

# Gerhard Pfeffer

## Zusammenstellung der Texte

Tobias Liebert (T.L.), Günter Bentele (G.BE.)

### Inhalt:

1 Einführung .....	2
1.1 Der lebenslange Branchenbeobachter .....	2
1.2 Der vielseitige PR-Arbeiter .....	2
1.3 Kommunikativ-mediale und berufsständisch-organisatorische Entwicklung in der PR ..	2
1.4 Ein Leben für die PR und der Mensch Pfeffer – ausgewählte Würdigungen .....	3
2 Jugend Pfeffers und PR-Arbeit für die Jugend .....	4
2.1 Herkunft, Ausbildung und frühe berufliche „Sackgasse“ .....	4
2.2 PR für Jugendorganisationen: erst ehrenamtlich, dann ab 1964 professionell.....	5
2.3 Öffentlichkeitsarbeit für den Bundesjugendring (bis 1970).....	6
3 PR für den Bundestag sowie Beginn fachpublizistischer und verbandlicher Tätigkeit .....	6
3.1 Öffentlichkeitsarbeit für den Deutschen Bundestag (1971-76).....	6
3.2 Fachpublizistische Mitarbeit ab Mitte der 1970er-Jahre.....	7
3.3 Erste Verbandstätigkeit .....	8
4 PR für die Wirtschaft: im Unternehmen, in der Agentur, als freier Berater .....	8
4.1 PR für Bertelsmann (1976/77).....	8
4.2 Geschäftsleitungsmitglied der Kölner PR-Agentur Fripress (1977-1984) .....	9
4.3 Projekte der Kölner PR-Agentur (1977-1984) .....	9
4.4 Selbstständige PR-Beratung ab 1984.....	10
5 Geschäftsführende Tätigkeiten für PR-Verbände (ab 1984).....	10
5.1 Geschäftsführer der DPRG ab 1984 .....	10
5.2 Geschäftsführer der DPRG bis 1992 .....	11
5.3 Publizistische Aktivitäten.....	11
5.4 Beispiele aus der Geschäftsführertätigkeit (1986, 1987, 1988) .....	12
5.5 Ende der Geschäftsführertätigkeit für die DPRG .....	13
5.6 Weitere Verbandstätigkeiten bei der GPRA und der DAPR.....	14
6 Selbstständiger PR-Berater und Branchenbeobachter (Fortsetzung ab 1992/93) .....	15
6.1 Fortsetzung der selbstständigen PR-Beratungstätigkeit.....	15
6.2 Intensivierung der fachpublizistischen Autoren-, Herausgeber- und Redaktionstätigkeit .....	15
7 Perfektionierung des PR-Agentur-Rankings und Implementierung in der Branche .....	16
7.1 Pfeffer entwickelte sich zum Fachmann für Agenturvergleiche .....	16
7.2 Pfeffers Rankings werden heiß ersehnt und zugleich kritisiert .....	17
7.3 Pfeffers Rankings sind nicht mehr wegzudenken.....	17
8 Entwicklung des führenden Online-Branchenmediums für PR .....	18
8.1 PR-Portal (seit 2002) und PR-Journal (seit 2004) .....	18
8.2 Pfeffers Informations- und Serviceangebot für die Branche.....	19
8.3 Pfeffer am Puls der PR-Dienstleister und „Salz in der Branchensuppe“ .....	19

---

8.4 PR-Journal auf dem Weg in die Zukunft .....	20
8.5 Weitere Aktivitäten seit 2004.....	20
9 Pfeffer wurde zu einer „Institution“ der PR-Branche.....	21
9.1 Jubiläumsjahr 2009 .....	21
9.2 Jubiläumsjahr 2014.....	21
9.3 „Pfeffer“ als Personenmarke .....	22
10 Zusammenfassung: Gerhard Pfeffer – ein „Motor der PR-Branche“ .....	22
10.1 Pfeffer als „Treiber der PR“ .....	22
10.2 Pfeffer als Beziehungspfleger und Netzwerker .....	23
11 Anhang.....	23
11.1 Die Autoren der Texte über Gerhard Pfeffer.....	23
11.2 Literaturverzeichnis .....	23

# 1 Einführung

## 1.1 Der lebenslange Branchenbeobachter

Gerhard (A.) Pfeffer, geboren im Jahr 1944, hat viele Jahrzehnte bundesdeutscher PR mitgestaltet und heute (Stand Anfang 2024), kurz vor seinem 80. Geburtstag, noch immer sein „Ohr“ an der Branche. Zu seinem 75. Geburtstag 2019 – wie auch schon zu seinem 70. im Jahr 2014 – gingen viele Glückwünsche ein und wurden würdige Artikel verfasst. In einem Interview, geführt 2020 vom Herausgeber des PR-Museums Günter Bentele, gibt Gerhard Pfeffer umfassenden Einblick in seine berufliche Laufbahn, seine Begegnungen mit anderen Zeitzeugen – die daraus erwachsenden Informationen können gar nicht alles in einer Abhandlung über *sein* Leben gewürdigt werden – und oftmals auch in konkrete Umstände des Wechsels beruflicher Stationen. Darauf gehen wir im Folgenden an vielen Stellen und auch am Schluss ein.

Ein eher kurzer, prägnanter und doch fast „vollständiger“ Lebenslauf mit den wichtigsten Lebensstationen und -leistungen erschien u.a. 2014 (Dillmann 24.02.2014). Schon daraus wird eine *zentrale berufliche Stärke* deutlich: Gerhard A. Pfeffer berichtet und schreibt nicht nur – vor allem ab 2004 in seinem eigenen „PR-Journal“ – über die gesamte PR-Branche. Dies hat er zudem schon zuvor in mehreren professionellen Kommunikationsrollen getan (Autor, Redakteur, Herausgeber etc.), was sicherlich seinen Erfolg als selbstständiger Branchenbeobachter und Kommunikationsunternehmer wesentlich begünstigt hat.

## 1.2 Der vielseitige PR-Arbeiter

Vor allem aber hat Pfeffer *in allen wesentlichen Praxisfeldern selbst PR-Arbeit geleistet*: in der staatlichen Öffentlichkeitsarbeit (Bundestag) von 1971 bis 1976, in der unternehmerischen PR (angestellt allerdings nur kurz 1976/77, aber umso mehr als quasi lebenslanger freier Berater), im PR-Agenturgewerbe von 1977 bis 1984 und im Verbandswesen von 1964 bis 1970 (Bundesjugendring) bzw. von 1984 bis 1992/93 (PR-Verbände). Daraus erklären sich seine generalistischen und zugleich detaillierten Kenntnisse und Erfahrungen sowie seine umfangreichen Beziehungen.

Trotz dieser vielseitigen Praxisfelder sieht Pfeffer in der Öffentlichkeitsarbeit viel Allgemeines und Kontinuierliches. Der *PR-Beruf* habe sich in seinen Grundzügen innerhalb der letzten Jahrzehnte wenig geändert, schrieb Gerhard A. Pfeffer 2014. Das folgende Zitat aus dem Jahre 1970 könne man „fast auch heute noch so sagen“:

„Alles in allem: der PR-Beruf ist vielseitiger als der journalistische Beruf. Er umfasst eine ständige unterrichtende, beratende, forschende und erzieherische Tätigkeit – wobei Gewandtheit in Wort und Schrift natürlich nicht fehlen dürfen.“ (Sabine Schürer-Wagner, Pressereferentin in der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände [BDA] in Köln 1970. Zitiert nach Pfeffer 2014/12)

## 1.3 Kommunikativ-mediale und berufsständisch-organisatorische Entwicklung in der PR

Aber es sei „natürlich eine Menge an neuen Aufgaben und praktischen Umsetzungen und vor allem an theoretischem Wissen hinzugekommen. Und in den letzten Jahren gab es eine rasan-

te Weiterentwicklung: der Quantensprung durch die Onlinekommunikation, das Internet und Social Media.“ Mittlerweile sind auch Techniken der Künstlichen Intelligenz (KI) hinzugekommen. Dadurch werde auch „das Bild der und über die Public Relations unschärfer“. Und deshalb sei es gut so – und da wären wir wieder bei der schließlichen *Lebensmission von Gerhard A. Pfeffer* –, dass Branche und Berufsverband „kritisch von Branchenbeobachtern in den Kommunikationsmedien ‚begleitet‘“ werden. (Pfeffer 2014/12)

Welches sind die *Organisationen im Berufsfeld*, die es zu „begleiten“ gelte? Über viele Jahrzehnte von Pfeffers Wirken war dies vor allem die bereits 1958 gegründete<sup>1</sup> *Deutsche Public Relations Gesellschaft* (DPRG). In der Gegenwart zeigt sich die Verbandslandschaft deutlich differenzierter:

„Neben der DPRG, die von Mitte der 1990er Jahre an zunehmend ihren Brancheneinfluss verlor, heute ca. 2.700 Mitglieder (2014) bindet und auf eine wechselvolle Geschichte zurückblickt, entstand 1973 mit der *Gesellschaft Public Relations Agenturen* (GPRA) ein Wirtschaftsverband zur Organisation und Vertretung der Interessen ‚führender PR-Agenturen‘, wie es in der Selbstdarstellung heißt, dem heute 29 Agenturen angehören (2014). Ein 1990 gegründeter *Deutscher Verband für Public Relations* (DVPR), der ein ‚moderner PR-Verband abseits von Gutsherrenart und überflüssigem Elitedenken‘ sein wollte, trat nie wirklich in Erscheinung. Erfolgreich entwickelt sich dagegen der 2003 gegründete *Bundesverband deutscher Pressesprecher* (BdP), der heute von seiner Mitgliederzahl her mit ca. 4.200 Mitgliedern (2014) der stärkste Branchenverband und mit einem *Kommunikationskongress* die derzeit wohl wichtigste Branchenveranstaltung ausrichtet. Rückläufig entwickelt hat sich demgegenüber die Zahl der PR-Leute, der *Deutsche Journalistenverband* (djuv), Fachausschuss Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (früher: Journalisten in Wirtschaft und Verwaltung), unter seinem Dach versammelt; sie beträgt nach Verbandsangaben derzeit ca. 3.700 (2014). Zu den verbandsübergreifenden Aktivitäten gehört der Betrieb des *Deutschen Rats für Public Relations* (DRPR) als Organ der freiwilligen Selbstkontrolle der PR-Leute in Deutschland, der im Dezember 2012 einen neuen Kommunikationskodex verabschiedet hat.“ (Szyszka 2015, S. 499; der BdP ist heute BdKom, also Bundesverband der Kommunikatoren)

## 1.4 Ein Leben für die PR und der Mensch Pfeffer – ausgewählte Würdigungen

### *Einsatz für PR-Verbände*

Die *Gesellschaft Public Relations Agenturen* (GPRA) – der Wirtschaftsverband großer Agenturen – gratulierte Gerhard Pfeffer zu seinem 75. Geburtstag am 12. Februar 2019. Wie Günther Thiele, der am gleichen Tag 85 Jahre alt wurde, arbeitete Pfeffer im Verband „und war im gleichen Zeitraum (also 1986-1990, aber noch drei Jahre länger bis 1993 – T.L.) als Geschäftsführer tätig“.

