und zuverlässige Erkennung von Themen und Marken
 - Data Mining – exploratives Erkennen neuer Themen
 - Grosse Sprachenvielfalt: 28 Sprachen weltweit
 - Automatische Tonalitätserkennung in Deutsch und Englisch
 - Individuelle Alerts mit E-Mail-Benachrichtigung
 - Individuelle Reportingfunktionen
 - Flexible Erweiterungsmöglichkeiten

Alle Daten werden mehrmals täglich, teilweise stündlich aktualisiert und die Analysen neu berechnet. Die Ergebnisse werden in Form von Charts, Ticker, Reader, Tag Clouds im personalisierten Dashboard dargestellt.

Warum ist Netbreeze der richtige Partner?

Netbreeze ist eine Schweizer Firma, die seit 1999 ihre eigen entwickelte Webmonitoring Software als Dienstleistung (SaaS) für viele Branchen und Anwender aus unterschiedlichen Geschäftsbereichen zur Verfügung stellt. Die Software kann sowohl an spezifische Kundenbedürfnisse angepasst als auch standardisiert als Produkt Endkunden und Agenturen angeboten werden.

Wir haben für jeden Kunden das richtige Produkt: **Social Media Report, ComMonitor, Enterprise, Social CRM Connector, Netbreeze API.**



Artikel, Analysen und Lizenzen

Die PMG stellt mit dem Presse-Monitor®-System die umfangreichste tagesaktuelle deutschsprachige Pressedatenbank zur Verfügung. Pressemonitoring, Medienanalysen, Pressespiegel, die notwendigen Rechte zur Nutzung und weitere Produkte sind die Grundlage für eine schlagkräftige und effektive Pressearbeit.

Wissen, was ist ...

In das Presse-Monitor®-System werden Tag für Tag rund 150.000 Artikel aus rund 1.500 Publikationen gespeist und sie bilden unter anderem die Grundlage für die Erstellung umfangreicher elektronischer Pressespiegel – in Sekundenschnelle. Alle Artikel sind in der Regel tagesaktuell und stehen spätestens ab 7.00 Uhr am Morgen zur Verfügung – 24 Stunden, an sieben Tagen der Woche. Die Pressespiegelsoftware PMGbox erleichtert die Pressespiegelstellung und sorgt für eine Darstellung im jeweiligen Corporate Design. PMGmobil ermöglicht via Smartphone den Zugriff auf Presseartikel von unterwegs. Umfassende Rechte zur Archivierung und Online-Veröffentlichung von Artikeln runden das Programm zur professionellen Pressearbeit ab.

Wissen, was sich entwickelt ...

Das Presse-Monitor®-System und der elektronische Pressespiegel sind die Instrumente, um ein Presseecho zu dokumentieren. Um die eigene Pressearbeit genau auszurichten, wichtige Themen frühzeitig zu erkennen und zu steuern, Märkte, Institutionen und Personen zu verfolgen, braucht es aber mehr: die Medienanalyse. Die PMG bietet mehrere Analysemodule an, die miteinander kombinierbar sind. Neben hochwertigen Berichten können aktuellste Ergebnisse über das webbasierte Analyseportal in verschiedenen Darstellungsarten rund um die Uhr abgerufen werden. Die Verbindung zur PMG-Pressedatenbank ermöglicht sehr schnelle und fundierte Analyseergebnisse. Als einziger Anbieter stellt die PMG die analysierten Artikel per Mausklick als Volltextversion zur Verfügung und macht die Analyseaussagen so transparent und nachvollziehbar. Die PMG bietet den ganzen Fächer der verschiedenen Medienanalysen an – von der einfachen Präsenzanalyse bis zur Scorecardanalyse für das Kommunikations-Controlling. Die Analysen werden individuell angepasst und von professionellen Analysten betreut. Die Medienanalysen der PMG sind unter anderem auch die ideale Grundlage für ein wirkungsvolles Agenda Setting und Issues-Management.

Wissen, was war ...

PMG Research erlaubt zukünftig in Kooperation mit GBI-Genios die Recherche in Pressebeständen der Vergangenheit – ein Archiv von unschätzbarem Wert.

KONTAKT

PMG Presse-Monitor GmbH
 Markgrafenstraße 62
 10969 Berlin
 Telefon: +49 30 28493-0
 E-Mail: info@presse-monitor.de
 www.presse-monitor.de

ANSPRECHPARTNER

Bernd Frey, Leiter Vertrieb
 Harald Bartikowski, Key Account Manager
 Karen Baudendistel, Key Account Manager
 Patrick Schidlowski, Key Account Manager
 Andree Blumhoff, Leiter Medienanalyse
 Lars Mende, Consultant Medienanalyse
 Simon Schulz, Consultant Medienanalyse

KENNZAHLEN

Gründungsjahr	2001
Mitarbeiterzahl	90
Quellen digital	rund 1.500 Zeitungen, Zeitschriften, Agenturen etc.
Quellen gesamt	über 2.500
Kunden	rund 2.500

KOMPETENZEN

Tagesaktuelle Pressedatenbank, Pressespiegel-Software, Medienanalysen, Artikel-Lizenzierung

KONTAKT

Cision Germany GmbH
 Hanauer Landstraße 291 b
 60314 Frankfurt
 Telefon: +49 69 710475-180
 Telefax: +49 69 710475-220
 E-Mail: info.de@cision.com

ANSPRECHPARTNER

Markus Tautz, Tel. +49 69 710475-180,
 info.de@cision.com

KENNZAHLEN

- Größtes Media Intelligence-Unternehmen weltweit
- Seit über 100 Jahren am Markt
- Partner in mehr als 125 Ländern
- 30.000 Kunden weltweit
- Standorte auf der ganzen Welt – Chicago, London, Toronto, Lissabon

KOMPETENZEN

- Digitale all-in-one-cloud PR-Lösung
- CODIE Award 2011 Auszeichnung, „Best Marketing/PR solution“ (Dritter Sieg in Folge 2009, 2010, 2011)
- Social Media Monitoring Experten
- Weltweite Medienkontakte
- Weltweite Medienbeobachtung
- Medienanalyse
- Versandmanagement

REFERENZEN

Cisco Systems GmbH, Condor Flugdienst GmbH, Crocs Europe, DEUTSCHER GOLF VERBAND e.V., Direct Line Versicherung AG, Fachhochschule Köln, Haribo GmbH & Co. KG, QVC Handel GmbH, Verband der Chemischen Industrie e.V., Verlagsgruppe Weltbild GmbH, www.neu.de GmbH



CisionPoint – Cision Germany GmbH

Mit der on-demand PR Software Lösung CisionPoint gehört Cision Germany, Tochter des globalen Cision Konzerns, zu den weltweit führenden Dienstleistern im Bereich Medienmonitoring, Evaluation und Medienkontakt-Recherche.

Die intuitiv verständliche und benutzerfreundlich gestaltete CisionPoint Software bietet neben der klassischen Medienbeobachtung auch sehr umfassende Recherchemöglichkeiten sowie eine zielgenaue Resonanzanalyse zur Erfolgsmessung der via CisionPoint ausgesandten Pressemitteilungen.

Profitieren sie von der weltweit größten Journalistendatenbank

Ganz im Sinne einer medienübergreifenden Unternehmenskommunikation stehen derzeit mehr als 1 Mio. Print-, TV und Online-Journalistenkontakte aus über 150 Ländern für eine individuelle Kommunikationsplanung und -steuerung zur Verfügung.

Passende Lösung unabhängig von Unternehmensgröße – und Kommunikationsziel

Die modulare Softwarelösung eignet sich gleichermaßen für kleine und große Unternehmen. Für Medienschaffende, PR-Agenturen, Werbeagenturen und Börsen notierte Unternehmen. Mittels des Cision Moduls „Connect“ werden z. B. ebenso zielgerichtet Journalisten und Outlets erreicht, wie auch umfassende Produkt-, Marken- oder Investor Relations Kommunikations-Kampagnen realisiert.

Medienübergreifendes Monitoring für Erfolgsmessung und Strategieüberprüfung

Mit welchem Erfolg sich Presseinformationen über die verschiedenen Medien verbreitet haben lässt sich mit CisionPoint „Monitor“ komfortabel und aufwandsarm verfolgen.