„Neben der Professionalisierung des PR-Berufsstandes war ihm vor allem die Nachwuchsförderung ein großes Anliegen – und ist es bis heute. Nicht zuletzt deswegen hat er als Herausgeber des PR-Journals gemeinsam mit diesem eine Plattform für den PR-Nachwuchs etabliert.“ (GPRA 2019)

GPRA-Chairman Uwe Kohrs beschreibt die PR-Branche als sehr auseinandersetzungsfreudig und Pfeffer als einen der *Protagonisten* darin:

---

<sup>1</sup> Vgl. dazu Szyszka 2015, S. 498 oder Tebrake 2019, S. 184ff.

„Dabei wurde sich im Infight um die zukunftsweisenden Themen nichts geschenkt und auch vor persönlichen Zerwürfnissen nicht Halt gemacht. Kurzum, die PR war über viele Jahre eine streitbare Zunft mit teilweise hohem Unterhaltungswert. (...) Einer der mit seinen Überzeugungen nie einem Streit aus dem Weg gegangen ist, dessen Stimme immer laut und deutlich zu vernehmen war und den man ob seiner Statur auch kaum übersehen konnte, ist Gerhard Pfeffer. Es gibt wenige, die über einen so langen Zeitraum die Entwicklung der Branche begleitet und mitgestaltet haben wie er. (...) Viele Initiativen und Projekte basieren auf seinen manchmal unkonventionellen Ideen, die er mit großer Verve anstößt und die Fähigkeit besitzt, dann die richtigen Köpfe zusammen zu bringen und bei Bedarf auch ausdauernd zu nerven, damit die Dinge umgesetzt werden. (...) Aber viele notwendige Kämpfe sind eben bestanden, die PR ist heute eine anerkannte Disziplin, die schwarzen Schafe sind an den Rand gedrängt, die Standards in der Ausbildung sind hoch und viele in der Vergangenheit geschlagene Wunden sind verheilt. Wir alle profitieren von dieser Entwicklung, für die Gerhard Pfeffer mit Erfolg gestritten hat.“ (Kohrs 2019)

### *Die Persönlichkeit Gerhard Pfeffer*

Viele seiner Gesprächspartner – wie hier ein Berliner Akademieleiter – zeigen sich „beeindruckt von so viel Insiderwissen, so viel Gesamtüberblick und so viel Meinungsstärke“. Und auch als *Mensch*, als *Schwabe im Rheinland*, kann Pfeffer von sich einnehmen. Der hauptstädtische Akademiechef auf „Antrittsbesuch“ beim „Pfeffer“:

„Hatte ich geahnt, dass der Nabel der PR-Welt im beschaulichen Siegburg liegt? Nie und nimmer. (...) Dort wurde ich mehr als belohnt: Anhand eines (ungemein leckeren!) Stücks Apfelkuchen erklärte mir Gerhard Pfeffer im Innenhof eines malerischen Ausflugslokals sowohl die PR-Szene als auch gleich ihre Geschichte inklusive sämtlicher Verwerfungen.“ (Arns 2016)

Ein PR-Kollege schreibt über Pfeffer als Menschen mit „Ecken und Kanten, mit Leidenschaft für die PR und große Offenheit für Themen jenseits der PR“. Er erinnert sich an seine Erstbegegnung mit Gerhard Pfeffer in Leipzig vor einer Veranstaltung, „weil sie mit einer spezifischen Atmosphäre verbunden“ war.

„Wir nutzten die verbleibende Zeit für einen Besuch der nahen Thomaskirche. Beim Austausch über die Verbindung von Musik und Kommunikation, inspiriert durch die Wirkungsstätte des berühmten Thomaskantors Johann Sebastian Bach, lernten wir rasch, welche Werte und Haltungen den anderen jenseits der PR-fachlichen Expertise ausmachen, was ihn antreibt und welche Themen und Lebenserfahrungen uns verbinden.“ (Griepentrog 2019)

Auf *weitere Stimmen* zu Pfeffer insbesondere anlässlich seiner persönlichen bzw. professionellen Jubiläen gehen wir am *Schluss der Abhandlung* ein.

## **2 Jugend Pfeffers und PR-Arbeit für die Jugend**

### **2.1 Herkunft, Ausbildung und frühe berufliche „Sackgasse“**

Gerhard Pfeffer (häufig auch Gerhard A. Pfeffer) wurde am 12. Februar 1944, also in Kriegzeiten, in Stuttgart-Bad Cannstatt geboren. Sein Vater war Polizeibeamter, in der Gewerkschaft aktiv und SPD-nah (Pfeffer 2020, 00:11:30). Der junge Gerhard hatte zwei jüngere Geschwister und besuchte von 1950 bis 1954 die Volksschule in Waiblingen, anschließend das dortige Gymnasium. Er bekam eine „schwäbisch-evangelische Erziehung“ (Pfeffer 2020,

01:40:00). 1960 schloss er mit der *Mittleren Reife* ab. Seine Schulzeit fiel also in die bundesdeutsche „Wirtschaftswunder“-Ära.

Zunächst schickte er sich an, einen so genannten ordentlichen Beruf zu erlangen und in Schwaben Fuß zu fassen. Von 1960 bis 1963 absolvierte er eine Lehre als Bankkaufmann bei der *Volksbank eG* in Waiblingen. Berufsschule und IHK-Prüfung schloss er jeweils mit der Gesamtnote „gut“ ab, damit wurde er Jahrgangsbester der Volksbank.

Anschließend, von 1963 bis 1964, arbeitete er als Bankkaufmann bei der *Fellbacher Bank eG* in Fellbach. Für sein weiteres Berufsleben sollte allerdings nicht dieser Start im genossenschaftlichen Bankwesen ausschlaggebend sein. Ihm war die Arbeit in der Bank „nicht lebendig genug“, wie er im Gespräch mit Günter Bentele bekannte (Pfeffer 2020, 00:06:40). Prägend wurde vielmehr seine außerschulische bzw. außerberufliche Tätigkeit. Mehrere Jahre leistete er ehrenamtliche Jugendarbeit, die Wurzeln lagen dabei in der *evangelischen Jugendorganisation*.

## 2.2 PR für Jugendorganisationen: erst ehrenamtlich, dann ab 1964 professionell

1964 – genau am 1. April<sup>2</sup> – begann Gerhard A. Pfeffer als Referent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des *Deutschen Bundesjugendrings e.V.* (DBJR) in Bonn zu arbeiten (PR-Journal 08.02.2019 bzw. 13.04.2009).

Damit knüpfte er beruflich an seine frühe, seit dem 16. Lebensjahr ausgeübte *ehrenamtliche Jugendarbeit* an, die stets eine kommunikativ-mediale Ausrichtung hatte. In Waiblingen, seinem Schulort, war er bis zum 20. Lebensjahr aktiv tätig, als Leiter der Jungenschaft und *Pressewart* des CVJM (*Christlicher Verein Junger Menschen*) sowie als *Pressewart* und *Vorsitzender*<sup>3</sup> des Stadtjugendrings. Er habe immer schon „gern geschrieben“, erinnert er sich (Pfeffer 2020, 00:05:00ff.). Pfeffer geht auch in seinem „Lebenslauf“ darauf ein:

„Ich wollte eigentlich ein Zeitungs-Volontariat beginnen, konnte aber hauptberuflich direkt in die Öffentlichkeitsarbeit überwechseln. Dabei kam mir zugute, dass ich nach meiner Schülerzeitungsarbeit für drei Lokalredaktionen vier Jahre lang nebenberuflich journalistisch gearbeitet habe.“ (Pfeffer o.J.)

Mit seinen Tätigkeiten als *Pressewart* (= PR) und für Lokalzeitungen (= Journalismus) lernte Pfeffer frühzeitig die „zwei Seiten des Schreibtisches“ öffentlicher Kommunikation kennen. Von der lokalen Kreiszeitung, mit der er eng zusammenarbeitete, wurde er im journalistischen Handwerkszeug „gebimst“, „fast wie in einem Volontariat“. Eines Tages – im Alter von 19 Jahren – erhielt er über seine Jugendorganisation eine Ausschreibung für eine neu geschaffene PR-Stelle des DJBR in Bonn, die eine Kombination von Presse-, Verbands- und Jugendarbeit darstellte. Der junge Gerhard Pfeffer bewarb sich mutig und wurde Zweitplatzierte. Er hatte schließlich auch Glück, denn der Erstplatzierte trat zurück, weil dessen Frau nicht mit nach Bonn wollte. Pfeffer griff zu, obwohl er zwischenzeitlich auch schon ein Volontariat bei der Zeitung abgesprochen hatte.

<sup>2</sup> Oder an einem Montag, dem 13. April (dazu gibt es im PR-Journal, seinem Hausmedium, unterschiedliche Angaben). Im Interview mit Günter Bentele (Pfeffer 2020, 00:06:50) spricht er selbst vom 1. April 1964.

<sup>3</sup> Sein Vorgänger als Vorsitzender war übrigens Alfred Biolek, der dann zum ZDF ging (Pfeffer 2020, 00:05:50).

## 2.3 Öffentlichkeitsarbeit für den Bundesjugendring (bis 1970)

Eingestellt wurde er vom damaligen (bis 1965) DJBR-Hauptgeschäftsführer Heinz Westphal (geb. 1924, gest. 1998; SPD), der später, 1982, Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung und von 1983 bis 1990 Vizepräsident des Deutschen Bundestages wurde. (Pfeffer 2020, 00:05:30ff., 00:07:10ff., 00:11:00ff.)<sup>4</sup>

Da das Referat beim DJBR erst neu aufgebaut werden musste, verlief dort viel nach dem Prinzip *Learning by Doing*. Er nahm an Gremiensitzungen teil, schrieb Pressemitteilungen, hielt Kontakt zu den Medien, zu den Presse- und Jugendfunkredaktionen sowie Jugendzeitschriften und machte für viele Jugend-Veranstaltungen bzw. Veranstaltungsteilnahmen im In- und Ausland – 1968 zum Beispiel für einen Delegiertentag in der Frankfurter Paulskirche oder bei den Weltjugendfestspielen in Sofia – die begleitende Medienarbeit. (Pfeffer 2020, 00:08:50ff.)

In seiner professionellen PR-Arbeit initiierte er auch gemeinsam mit Kollegen und Kolleginnen von Jugendmedien den *Jugendpresseclub e.V.* in Bonn, dessen Gründungsmitglied und Geschäftsführer er war. Pfeffer erinnert sich noch heute gern, so im Gespräch mit Günter Bentele, an die „freie“ sowie „vielfältige“ Jugendarbeit und wie er sich dabei „selbst verwirklichen“ konnte. (Pfeffer 2020, 00:10:50ff.)

Seine frühen Erfahrungen mit *Organisationsarbeit* und *Geschäftsführungstätigkeiten* sollten ihm auch künftig noch von Nutzen sein. Und sein positiver Draht *zur Jugend* wirkte sich auch später auf seine Nachwuchsförderung aus. Beim Bundesjugendring arbeitete er bis 1970. Es wurde Zeit für neue berufliche Erfahrungen, zumal sich 1969 auch sein privates Leben verändert hatte: Seitdem ist Gerhard A. Pfeffer mit seiner Frau Margitta, geboren 1945 in Leipzig, verheiratet.<sup>5</sup> Er bezeichnet sich selbst als „sehr familiären Menschen“, der seiner Frau viel zu verdanken hat (Pfeffer 2020, 00:14:20).

## 3 PR für den Bundestag sowie Beginn fachpublizistischer und verbandlicher Tätigkeit

### 3.1 Öffentlichkeitsarbeit für den Deutschen Bundestag (1971-76)

Im Herbst 1970 wurde das „Presse- und Informationszentrum (PZ) des Deutschen Bundestages“ gegründet, international gesehen vergleichsweise spät. Es sollte „Öffentlichkeitsarbeit für alle Fraktionen (...), also auch für die Opposition, betreiben“. Vorher – seit 1949 – gab es nur eine Pressestelle mit drei Mitarbeitern, die vor allem für den Bundestagspräsidenten da waren, und einen Besucherdienst. „Das Parlaments-PZ verfügt über 40 Planstellen“. Eine davon, die eines Referenten im „Referat Öffentlichkeitsarbeit im PZ“, nahm von 1971 bis 1976

---

<sup>4</sup> Nicht zuletzt unter dem Eindruck der Persönlichkeit Heinz Westphals trat Gerhard Pfeffer in die SPD ein, wengleich er zuvor auch mit der FDP geliebäugelt hatte. Pfeffer charakterisiert sich selbst als „Linksliberalen“. (Pfeffer 2020, 00:12:45) Für die SPD – wie auch für Gewerkschaften – hat er sich viele Male engagiert. Beispielsweise war er während seiner beruflichen Tätigkeit in der Bundestagsverwaltung Vorsitzender der SPD-Betriebsgruppe und der Gewerkschaft ÖTV. Sein Pendant im Bundespressamt war „übrigens ein gewisser Günter Guillaume“, also der DDR-Spion (geb. 1927, gest. 1995), der Bundeskanzler Willy Brandt von der SPD – dessen persönlicher Referent er von 1972 bis 1974 war – zu Fall brachte. (Pfeffer 2020, 01:06:00) In den PR-Verbänden, für die Pfeffer u.a. tätig war, sei aber keine Partei-, sondern berufsständische Politik gemacht worden. Dort „habe ich meine SPD-Dinge nicht rausgehängt“. (Pfeffer 2020, 01:03:00)

<sup>5</sup> Das Ehepaar hat drei Kinder. Vgl. Pfeffer o.J.

Gerhard A. Pfeffer ein.<sup>6</sup> Sein Referat PZ 3, zu dem auch der Besucherdienst gehörte, war eines von dreien, neben „Presse/Rundfunk/Fernsehen“ (PZ 1) und „Parlamentskorrespondenz“ (PZ 2). Das Referat PZ 3 gab Schriftenreihen, Magazine, Faltblätter, „Wandzeitungen“, Filme bzw. „Tonbildschauen“ etc. heraus und veranstaltete Informationstagungen sowie Ausstellungen. (Pfeffer 1976, S. 38f. Vgl. auch Pfeffer 2020, 00:15:40ff.)

Auch hier musste und konnte Pfeffer wieder „Aufbauarbeit“ leisten, denn wie seinerzeit beim Bundesjugendring war Pfeffers Position neu geschaffen worden.<sup>7</sup> Obwohl unter ihrem CDU-Vorgänger Kai-Uwe von Hassel ins Amt geholt, war Pfeffer eng mit der Bundestagspräsidentin (1972-76, danach bis 1990 Vizepräsidentin) *Annemarie Renger* (geb. 1919, gest. 2008; SPD) verbunden. Für sie hat er u.a. auch Reden geschrieben. Als Mitglied einer „Task Force“ zu ihrer PR-Begleitung entwickelte er die Idee von „Bürgergesprächen“ bzw. „Bürgerreisen“ durch ganz Deutschland. Es ging darum, die „Präsidentin des Volkes unters Volk (zu) bringen“, gerade auch in Regionen, wo Persönlichkeiten der SPD nicht unbedingt auf massenhafte Sympathie zählen konnten. Eine Teilmaßnahme bildete es, die jungen und alten Generationen ins Gespräch miteinander und mit der Präsidentin zu bringen – ideal klappte es auf einer Schiffsfahrt über den Bodensee. Diese „Generationengespräche“ fanden auch Widerhall in den Medien. (Pfeffer 2020, 01:05:00ff.)

Pfeffer war *publizistisch sehr umtriebig*. Das „PR-Magazin“ ist ein fachjournalistischer Beobachter von Kommunikationsmanagement und -branche seit Jahrzehnten. 1976 befand es, dass in Sachbüchern und Fachzeitschriften zwar genügend über PR „in Wirtschaft und Industrie sowie deren Verbänden (zu) lesen“ sei, aber selten etwas zur „Öffentlichkeitsarbeit in Verwaltungen sowie gesellschaftlich relevanten Institutionen und Organisationen“. Deshalb startete die Fachzeitschrift eine Artikelserie über diese PR-Praxisfelder. „Für die Betreuung dieser Serie (...) hat sich der Journalist und Öffentlichkeitsarbeiter Gerhard A. Pfeffer bereit erklärt“, heißt es im Heft 3 des Jahres '76. Pfeffer, fünf Jahre lang – von 1971 bis 1976 – Referent für *Öffentlichkeitsarbeit* beim *Deutschen Bundestages* in Bonn, schrieb gleich den ersten Beitrag zur Serie, natürlich über PR des Parlaments. Der folgende Aufsatz der Serie, von einem Gastautor, handelte über die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung.

### 3.2 Fachpublizistische Mitarbeit ab Mitte der 1970er-Jahre

In Pfeffers Abhandlung erfährt man Fakten und Aussagen zu Grundverständnis bzw. normativen Grundlagen, Geschichte, Aufgaben, Organisation, Etats und Problemen der Öffentlichkeitsarbeit des „Hohen Hauses“. Eugen Gerstenmaier (geb. 1906, gest. 1986; CDU), Bundestagspräsident von 1954 bis 1969, habe gemeint, „auf Öffentlichkeitsarbeit für das Parlament verzichten zu können“. „Erst im Zuge der Parlamentsreform unter Präsident (1969-72) Kai-Uwe von Hassel (geb. 1913, gest. 1997; CDU) wurden Konzepte entwickelt, um durch PR für den Bundestag, die Legislative, ein Gegengewicht zur Exekutive zu schaffen (in diesem Fall zum Presse- und Informationsamt der Bundesregierung).“ (Pfeffer 1976, S. 38f.) Interessant auch die historische Einschätzung von Pfeffer zur generellen Bedeutung von PR im „politische(n) Bereich“:

---

<sup>6</sup> Vgl. Pfeffer o.J.

<sup>7</sup> Auf die Stelle aufmerksam geworden war Pfeffer durch den ebenfalls neuen Referatsleiter, einen aktiven Jungsozialisten und SPD-Mitglied, später auch Abgeordneter. Der Referatsleiter war vorher Pressesprecher des seit 1954 bestehenden überparteilichen Kuratoriums „Unteilbares Deutschland“ (Pfeffer 2020; 00:18:00), einer „Volksbewegung für die Wiedervereinigung“, die aber ein „Zusammenschluss von Honoratioren“ blieb (Meyer 2014).

„Besonders in Westeuropa wurde die Abstinenz in der politischen Öffentlichkeitsarbeit damit bekundet, dass sich Public Relations aus der Mitwirkung bei politischen Fragen heraushalten müssten, da sie sonst Gefahr liefen, zu bloßer Propaganda zu werden. (...) Heute wird allerdings politische PR-Arbeit als gesellschaftspolitische, demokratische Vertrauenspflege verstanden.“ (Pfeffer 1976, S. 39)

Pfeffers Tätigkeit als Autor und Serienbetreuer für das PR-Magazin stellt nur ein Beispiel für seine „freie journalistische Mitarbeit bei Medien der Kommunikationsbranche“ dar, die ca. Mitte der 1970er-Jahre begann. Er schrieb auch für „InSight“ (ebenfalls Verlag Rommerskirchen, Remagen-Rolandseck), „PRR PR-Report“ und „Dialog“ (MFU-Verlag, Hamburg), „Horizont“ (Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main) sowie „id Informationsdienst Unternehmensführung“ (Verlag Reineke & Partner, Heidelberg). (Pfeffer o.J.) Die dabei gesammelten Erfahrungen, Informationen und Kontakte sollten ihm später auch bei der Herausgabe eigener Medienprodukte hilfreich sein.

### 3.3 Erste Verbandstätigkeit

Mitte der 1970er-Jahre kam Gerhard Pfeffer auch in Kontakt zum *Berufsverband DPRG*. Dies ergab sich schon während seiner Tätigkeit beim Bundestag, bei der er auf eine Mitgliedschaft angesprochen wurde. Zwei Bürgen fanden sich schnell und so wurde er ca. 1976 Mitglied in der DPRG, besuchte auch deren Veranstaltungen im Landesverband NRW.

Später wirkte er in einem „Arbeitskreis zur Neustrukturierung der DPRG“, was ihn dann auch für den Geschäftsführerposten in der DPRG ab 1984 interessant machen sollte. (Pfeffer 2020, 00:22:00).

## 4 PR für die Wirtschaft: im Unternehmen, in der Agentur, als freier Berater

### 4.1 PR für Bertelsmann (1976/77)

Von 1976 bis 1977, also nur sehr kurz, war Gerhard Pfeffer als „(s)tellv. Konzernpressesprecher und Leiter der Öffentlichkeitsarbeit für den Unternehmensbereich Buchgemeinschaften der Bertelsmann AG“ in Gütersloh tätig (Pfeffer o.J.). Den Tipp, sich bei den „Buchgemeinschaften“ vorzustellen, gab ein ehemaliger Kollege aus der Bundestagsverwaltung, der zwischenzeitlich zum *Börsenverein des Deutschen Buchhandels* nach Frankfurt/Main gewechselt war. (Pfeffer 2020, 00:25:00) Und so bewarb sich Pfeffer bei Manfred Harnischfeger (geb. 1944, gest. 2015), der seit 1972 Leiter der Bertelsmann-Pressestelle und von 1974 an drei Jahrzehnte lang Gesamtleiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Gütersloh war (Wikipedia: Manfred Harnischfeger).