Im Bereich Social Media werden über 100 Millionen Blogs, Microblogs und Social Networking-Seiten, zehntausende Online-Foren sowie hunderte Video- und Foto-Sharing-Seiten ausgewertet. Neben „Neuen Medien“ fließen auch die Veröffentlichungen in klassischen Medien wie Print Publikationen und Radio- und TV-Beiträge in die Auswertung ein.

Von Profis für Profis: CisionPoint Analysetools

Kontinuierliche Analyse bietet CisionPoint bei der Auswertung aktueller und früherer Kampagnen. Im Ergebnis wird schnell offensichtlich welche Medienvertreter wie, wann und wie oft die zur Verfügung gestellten Informationen verwendet haben. Diese und eine ganze Reihe weiterer – auf die Anforderungen von PR-Profis abgestimmter – Analyse-Tools erleichtern die Arbeit und verstärken somit die Wirkung ausgesandter Veröffentlichungen.



PressFile – Das Werkzeug für Pressearbeiter

Egal ob PR-Agentur oder Presseabteilung: Mit PressFile haben Sie die Kernprozesse der Pressearbeit und PR im Griff. Pressekontakte, Verteiler, Briefversand, personalisierte E-Mails, Clippings, Auswertungen, Wiedervorlagen oder Kontakthistorien – die Alltagsarbeit steuern und erledigen Sie über ein einziges Fenster und mit wenigen Mausklicks. Damit können Sie sich voll auf Ihre Themen und Kunden konzentrieren und müssen sich nicht mit der Software beschäftigen. Durch die effiziente Abbildung der Abläufe rechnet sich PressFile bereits nach wenigen Monaten. PressFile ist webbasiert und damit überall verfügbar – ohne aufwändige Installation oder IT-Administration.

Effizienter Workflow

Mehrere Verteiler selektieren, miteinander mischen, einzelne Personen hinzufügen oder herausnehmen und dann ein personalisiertes E-Mail an diese Selektion verschicken: All das ist mit PressFile eine Sache von wenigen Minuten. Dabei wird der komplette Versand automatisch dokumentiert. Auch sonst bietet die PressFile umfangreiche Möglichkeiten für die Kontakthistorie. Damit ist jederzeit nachvollziehbar, welcher Mitarbeiter mit welchem Redakteur in Kontakt war und weshalb.

Einfaches Clipping Management

Veröffentlichungen lassen sich in PressFile einfach verwalten: Medien-Resonanz, Reichweiten, Positionierung auf der Seite oder Äquivalentwert – mit wenigen Einträgen werden Clippings in all ihren Facetten erfasst. Die PDFs der Veröffentlichungen können wahlweise direkt in PressFile oder im webbasierten Medienportal AMID PR elektronisch archiviert werden.

Webbasiertes Medienportal

Mit AMID PR bietet PressFile auch ein äußerst effizientes Werkzeug für das Media Asset Management. Das System unterstützt die einfache Verwaltung und das schnelle Finden von beliebigen Mediendaten wie Bildern, Video-/Audio-Files, Powerpoint-Präsentationen oder PDFs. Es kann als Medienportal eingesetzt werden, um Redakteuren einen direkten Zugriff auf Pressebilder oder andere mediale Inhalte zu geben. Auch Kunden kann ein benutzerdefinierter Zugang zur Mediendatenbank angeboten werden.

PressFile ist ein Produkt des US-amerikanischen Herstellers Small Company mit Sitz in Miami und New York. Die webbasierte Version wurde in Zusammenarbeit mit der deutschen PR-Agentur Press'n'Relations umgesetzt und an die Anforderungen des deutschen Marktes angepasst. Seit 2011 liegt die Weiterentwicklung des Produktes vollständig in den Händen der PressFile Europe GmbH.