Pfeffer hatte viele Kommunikations-Ideen für die „Buchgemeinschaften“ – ein Kernbereich von Bertelsmann –, die allerdings nicht immer auf Gegenliebe bei den Fachabteilungen stießen. Ein Viertel seiner Arbeitszeit war er als stellvertretender Konzernpressesprecher für Bertelsmann tätig. Am Ende scheiterte er mit seinen organisatorischen Vorstellungen, die Einbindung seiner Stelle in der Unternehmensstruktur zu verändern. Erst sein Nachfolger, Gert Schukies<sup>8</sup>, konnte dies dann später verwirklichen. (Pfeffer 2020, 00:26:00ff.)

---

<sup>8</sup> Schukies war später dann – wie übrigens auch Harnischfeger – Kommunikationschef bei der Post.

## 4.2 Geschäftsleitungsmitglied der Kölner PR-Agentur Fripress (1977-1984)

1977 war Pfeffer immerhin schon so bekannt, dass er der Fachpresse eine Personalnotiz wert war:

„Gerhard A. Pfeffer, bisher in der Zentralen Presse- und Informationsabteilung der Bertelsmann AG in Gütersloh tätig, tritt am 1. August 1977 in die Geschäftsleitung der Kölner PR-Agentur FRIPRESS GmbH ein.“ (PR-Magazin 1977/4)

Auf die Agentur aufmerksam wurde er über den *Verlag Rommerskirchen*, an dessen Publikation *PR-Magazin* Pfeffer gelegentlich mitarbeitete. *FPR Fripress*, schon 1955 gegründet, war nach Pfeffers Aussage eine der ersten PR-Agenturen in der Bundesrepublik und eine Tochter einer *Mediaagentur* namens *Ariston*.<sup>9</sup> Als Gründerin fungierte eine Hildegard (geborene Springer) bzw. (verheiratete) Fritzsche, daher der Agenturname *Fripress*. Ihr Mann, Hans Fritzsche (geb. 1900, gest. 1953), war Funktionär und Radiokommentator in Goebbels' Propagandaapparat gewesen.<sup>10</sup> *Fripress* suchte 1977 für ihren Geschäftsführer Hermann Fidow, der ebenfalls bereits in der NS-Zeit publizistisch aktiv war und zwischenzeitlich im achten Lebensjahrzehnt, einen Nachfolger. Zudem wollte sich der Schweizer Käufer von *Ariston*, Rudolf Wächter, mit neuen Leuten von personellen Kontinuitäten in die braune Vergangenheit lösen. Pfeffer modernisierte die Geschäftsgebaren und setzte dann auch durch, dass *Fripress als PR-Agentur* aus der *Mediaagentur Ariston* herausgelöst wurde. (Pfeffer 2020, 00:32:00ff.)

## 4.3 Projekte der Kölner PR-Agentur (1977-1984)

In der Kölner Agentur führte er PR-Beratungen für verschiedenste Unternehmen und Organisationen durch, u.a.: *Ruhrkohle AG* in Essen (1977-84), *Gemeinschaftsdienst der Deutschen Pfandbriefanstalten* in Frankfurt/Main (1977-82), *Horten AG* in Düsseldorf (1979-84), *Uniroyal GmbH* in Aachen (1979-84), *Verband der Kunststoffindustrie* in Frankfurt/M., *Verband der praktischen Ärzte* in Bonn, *Nokia Deutschland GmbH* in Starnberg, *Institut für Zweiradsicherheit* in Bochum, *Sulzer AG* in St. Gallen, *Pharma-Sanol/Schwarz* in Monheim und weitere. (Pfeffer o.J.) Mit dem durch Diversifizierung des Kundenkreises erreichten Honorarvolumen (Steigerung von anfangs 300.000 DM auf 1,2 Millionen DM) konnte Gerhard Pfeffer die *Agentur Fripress PR* in die GPRA bringen, den Wirtschaftsverband führender Agenturen. Dadurch lernte er dann auch die GPRA von innen kennen. (Pfeffer 2020, 00:37:10)

Bei der Beratungstätigkeit für die *Ruhrkohle AG in Essen* – den anfänglichen Hauptkunden – traf Pfeffer auch Klaus Kocks, der 1981 seine PR-Laufbahn als Ghostwriter des CEO anfang und später Volkswagen-Vorstand für Kommunikation wurde. Kocks erinnert sich:

---

<sup>9</sup> Eine *Ariston* gab es auch bis vor kurzem noch: „Ariston Media Service bietet plant und entwickelt crossmedial vernetzte, plattformübergreifende Kampagnen: ob B2B oder B2C, ob national oder international, ob Offline oder Online, ob Social oder Performance.“ (<https://www.ariston-media-service.koeln/leistungen/> Abruf am 5. Februar 2021) Heute ist die Website nicht mehr verfügbar (Zugriff am 5. Januar 2024).

<sup>10</sup> Auf dem Nürnberger Hauptkriegsverbrecherprozess 1946 war Fritzsche angeklagt, wurde aber freigesprochen. Er verfasste Rechtfertigungsbücher unter dem Geburtsnamen seiner Frau, weil er selbst Publikationsverbot hatte. Nach Pfeffers Angaben sei Hildegard Fritzsche Krankenschwester gewesen und habe dabei ihren (kranken) späteren Ehemann kennengelernt. Ihre Heirat war erst 1951. Wikipedia schreibt allerdings, dass Hildegard Springer „selbst im Propagandaministerium tätig gewesen“ sei. Und: „In den frühen 1950er Jahren gehörte Fritzsche dem Naumann-Kreis an, einer Gruppe exponierter Nationalsozialisten, die das Ziel hatten, die FDP nationalsozialistisch zu unterwandern.“ ([https://de.wikipedia.org/wiki/Hans\\_Fritzsche](https://de.wikipedia.org/wiki/Hans_Fritzsche) Abruf am 5. Februar 2021)

„Ich hatte damals, zu allem bereit, aber zu nichts in der Lage, keine Ahnung (...) was PR ist, gar keine. Den ersten PR-Manager meines Lebens traf ich dort als deren Berater. Er hieß Gerhard Pfeffer. Das ist fast vierzig Jahre her und Pfeffer hatte schon einen Namen.“ (Kocks 2019)

Diese Beratungstätigkeit für die *Agentur Fripress PR* übte Pfeffer bis 1984 aus. Dabei spielte auch eine Auseinanderbewegung der Ansichten zwischen dem Eigentümer *Wächter* und ihm eine Rolle. Pfeffer schied mit Abfindung aus und ging in die Selbstständigkeit. (Pfeffer 2020, 00:38:10) Dabei konnte er teilweise Beratungsmandate fortführen. Zum Beispiel betrifft dies sein Engagement für den *Verband der deutschen Salzindustrie* (VDS) in Bonn von 1984 bis 1986. Für den VDS sowie IDS/Deutsche Solvay in Solingen und Bonn war er bereits unter der Agentur Fripress PR von 1977 bis 1984 tätig.

#### 4.4 Selbstständige PR-Beratung ab 1984

Seit 1984 profilierte sich Gerhard A. Pfeffer als *selbstständiger PR-Berater* mit Büros in Siegburg (bis 1994 in Bonn) und Hennef/Sieg. Dabei konnte er durchaus an frühere Tätigkeiten und Erfahrungen *anknüpfen*. Das betraf neben der bereits erwähnten Salzindustrie auch die Jugendpublizistik: Zwischen 1984 und 1989 gab er heraus und redigierte den *Informationsdienst* „JugendpresseJournal“ und verschiedene *Jugendmessezeitungen*.

In Bonn betrieb er von 1984 bis 2006 bei „Parlamente(n), Ministerien, Pressekonferenzen, Verbände(n), Botschaften (...) Lobbyarbeit“. U.a. beriet er die Bundesarbeitsgemeinschaft der *Freien Wohlfahrtspflege* (BAGFW) in Bonn, so auch zum Thema Wohlfahrtsbriefmarken<sup>11</sup>, von 1985 bis 1994. Im Jahr 1986 kam die Deutsche Lufthansa AG in Köln und Frankfurt/Main hinzu (bis 1988), dabei ging es um die *Mitarbeiterinformation*. Ebenfalls 1986 begann eine freie PR-Mitarbeit beim IFEP *Institut für empirische Psychologie GmbH* in Köln (bis 1995). Von 1988 bis 2006 führte er „Personal- und Kommunikations-(Projekt-)Beratung für Agenturen sowie Unternehmen, Verbände, Behörden und Institutionen“ aus. (Pfeffer o.J.)

Ab 1986 wirkte er auch als *Dozent*, organisierte Seminare und hielt Vorträge. Seine Themen lauteten vor allem: Praktische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Verbandsarbeit und Kommunikation, Mitarbeiterkommunikation, Social Communications sowie Online-Kommunikation/Multimedia/PR im Internet. (Pfeffer o.J.)

Vor allem aber engagierte sich Gerhard A. Pfeffer ab 1984 in und für PR-Verbände(n). Siehe dazu den nächsten Abschnitt.

### 5 Geschäftsführende Tätigkeiten für PR-Verbände (ab 1984)

#### 5.1 Geschäftsführer der DPRG ab 1984

1984 bezeichnete das PR-Magazin Pfeffer als einen „seit über zwanzig Jahren in der Branche erfahrenen PR-Fachmann“, zuletzt seit sieben Jahren bei der Kölner PR-Agentur Fripress GmbH. Es vermeldete, dass Gerhard A. Pfeffer ab 1. September zum neuen Geschäftsführer des Berufsverbandes DPRG („Deutsche Public Relations Gesellschaft“) berufen wurde. Bis Ende August nahm noch Hannah Hammersen diese Stelle kommissarisch ein. (PR-Magazin 1984)

---

<sup>11</sup> Bei der Gelegenheit sei erwähnt, dass „Briefmarken- und Münzensammeln“, neben „Lesen“, „Computer/Internet“ und „Lego-Bausätze(n)“, zu den Hobbys von Gerhard A. Pfeffer gehören (Pfeffer o.J.).

Die DPRG war bereits 1958 gegründet worden. Allerdings zeigte sich PR-Nestor Albert Oeckl noch 1985 „besonders betrübt“, „dass der Ausbau der DPRG in eine effiziente und für Mitglieder voll befriedigende Organisation bis heute leider nicht gelungen ist“ (zitiert nach Szyszka in PR-Report 10.04.2014). Anfang der 1980er-Jahre war die DPRG zudem „wegen finanzieller Manipulationen“ ihres seinerzeitigen Geschäftsführers in „schwere Turbulenzen“ geraten, was auch vom damaligen PR(-)R(eport) mit Chefredakteur Lorff-Kossow kommentiert wurde. (Pfeffer 2014/12, S. 45. Vgl. auch Pfeffer 2020, 00:47:00)<sup>12</sup>

Das DPRG-Präsidium plante nun, 1984, „die Bonner Geschäftsstelle Zug um Zug zu einer berufsständischen PR-Service-Zentrale auszubauen“. Dafür gab der neue Geschäftsführer Pfeffer „aus verbandspolitischen Gründen (...) sein Amt als Präsidiumsmitglied des BDW deutscher Kommunikationsverband“ auf. (PR-Magazin 1984)

## 5.2 Geschäftsführer der DPRG bis 1992

Gerhard A. Pfeffer nahm den Posten des *DPRG-Geschäftsführers* bis 1992 ein. Diese Funktion war nicht als hauptamtliche bzw. nicht als „Full-Time-Job“ konstruiert, sondern Pfeffer arbeitete auf Honorarbasis (PR-Magazin 1992/3, S. 36). Als Arbeitszeit waren drei, später vier Stunden am Tag vorgesehen (Pfeffer 2020, 0024:00). Als von ihm verantwortete Erfolge sieht er u.a.:

„Steigerung der Mitgliedschaft von 600 auf 2.300 und des ‚Umsatzes‘ von 180.000 auf 1.200.000 DM; zahlreiche Publikationen, Veranstaltungen, Aktivitäten und Initiativen, z.B. Akquisition von 1,2 Millionen DM Anzeigenerlösen für die Wirtschafts-GmbH der DPRG; Relaunch des DPRG-Preises ‚Goldene Brücke‘; Initiative für Gründung des Deutschen PR-Rates; Förderung des PR-Nachwuchses durch Tagungen und Start der DPRG-Junioren“ (Pfeffer o.J.).

Eine grundsätzlich *erfolgreiche Ausübung seiner Geschäftsführerfunktion* in der DPRG ist auch an Berichten der Fachpresse darüber zu erkennen. PR-Professor Szyszka sagte später in einer Laudatio für Pfeffer, dass mit dessen Geschäftsführertätigkeit die „eigentliche Karriere des zu Ehrenden“ begonnen habe und dieser „zum Motor der Branche“ wurde. „Unter seiner Federführung erlebte der Berufsverband bis in die frühen 90er Jahre hinein seine Blütezeit.“ (PR-Report 10.04.2014)

Pfeffer entfaltete eine beträchtliche *Verbands-PR*, so mittels Verbandsbroschüren wie Mitglieder- und Beraterverzeichnisse, Publikationen zu Themen der Jahrestagungen (Pfeffer o.J.). „Dokumentationen damaliger Jahrestagungen wie 1986 ‚Partner Journalist – mit Fragezeichen‘ oder 1988 ‚PR und die neue soziale Verantwortung‘ zeigen sein Gespür für bis heute zeitlose Branchenthemen“, würdigte Szyszka später (PR-Report 10.04.2014). Und Pfeffer agierte auch selbst in der *Fachpresse*.

## 5.3 Publizistische Aktivitäten

Für das PR-Magazin moderierte Pfeffer *Roundtable-Gespräche* zu branchen- bzw. verbandspolitisch wichtigen Fragen. Die Teilnehmerkreise klingen wie ein *Who ist Who* der seinerzei-

---

<sup>12</sup> „Dies gefiel dem damaligen (DPRG-) Präsidenten Siegfried Tausch überhaupt nicht. Vor der versammelten DPRG-Landesgruppe NRW blaffte er den anwesenden ‚Lo-Ko‘ an und bezeichnete den PRR als die ‚unwichtige, gelbe Saugpost aus Hamburg.‘“ (Pfeffer 2014/12, S. 45)

tigen PR-Branche bzw. der bundesdeutschen PR-Geschichte. Zum Beispiel ging es 1985 um das Thema „CI-Agenturen“, es nahmen neben Gerhard A. Pfeffer teil: Thomas Rommerskirchen, Nicola Keysselitz, Benno Keysselitz, Beate Fuhrmann, Günter Thiele, Michael Quandt, Hans The Rommerskirchen, Reinhard Fröhlich und Michael Schmid-Ospach (PR-Magazin 1985/1). *Corporate Identity* als sehr ganzheitliches und umfassendes Konzept stieg seinerzeit zu einem ernsthaften Diskussionsthema auf und setzte auch das Profil von Public Relations unter Druck. So kamen auch Fragen auf den runden Tisch, die noch heute diskutiert werden. Zugleich wird aber deutlich, dass damals teilweise andere Schwerpunkte gesetzt wurden.

Pfeffer fragte zum Beispiel in die Runde, ob die „Trennung zwischen PR und Werbung“ denn noch zeitgemäß sei. Günter Thiele antwortete darauf als erstes, dass (...)

„(...) die Zukunft eigentlich der Kommunikationsagentur“ gehöre. Auch beklagte er ein eingetrigtes Verständnis vieler Kunden, die PR auf „Pressearbeit“ und Werbung auf „Anzeigen“ reduzierten. Thiele, ein großes Potenzial für „PR-Anzeigen“ vor Augen, argumentierte weiter: Weil der „Einsatz von Anzeigen der Werbung zugeordnet“ wird, würden „zunehmend Werbeagenturen das tun, was bisher PR-Agenturen als ihren Bereich ansehen: nämlich institutionelle Kommunikation betreiben, Corporate Communications machen.“ (PR-Magazin 1985/1, S. 33)

1986 leitete Pfeffer ein „Roundtable“ zur *PR-Ausbildung*, der universitären und außeruniversitären. Dabei sprachen u. a. Barbara Baerns (damals Professorin an der *Ruhr-Universität Bochum*), Günter Barthenheier (Mitbegründer des *Modellversuchs Öffentlichkeitsarbeit* an der Westberliner Freien Universität) und Wolfgang Reineke (seinerzeit in der DPRG verantwortlich für Aus- und Weiterbildung). Die FU Berlin berichtete von Schwierigkeiten bei der Finanzierung des Modellversuchs. Professorin Baerns hielt die Etablierung neuer Fächer „in der gegenwärtigen Hochschullandschaft (für) äußerst schwierig“, berichtete aber von positiven Erfahrungen bei der Einbindung von Öffentlichkeitsarbeit in einen bestehenden Studiengang „Publizistik und Kommunikation“. Günther Schulze-Fürstenow – pädagogischer Leiter beim 1971 gegründeten *Deutschen Institut für Public Relations (DIPR)* Hamburg – und Klaus Dörrbecker – Leiter der *Akademie Führung und Kommunikation (AFK)* Frankfurt/Main – vereinbarten, „gemeinsame Kriterien für eine offizielle oder halboffizielle PR-Assistentenprüfung zu erarbeiten“. (PR-Magazin 1986/1, S. 22ff.)

Bei der fach- und verbandspolitischen Aktivität Pfeffers im PR-Magazin verwundert es gewiss nicht, dass er Mitglied im am 27. September 1985 konstituierten *Redaktionsbeirat des PR-Magazins* war. Er repräsentierte dort den deutschen PR-Berufsverband, neben ihm waren auch die PR-Gesellschaften Österreichs und der Schweiz sowie weitere namhafte Persönlichkeiten aus Praxis und Wissenschaft vertreten. Der Beirat hatte u.a. die Aufgabe, „die jährliche Wahl des Preisträgers des PR-Preises“ vorzunehmen. (PR-Magazin 1985/11) Pfeffer ist Gründungsmitglied (1986) des *Presseclub Rolandseck e.V.* in Remagen-Rolandseck (Pfeffer o.J.).

#### **5.4 Beispiele aus der Geschäftsführertätigkeit (1986, 1987, 1988)**

Zu den Aufgaben Pfeffers als Verbandsgeschäftsführer – gemeinsam mit seinen Mitarbeiterinnen – gehörte es selbstverständlich auch, die *Mitgliederversammlungen* der DPRG vorzubereiten. Auf der Jahrestagung von 1986 – mit „einem bisher ungewohnten Andrang an Mitgliedern und einem interessanten und gut organisierten Programm“ – dankte DPRG-Präsident Hugo Jung ausdrücklich – und mit Beifall unterstützt – Geschäftsführer und -stelle. Die Mitgliederzahl war von 628 auf 732 Personen und Unternehmen gestiegen. Auch in den Regionen habe sich ein reges Verbandsleben entwickelt, so Jung. (PR-Magazin 1986/5, S. 58)

Außerdem kündigte Jung einen „Rat für Öffentlichkeitsarbeit“ an.

„Ein Arbeitskreis unter Leitung von Friedrich von Friedeburg, so berichtete Jung, entwickle zurzeit zusammen mit der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) eine dem Werberat oder dem Presserat vergleichbare Einrichtung für den PR-Bereich.“ (PR-Magazin 1986/5, S. 58)

Der *Deutsche Rat für Public Relations* (DRPR) wurde 1987 gegründet.<sup>13</sup> Im Gespräch mit Günter Bentele für diesen Beitrag im PR-Museum sagte Gerhard Pfeffer (2020, 00:41:15ff.), dass die Idee für die Schaffung eines „Rates für Public Relations“ von Graf Zedtwitz von Arnim (geb. 1925, gest. 1993; u.a. PR-Konzern-Chef und vom Verband Deutscher Elektrizitätswerke) und ihm, seinerzeit nicht nur DPRG-Geschäftsführer, sondern auch Mitglied im Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit des *Deutschen Journalistenverbandes* (DJV) – stamme. Über den DJV und außerdem seine Mitarbeit im BDW – also einem Verband der Werbewirtschaft – hatte er die Arbeitsweise sowohl des *Presserates* als auch des *Werberates* kennengelernt. Da Friedrich von Friedeburg – in seinem Berufsleben u.a. Pressechef der Demag – bereits Vorsitzender einer so genannten „Ehrenrates“ der DPRG war, wurde diesem dann der Vorsitz des DRPR angetragen.

„Ohne großen Aufwand“ feierte die DPRG 1988 ihr dreißigjähriges Bestehen. „Die Entwicklung in den vergangenen Jahren“ – also unter Pfeffers Geschäftsführerschaft – bietet Anlass genug zur Freude“, schätzte das PR-Magazin (1988/12, S. 26) ein. Und: „Ein erfolgreiches Gespann: DPRG-Präsident Hugo Jung (...) und Geschäftsführer Gerhard A. Pfeffer.“

„Die Mitgliederzahlen steigen, die Professionalität der Arbeit nimmt zu. Doch dabei bleibt es nicht, auch die Erwartungen steigen.“ (PR-Magazin 1988/12, S. 26)

Präsident Jung hielt es in dem Beitrag für „dringend erforderlich, baldmöglichst eine klare Positionierung (der PR) zu schaffen“.