KONTAKT

PressFile Europe GmbH
Magirusstraße 33
D-89077 Ulm
Telefon: +49 731 96287-81
Telefax: +49 731 96287-97
E-Mail: info@pressfile.de
www.pressfile.de

ANSPRECHPARTNER

Florian Fischer

KENNZAHLEN

Gründungsjahr	2009
Mitarbeiterzahl (weltweit)	12

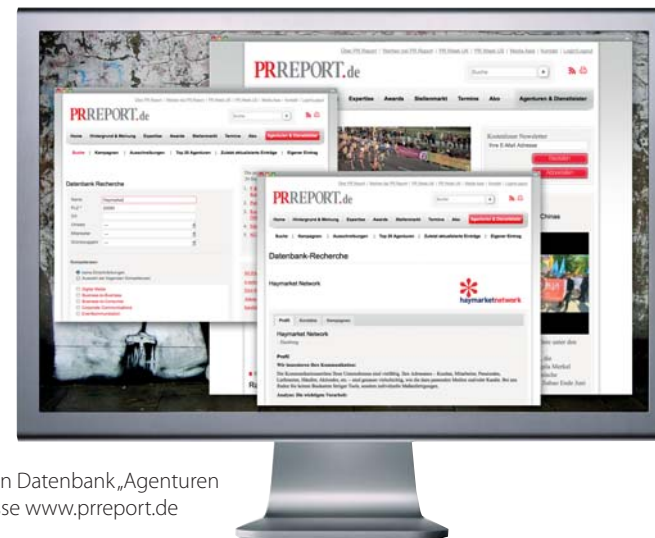
REFERENZEN

Tupperware Deutschland (Frankfurt), Dr. Babor (Aachen), Phoenix Solar AG (Sulzemoos), ROSSMANN Drogeriemärkte (Burgwedel), Falke KGaA (Schmallenberg), IvoCloar Vivadent (Liechtenstein), Salzburger AG, Press'n'Relations (Ulm), The New York Public Library, Harvard University Press

Agenturen und Dienstleister auf prreport.de

Sie suchen einen Corporate-Media Spezialisten?

Oder einen qualifizierten Medienbeobachter, der seinen Hauptsitz in Berlin hat? Bei Ihrer Recherche lohnt sich ein Blick auf die Website von PR Report. In der umfangreichen Datenbank „Agenturen & Dienstleister“ unter der Adresse www.prrreport.de könnten Sie fündig werden.



Das nützliche Werkzeug bietet zahlreiche Möglichkeiten, die Recherche zu spezifizieren. Der Nutzer kann nicht nur nach Fach- und Branchenkompetenzen fahnden, sondern auch nach Kommunikationsdisziplinen unterscheiden. Weitere Einschränkungen der Suche sind möglich, etwa nach Umsatz oder nach Mitarbeitern. Nutzen Sie auch die Chance, Ihr Unternehmen in der Datenbank kostenlos zu listen!

Verantwortlich: Jan Philipp Rost
Tel.: +49 40 69206-407
janphilipp.rost@haymarket.de

Redaktion: Birte Bühnen, Peer Brockhöfer
Tel.: +49 40 69206-200
red.prrreport@haymarket.de

Anzeigen: Pia von Sicherer
Tel.: +49 40 69206-405
pia.vonsicherer@haymarket.de

Grafik/Layout: Simone Braunß, Renate Krempels, Katrin Schulz

Verlag: Haymarket Media GmbH,
Weidestaße 122a, 22083 Hamburg.

Geschäftsführer: Dr. Nicolas Bogs

Publisher: Jan Philipp Rost

Duck: BWH, Hannover

Weitere Exemplare können zum Preis von 9,90 € (Inland; inkl. Port, Versand und MwSt.) bestellt werden bei leserservice@haymarket.de, Stichwort „PR Report Dienstleisteratlas 2011“

© Haymarket Media GmbH, 2011





Wir kennen qualifiziertere Wege, die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Richtige Botschaft, richtige Zeit, richtiger Kanal: Die Medienspezialisten von Infopaq helfen Ihnen dabei, Ihre PR- und Kommunikationsarbeit präzise auf Ihre Unternehmensziele auszurichten. Unser Dienstleistungsangebot reicht vom Medienmonitoring in Print, Broadcast, Internet und Social Media

über die redaktionelle und tagesaktuelle Informationszusammenstellung bis zu umfassenden qualitativen Medienresonanzanalysen. Nutzen Sie unser Know-how und unsere Beratungskompetenz zur Optimierung Ihrer Unternehmenskommunikation – los geht's auf www.infopaq.de