„Wir müssen eine Vereinheitlichung anstreben. Wir müssen unbedingt auch unser Berufsbild weiterentwickeln, die Zugangsmöglichkeiten zu unserem Beruf als PR-Fachleute klarer profilieren.“ Jung bekräftigte die *Ansprüche*, „dass wir mit unserer Arbeit entscheidend zum Kommunikationsprozess in unserer demokratischen Gesellschaftsordnung beitragen“, dass „PR ein hohes Maß an Qualifikation von Seiten der Stelleninhaber voraussetzt“, dass „PR Seismograph und Kompass für unternehmerische oder verbandliche Aktivitäten im Allgemeinen und für das weite Feld unterschiedlicher kommunikativer Maßnahmen im Besonderen ist“. Und weiter: „Der Mut zur Wahrheit ist auch und gerade dann gefordert, wenn es darum geht, weniger glänzende Zahlen oder unangenehme Entwicklungen darzustellen. Doch der Dialog mit der Öffentlichkeit muss nicht nur ehrlich, er muss auch kontinuierlich geführt werden.“ (Jung 1988, S. 26f.)

## 5.5 Ende der Geschäftsführertätigkeit für die DPRG

Pfeffers Abgang als DPRG-Geschäftsführer verlief nicht harmonisch. 1992 *kündigte* er seinen Posten. „Spätestens im Februar 1993 wird er seine Tätigkeit als Verbandsgeschäftsführer niederlegen, sofern der Vorstand ihn nicht vorher noch beurlaubt“, hieß es in der Fachpresse. Und der Grund wurde klar benannt sowie mit Beispielen von Konflikten mit einigen DPRG-Landesgruppen (Bayern, NRW, Berlin) bzw. „Regionalfürsten“ illustriert: „Der Geschäftsfüh-

<sup>13</sup> Vgl. zum Entstehungskontext des DRPR Hacker (2009). Hacker geht ausführlich und anhand von Protokollen und Akten auf die Entstehung des Deutschen Rats für Public Relations ein.

rer war einigen ehrenamtlichen Funktionären zu mächtig geworden“. (PR-Magazin 1992/3, S. 36) PR-Wissenschaftler Szyszka „klingt“ noch 2014 ein „Satz des späteren PR-Rats-Vorsitzenden Horst Avenarius im Ohr, den dieser dem DPRG-Vorstand auf einer Mitgliederversammlung hoch erregt entgegen schmetterte: „Herr Präsident, legen Sie diesen Geschäftsführer an die Kette!““ (PR-Report 10.04.2014) Pfeffer selbst sieht das Verhältnis zu Avenarius deutlich entspannter, wenngleich er eben auch darauf hinweist, dass er als Geschäftsführer und im Auftrag des Vorstandes nicht allen DPRG-Mitgliedern ihre persönlichen Wünsche erfüllen konnte. (Pfeffer 2020, 00:45:50)

Das Problem war aber wohl nicht das Verhältnis zwischen Avenarius und Pfeffer, sondern das Verhältnis zwischen Gerhard Pfeffer, dem Geschäftsführer der DPRG, und Hugo Jung, dem amtierenden Präsidenten der DPRG, sowie Teilen des DPRG-Vorstands. Jung hielt in diesen Jahren jedenfalls die Ambitionen von Gerhard Pfeffer, dessen Ziel es wohl war, zu einer Art Generalgeschäftsführer zu werden und damit noch mehr Macht ausüben zu können, für zu ambitioniert. So jedenfalls stellte es Hugo Jung persönlich gegenüber einem der Autoren dieses Beitrags im Jahre von Pfeffers Kündigung dar.<sup>14</sup>

Eines der objektiven *Probleme* bestand darin, dass die Kompetenzen des Geschäftsführers nie eindeutig und unmissverständlich geklärt wurden und Gerhard Pfeffer aber immer mehr Aufgaben übertragen bekam – und diese auch mit „Engagement und Einsatzwillen“ ausführte. Kritik von Seiten des Vorstandes oder Präsident Hugo Jung habe es nicht gegeben. DPRG und Pfeffer wollten sich deshalb nicht im Groll trennen, hieß es öffentlich. (PR-Magazin 1992/3, S. 36) Im Konkreten verlief die Trennung dann aber doch recht kompliziert und mit allerlei rechtlichen Versuchen und Schritten (Anzeigen, Prozesse ...) von beiden Seiten aus, wie Gerhard Pfeffer (2020, 00:53:00ff.) im Gespräch mit Günter Bentele freimütig darlegte. Am Ende gab es einen einvernehmlichen Aufhebungsvertrag.

Gerhard A. Pfeffer blieb Geschäftsführer bei der *Deutschen Akademie für Public Relations GmbH* (DAPR) und der *Gesellschaft Public Relations Agenturen e.V.* (GPRA). (PR-Magazin 1992/3, S. 36. Vgl. auch Pfeffer 2020, 00:55:00ff.)

## 5.6 Weitere Verbandstätigkeiten bei der GPRA und der DAPR

Für den *Wirtschaftsverband GPRA* arbeitete Pfeffer als Geschäftsführer von 1986 bis 1993. Dabei sei es ihm gelungen, die Zahl der Mitgliedsfirmen von 24 auf 40 Agenturen zu steigern. Vor allem die GPRA habe ihm einen sehr ehrenvollen Abschied gestaltet, sagte Pfeffer (2020, 00:59:00) rückblickend.

Geschäftsführer der *Bildungseinrichtung DAPR* – einer gemeinsamen Gründung von DPRG und GPRA – war er von Januar 1991 bis Dezember 1992 und von 1997 bis 2005. (Pfeffer o.J.) Die *Geschäftsführertätigkeiten* für die GPRA und die DAPR waren auf jeweils zwei Stunden täglicher Arbeitszeit ausgelegt (Pfeffer 2020, 00:58:10).

Von 1983 bis 1985 und wieder von 2001 bis 2003 wirkte Pfeffer im *Präsidium des Deutschen Kommunikationsverbandes BDW e.V.* in Bonn mit. Er wurde zunächst Sprecher der PR-Arbeitsgruppe im BDW (Pfeffer 2020, 01:00:10). Für den BDW arbeitete er dann als ehrenamtlicher *Bundesschatzmeister* von 1995 bis 2001. Danach konnte er den Verband „wohl be-

---

<sup>14</sup> Hugo Jung machte solche unmissverständlichen Äußerungen gegenüber Günter Bentele im Jahr 1992, als der ihn danach fragte, was denn die Ursachen dieses sichtbaren Zerwürfnisses zwischen Jung und Pfeffer seien.

tucht und sauber saniert übergeben“ (Pfeffer 2020, 01:01:30). 1988 war er Gründungsmitglied der *IC Initiative Communication e.V.* in Heidelberg. (Pfeffer o.J.)

## **6 Selbstständiger PR-Berater und Branchenbeobachter (Fortsetzung ab 1992/93)**

### **6.1 Fortsetzung der selbstständigen PR-Beratungstätigkeit**

In den 1990er-Jahren „begann gerade der Aufbruch der PR in Deutschland von einer gemütlichen Schrebergartenkolonie altbundesrepublikanischer Prägung hin zu etwas Neuem, für das ihre Protagonisten seither nach der richtigen Definition suchen“. Der dies schrieb, auch ein Branchenbeobachter, lernte seinerzeit Pfeffer kennen: „Umso befremdlicher wirkte auf mich mitunter, wie ernst ‚fff‘ (so sein gefürchtetes Kürzel als spitze Feder) die überkommenen Verbände und Institutionen nahm.“ Was Sebastian Vesper (25.02.2014) hier an Gerhard Pfeffer bemerkte, war sicherlich auch durch dessen persönliche Erfahrungen in und mit den Verbänden bedingt.

Nach der Aufgabe seiner DPRG-Geschäftsführerfunktion setzte Gerhard A. Pfeffer seine *PR-Beratertätigkeit* fort. Da er bereits vorher für die *Wohlfahrtsverbände* PR-Arbeit geleistet hatte, war er glücklich darüber, dass er dies auf dem Gebiet der Wohlfahrtsbriefmarken ausbauen konnte. Das hatte quasi einen Halbtagsjob eingebracht. (Pfeffer 2020, 00:59:40)

Außerdem arbeitete er zum *einen* bei der PR-Agentur *metropress GmbH* aus Frankfurt/Main mit und betrieb deren „Bonner Büro“ (1993-95). Beteiligt war er an PR-Aufträgen für die Dunlop GmbH, den Frankfurter Sportpresseball, Quelle-Versicherungen, Foron Hausgeräte, A&S-Bäder u.a. Seit 1995 realisierte er Projektaufträge bei der PR-Agentur *Extra Konzept GmbH* in Kerpen-Sindorf. Für die Frankfurter PR-Agentur *Hill & Knowlton Public Relations GmbH* – ein Mitglied der GPRA – (1996-97) und die Koblenzer Werbeagentur *Moog, Moog & Morgenstern GmbH* (1998-2002) arbeitete er an weiteren Projektaufträgen.

Zum *anderen* realisierte Pfeffer eigene PR-Beratungen für verschiedenste Unternehmen und Organisationen: *Deutsche Bundespost (Postdienst)* bzw. *Deutsche Post AG* in Bonn (1992-95, hier ging es um Teilaufgaben in der Mitarbeiterkommunikation zu Postleitzahlen und Postreform II), *EMAP Automotive GmbH* in Walluf (1995-98, u.a. wirkte er als Pressesprecher und betreute die Fachmesse „Autoflotte ´95“ in Hockenheim), *Avis Fleet Services GE Capital Services GmbH* in Rüsselsheim (1995-1998), *Vergölst GmbH* in Bad Nauheim (1996-97), *AKAD Akademische Gesellschaft für Erwachsenenfortbildung* in Stuttgart (1996-97) und *Aral AG* in Bochum (1998, hier ging es um Presseverteiler und PR-Service). (Pfeffer o.J.)

Von 1996 bis 2006 beriet Gerhard A. Pfeffer verstärkt Unternehmen und Agenturen in den Bereichen *Online-Kommunikation, Internet, Multimedia und Datenbanken*. Dadurch ergaben sich wechselseitige Befruchtungen mit seinen eigenen Aktivitäten im Internet und mit Datenbanken (siehe weiter unten).

### **6.2 Intensivierung der fachpublizistischen Autoren-, Herausgeber- und Redaktionstätigkeit**

Seit ca. 1990 verbindet Gerhard A. Pfeffer eine enge Zusammenarbeit mit dem „PR-Report“ in Hamburg: als „Autor, Bonner Korrespondent, Ratgeber, Macher des PR-Rankings, Unter-

stützer und (konstruktiver) Kritiker“. Dadurch entwickelten sich enge Beziehungen zu Sebastian Lorff-Kossow, langjähriger Chefredakteur des PR-Reports, und später auch den Nachfolgern Sebastian Vesper (Ende der 1990er) und Nico Kunkel. Der 1964 von Dieter Zimpel in München gegründete, Ende der 1970er an Lutz Böhme in Hamburg verkaufte und schließlich vom britischen Haymarket-Verlag übernommene *PR-Report* entwickelte sich vom „Branchendienst“ – einst auf gelbem Papier gedruckt – zum „Branchenmagazin“. (Pfeffer 2014/12)<sup>15</sup>

Zusammen mit Wolfgang Reineke<sup>16</sup> und mit dem *Stamm*-Verlag in Essen brachte Pfeffer 1997 die *Schriftenreihe* „Brennpunkte der Kommunikation“ und dann vor allem das PR-Arbeitshandbuch *PR-Check up* heraus (1998-2010).

Sowohl mit dem *PR-Report* als auch dem *Stamm*-Verlag ergaben sich noch weitere Kooperationsprojekte, die im nächsten Abschnitt behandelt werden.

## 7 Perfektionierung des PR-Agentur-Rankings und Implementierung in der Branche

### 7.1 Pfeffer entwickelte sich zum Fachmann für Agenturvergleiche

Eine erste Notwendigkeit, sich mit betriebswirtschaftlichen Daten von PR-Agenturen und ihrem Vergleich zu beschäftigen, ergab sich für Gerhard Pfeffer *während seiner Geschäftsführer-Tätigkeit für die GPRA*, den Wirtschaftsverband großer Agenturen. Dort und dann auch von einigen anderen Akteuren, auch Branchenmedien (z.B. PR-Magazin), gab es erste Pläne oder Versuche von Betriebsvergleichen bzw. Agentur-Rankings. (Pfeffer 2020, 01:13:30)

Nachdem Pfeffer nicht mehr bei der GPRA war, ergab sich schließlich im Rahmen seiner publizistischen Mitarbeit am „PR-Report“ die Gelegenheit, sich weiter mit dem Thema *Agentur-Ranking* zu beschäftigen. Gerhard A. Pfeffer war Redakteur der Beilage „PR-Ranking“ bzw. wirkte am Agenturverzeichnis „PR-Compendium“ mit (1995-2002).

1996 ging „Pfeffer’s PR-Register“, ein Verzeichnis der Online-Angebote der PR-Agenturen und -Berater, im Internet an den Start. Damit war auch seine Homepage „PR-InternetZentrum“ (<http://www.pfeffer.de>) geboren. Bereits zuvor, 1993, oblagen Pfeffer „Redaktion, Produktion und Vertrieb der ersten elektronischen Pressedatenbank ‚Point-Impressum für Windows‘ für Deutschland“. Seit Juni 1996 erscheint diese als „*Stamm* Im-

---

<sup>15</sup> Dieter Zimpel „war bekannt geworden durch seine Loseblattsammlung mit Medienadressen und deren Ansprechpartnern sowie einem Redaktions- Themendienst. (...) Ende der 70er Jahre verkaufte dann Zimpel den Informationsdienst an Lutz Böhme, einen Grandseigneur der PR mit eigener Agentur in Hamburg und Macher des Mediendienstes ‚text intern‘. Sebastian Lorff-Kossow wurde sein Chefredakteur, der die kritische Branchenbeobachtung nach Zimpel-Art erfolgreich fortsetzte und ausbaute.“ Der britische Haymarket-Verlag ist „mit seinem Titel ‚PR Week‘ das führende internationale Branchenmedium in Großbritannien, den USA und in Asien“. (Pfeffer 2014/12, S. 44f.)

<sup>16</sup> In den „Produktinformationen“ über das Buch *PR-Check up* (gebundene Ausgabe 2000) auf Amazon.de heißt es über die Autoren: „Wolfgang Reineke ist selbstständiger Unternehmensberater mit den Schwerpunkten PR, Strategische Planung und Führungsentwicklung und Präsidiumsmitglied des kommunikationsverband.de. Gerhard A. Pfeffer, früherer Geschäftsführer der DPRG, GPRA und DAPR, ist selbstständiger PR-Berater und Präsidiumsmitglied des kommunikationsverband.de. (Abruf am 19.1.2021) Pfeffer war mit Reineke lang und eng befreundet (Pfeffer 2020, 01:33:00).

pressum‘ im *Stamm*-Verlag Essen, mit dem es eine „Kooperationspartnerschaft für Vertrieb, Redaktion und Programmierung“ gibt. (Pfeffer o.J.)

## 7.2 Pfeffers Rankings werden heiß ersehnt und zugleich kritisiert

Gerhard A. Pfeffer hat also umfangreiche Daten und Erfahrungen in der PR-Agentur- und Medienlandschaft – inzwischen ein halbes Jahrhundert Branchenkenntnis – sowie mit der Erstellung von Verzeichnissen bzw. Datenbanken gesammelt. Diese ermöglichen auch die vielfältigsten Vergleiche. Insofern verwundert es nicht, wenn sich Pfeffer zum PR-Ranking-Spezialisten entwickeln konnte. „Gerhard Pfeffer erfand 1996 das PR-Ranking“, schrieb rückblickend ein Fachorgan. „Erfunden“ hat er es wohl nicht, jedenfalls nicht allein. Aber quasi zur „Marktreife“ gebracht und zum „Standard“ gemacht, hat er es schon. Seine regelmäßigen Rankings seitdem bringen ihm nicht nur viel Aufmerksamkeit, sondern auch Kritik ein.

„Jahr um Jahr gerät Gerhard Pfeffer mit seinem PR-Ranking ins Kreuzfeuer der Branche, die sich offensichtlich nicht gern kartografieren lässt – die Zahlen dennoch gierig verschlingt. Mangelnde Transparenz und Vergleichbarkeit sind der Vorwurf, zudem unterstellen sich Agenturen gegenseitig Trickserien und bisweilen dem Macher eine Agenda.“ (PR-Report 25.04.2013)

Dazu der „Macher“ 2013:

„Es hat immer Diskussionen gegeben. Aber es gibt seit 17 Jahren keine transparentere Lösung, andere Versuche scheiterten und brachten noch weniger Vergleichbarkeit. Da nehme ich einige Unschärfen im Ranking in Kauf. Es lebt von den Angaben der Agenturen. Natürlich ist das Ranking interpretationsbedürftig, mit Branchenkenntnis wird man aber die richtigen Schlüsse ziehen.“ Schätzungen seien „der einzig gangbare Weg, damit sich Netzwerke nicht hinter der US-Börsenaufsicht verstecken können. Viele melden nach und signalisieren Veränderungen. Das ist zulässig. Testate sind der Versuch, zu validieren. Steuerberater unterschreiben Umsatz und Mitarbeiterzahl. Da bin ich zum Glauben verdammt, selbst bei Pro-Kopf-Umsätzen von 170.000 Euro. Die Methode ist journalistisch sauber, aber ich bin auch kein neutraler Betriebsprüfer. (...) Zugegeben: Vor allem die Großen, mit mehr als 10 Millionen Honorar-Umsatz, sind keine PR-Agenturen im klassischen Sinne mehr. Aber auch die Kleinen brauchen eine Lobby. Mir geht es um den Mittelbau, der um Plätze in den Spezialrankings wetteifert, um die Vorherrschaft in Baden-Württemberg etwa oder im IT-Ranking. Die mittlerweile 62 Spezialrankings sind ohnehin viel interessanter als das Gesamtranking.“ (PR-Report 25.04.2013)

## 7.3 Pfeffers Rankings sind nicht mehr wegzudenken

Die *Rankings* haben für die Branche eine Bedeutung erlangt, die Pfeffers Einfluss und Verdienst wesentlich ausmachen. Dies wurde auch dadurch gefördert, dass alle anderen Veranstalter von PR-Agentur-Rankings zwischenzeitlich aufgegeben haben und Pfeffer nunmehr eine Alleinstellung besitzt. Dies sichert ihm auch die Beachtung aller Branchenmedien, weil diese keine Ranking-Eigeninteressen mehr haben. (Pfeffer 2020, 01:24:30ff.) „Pfeffer zeigt eindrucksvoll, dass es nicht die bescheidenen Verbände der Branche sind, sondern ein einzelner Mann, der die Saison einleitet“, lässt sich Matthias Bonjer, ein Berliner Agentur-Geschäftsführer, in der Fachpresse zitieren. Und weiter:

„Denn danach folgen die wichtigen Leistungsschauen, die sich Mitte Mai geradezu ballen: Der deutsche Preis der Onlinekommunikation, der PR Report Award und auch der ADC, der nun ei-

ne PR-Kategorie bekommen hat. Mit Pfeffer und der medialen Begleitung, dem Chor der Agenturpostings und den Flurgesprächen, wird der Blick auf das zurückliegende Jahr zum Ausblick auf das aktuelle Kundenrennen. Aufgabe der Branchenmedien ist es nun, denjenigen die verkniffenen Augen zu öffnen, die damit arbeiten: Es gilt mit begleitender Berichterstattung das Ranking lesen zu lernen. Das ist nicht Aufgabe von Pfeffer.“ (PR-Report 25.04.2013)

Viele *andere Fach- und Wirtschaftsmedien* zitieren, referieren oder kommentieren Pfeffers PR-Rankings, beispielsweise *Werben und Verkaufen* (z.B. Breyer 2019) oder die *Wirtschaftswoche* (z.B. Tödtmann 2020). Zum Zeitpunkt des Gespräches mit Gerhard A. Pfeffer (2020, 01:13:30ff.), geführt vom Herausgeber des PR-Museums Günter Bentele, wurde das *25. Agentur-Ranking* vorbereitet und im April 2021 veröffentlicht. Das neueste Ranking aus dem Jahr 2022 ist im [pr-journal.de](http://pr-journal.de) zu finden.<sup>17</sup>

## 8 Entwicklung des führenden Online-Branchenmediums für PR

### 8.1 PR-Portal (seit 2002) und PR-Journal (seit 2004)

„PR-Journal: Das Online-Portal für PR und Kommunikation“ (<https://pr-journal.de/>) kennt wohl heute jeder, der mit Public Relations bzw. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, mit Organisations- oder Unternehmenskommunikation bzw. Kommunikationsmanagement zu tun hat. Betrieben wird es vom Verlag *PR-Journal Verlag GmbH*.

Gegründet wurden der periodische Newsletter 2004 und das Portal im Internet 2002, anfangs unter der Adresse „prportal.de“ und unter der Verlegerschaft der *Epikeros PR Portal Ltd.* mit Pfeffer als Geschäftsführer. Über das PR-Portal, programmtechnisch entwickelt von zwei IT-Studenten, gab es dann aber Differenzen, so dass Pfeffer ein „Neues PR-Portal“ aufsetzte. Dieses wurde dann durch „PR-Journal“ ersetzt, finanziert zunächst durch Anzeigen und Sponsoring. Später kamen Einnahmen für Jobbörse und diverse Datenbanken hinzu. (Pfeffer 2020, 01:19:30ff.)

Das PR-Journal hat sich „zum führenden Online-Branchenmedium in der Kommunikationslandschaft entwickelt“, wie die Redaktion 2014 hervorhob. Allein im Laufe eines Jahres (hier 2013) seien „4.154 Einzelmeldungen“ veröffentlicht worden. (PR-Journal 14.04.2014) „Erfunden“ hat Pfeffer die *Branchenberichterstattung über PR* nicht. Mit dem „PR-Report“ (seit 1964), der „PR-Information“ (Vorgänger des „PR-Magazins“; seit den 1970ern) und dem „Pressesprecher“ (damaliges Mitgliedermagazin für den BdP *Bundesverband Deutscher Pressesprecher*; seit 2004 – heute BdKom, also *Bundesverband der Kommunikatoren*) existierten bereits gedruckte Branchenmedien, wie Pfeffer (2014/12, S. 44) selbst auflistete.<sup>18</sup> Aber die

<sup>17</sup> Vgl. <https://datenbanken.pr-journal.de/pr-agenturrankings/pfeffers-pr-ranking.html?view=ranking&layout=detail&type=2>

<sup>18</sup> Die Geschichte der PR-Fachmedien (erst) 1964 beginnen zu lassen, ist auch nicht ganz richtig und wohl dem Anlass geschuldet, dass der *PR-Report* 2014 sein 50-jähriges Jubiläum beging. Tebrake schreibt vielmehr: „Von der ersten deutschen PR-Fachzeitschrift existiert bis zum jetzigen Zeitpunkt nur der Hinweis einer zeitgenössischen Quelle, der Dissertation von Hans Steybe aus dem Jahr 1958. Er erwähnt das ‚erste deutsche Public Relations-Organ‘ - die ‚PR Public Relations‘ -, das seit Herbst 1957 erscheint, von Dr. Manfred Zapp redigiert und von Hill & Knowlton International mit Verlagsort Düsseldorf herausgegeben wird (Steybe erwähnt folgende Ausgaben: 1/1957; 2/1957; 3/1958; 4/1958). (...) Der erste Fachinformationsdienst, der die noch junge Branche ‚unter Beobachtung‘ stellte, war 1959 ‚aus unseren Kreisen - Informationsdienst für Presse, Verlage, Rundfunk und Werbung‘. Herausgegeben wurde er von dem Pressebüro Waldemar Schweitzer. Verantwortlich für den Inhalt zeichnete Waldemar Schweitzer, der ebenfalls Gründer und Verleger der Zeitschrift DM war, zu Beginn selbst, danach Günter Kress, späterer Gründer des auch heute noch existierenden Mediendienstes kressreport. (...)“ Ab Mitte der 1960er-Jahre sind dann „der kressreport oder der spezialisierte PR-Report“ zu nennen. „Zu

Transformation einer – noch dazu kritischen – Fachpublizistik über PR in das Online-Zeitalter ist gewiss sein Verdienst.

## 8.2 Pfeffers Informations- und Serviceangebot für die Branche

Der Leiter der *Deutschen Presseakademie* in Berlin lobte:

„Der Pfeffer, das ist ein Gesamtkunstwerk: ein Newsletter mit feinsten Verästelungen, mit gutem Riecher und einer sehr großen Nase, eine PR-Größe auch im wörtlichsten aller Sinne. (...) Man muss ihn lesen, um diese Branche zu verstehen. Weswegen ich aus tiefster Überzeugung mittlerweile weit über tausend PR-Studierenden den Tipp gegeben habe, der mir damals so geholfen hat: Lest den Pfeffer!“ (Arns 2016)

Gründer und Herausgeber des PR-Journals, Gerhard A. Pfeffer aus Siegburg, fasste die Vorzüge seines PR-Journals selbst anlässlich der 700. Newsletterausgabe im Sommer 2020 wie folgt zusammen:

„Die 9.000 Empfängerinnen und Empfänger aus der PR- und Kommunikationsbranche erwarten seit 16 Jahren immer dienstags um 7:00 Uhr die Ergebnisse unserer wöchentlichen Redaktionsarbeit. Inzwischen wirken acht feste und freie Redaktionsmitarbeiter sowie zahlreiche Autoren und Kommentatoren an der inhaltlichen Aufbereitung mit. (...) Mit dem ‚PR-Journal‘ haben wir ein umfangreiches Informationsangebot in der PR- und Kommunikationslandschaft etabliert, das durch seine Aktualität und sein breites inhaltliches Angebot gefragt ist und überzeugt. Wir sind in den sozialen Medien (Twitter, LinkedIn und Facebook) präsent und auch via Alexa kann man uns aufrufen. Zudem gibt es seit vier Jahren den monatlichen ‚PR-Journal‘-Podcast. Wir kooperieren mit sechs PR-Studierenden-Organisationen, die sich zu sehr kreativen und lebendigen Gruppen an deutschen Hochschulen zusammengeschlossen haben, und unterstützen sie auf verschiedene Weise. Hinzu kommt das jährliche ‚Pfeffer PR-Ranking‘ im April, das große Beachtung im Markt findet.“ (Pfeffer 15.06.2020)

Zur Internetplattform gehören neben dem Newsletter mit Nachrichten und Meinungen sowie den im Zitat angeführten Komponenten und Begleitmedien auch verschiedene *Datenbanken* (Agenturen, Ausbildungseinrichtungen ...) sowie eine PR-Jobbörse.

## 8.3 Pfeffer am Puls der PR-Dienstleister und „Salz in der Branchensuppe“

Gerade auch bei Personalmeldungen gelingt Pfeffers Journal häufig die *Erstinformation*, was von anderen Branchenmedien durchaus registriert wird. Als Beispiel: Das PR-Journal habe 2013 „als erstes Branchen-Medium“ über den Nicht-Wechsel von „Handelsblatt“-Vize Michael Inacker als Pressechef zu Siemens berichtet, stellte ein Journalisten-Portal fest und befragte dazu den „PR-Doyen“ Gerhard Pfeffer. Dieser erklärte die Umstände und gewährte damit einen Einblick in Quellen und Arbeitsweise:

„Wir haben in München drei Korrespondenten. Diese Info bekamen wir am Montagabend aber über den ‚dossierB‘-Newsletter. Mit der Zustimmung von Peter Carl haben wir Dienstagfrüh als erstes Kommunikationsmedium die Personalie online verbreitet. Das ‚PR-Journal‘ ist durch mich (...) und ein tolles Redaktionsteam in Deutschland bestens vernetzt.“ (Newsroom 2013)

---

einer ersten regelmäßigen Berichterstattung über Public Relations kam es in diesen Jahren auch in den eigentlich für die angrenzenden Berufsfelder Werbung Journalismus maßgeblichen Fachzeitschriften ‚die absatzwirtschaft‘ und W&V sowie ZV + ZV (Zeitungs-Verlag und Zeitschriften-Verlag).“ (Tebrake 2019, S. 181f.)

Die umfangreiche Branchenbeobachtung einschließlich Kommentare und Einschätzungen, die Pfeffer betreibt, stößt nicht nur auf Zustimmung, sondern gelegentlich auch auf *Kritik*. Seine Journal-Redaktion bewertete das wie folgt: „Dass (...) der eine oder andere Brennesselgriff erfolgte, liegt fast schon in der Natur der Sache eines streitbaren Geistes, aber so ist das nun mal, wenn man Akteur und nicht Claqueur ist. (...) Nicht umsonst ist Pfeffers PR-Journal das Salz in der Branchensuppe.“ (PR-Journal 13.04.2009)

„Nach 44 Jahren PR-Arbeit“ erhielt der Herausgeber und Chefredakteur des PR-Journals 2008 „seine erste Abmahnung“.

„Damit hat die Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK) zu einer juristischen Maßnahme gegriffen, vermutlich auch um seine kritische Begleitung einer nichtuniversitären PR-Prüfung für angehende PR-Berater und Pressesprecher einzudämmen. Den Anlass bot Pfeffer mit einigen falschen Angaben in einem kritischen Artikel auf seinem PR-Portal.“ (Eck 2008)

Kommentator Eck meinte dennoch, man habe „hierbei wirklich mit Kanonen auf einen Spatzen geschossen“. Er glaube nicht, „dass die Abmahnung ein gutes Licht auf die PR-Branche wirft. In der Krisen-PR ist eine solche juristische Maßnahme nun wirklich das Ende jeglicher Krisenkommunikation und führt eher zu noch mehr negativer Aufmerksamkeit.“ (Eck 2008)

#### 8.4 PR-Journal auf dem Weg in die Zukunft

Am PR-Journal wirken auch *Familienmitglieder* von Pfeffer mit. So stellte er 2014 „Sohn Alexander als Mitgesellschafter“ und „Schwiegersohn Thomas als Umsetzer der PR-Jobbörse“ vor. Ebenso 2014 – nachdem er 70 Jahre alt geworden war – übergab Gerhard A. Pfeffer die „tägliche Verantwortung für die Redaktion des PR-Journals“ an seinen Freund und bisherigen Stellvertreter Thomas Dillmann aus Bad Honnef. (Pfeffer 10.04.2014) Dillmann ist auch heute noch Chefredakteur (vgl. auch Pfeffer 2020, 01:26:30ff.).

„Pfeffer bleibt Herausgeber und betreut bisherige und neue PR(-)J(ournal)-Sonderaktivitäten (PR-Jobbörse, PR-Datenbanken, PR-Rankings, PR-Lokalreporter, PR-Umfragen, Hall of Fame der PR u.a.m.) sowie das PRJ-Marketing.“ (PR-Journal 14.04.2014) Zwischenzeitlich ist die Zeit weiter vorangeschritten und es gibt Pläne, die *Geschäftsführung* der Verlags-GmbH in jüngere Hände zu geben (Pfeffer 2020, 01:26:30ff.). Das aktuelle Impressum (16.1.2024) verzeichnet als Verleger und Geschäftsführer Ernst Primosch. Redaktionschef ist Thomas Dillmann (Stand 2024).

#### 8.5 Weitere Aktivitäten seit 2004

Auch ab 2004 hat sich Pfeffer gewiss nicht nur um „sein“ PR-Journal gekümmert. So übernahm der „PR-Branchenexperte Gerhard A. Pfeffer“ – wie er in journalistischer Manier 2008 über sich selbst auf seinem eigenen Portal schrieb – beispielsweise „beim Empfehlungs- und Bewertungsportal Benchpark Hamburg die Redaktion und Herausgabe des Empfehlungsspiegels und Rankings für den Bereich der PR-Agenturen Deutschland“ (Pfeffer 03.11.2008).

„Mit dem Marktmonitor, Empfehlungsspiegel und Ranking zu über 150 PR-Agenturen können Unternehmen bei Benchpark passende Agenturen finden. Pfeffer stützt sich dabei ausschließlich auf Empfehlungen und Einschätzungen, die direkt von Agenturkunden kommen. Die angeschlossene Auftrags- und Pitchbörse führt Kunden und Agenturen auch praktisch zusammen.“

Agenturen können sich kostenfrei eintragen. Ab 30 Euro/Monat können sie den eigenen Empfehlungsspiegel werblich nutzen und sich zu Aufträgen und Pitches bewerben.“ (Pfeffer 03.11.2008)

## 9 Pfeffer wurde zu einer „Institution“ der PR-Branche

### 9.1 Jubiläumsjahr 2009

2009 begleitete die PR-Journal-Redaktion einen eigentlich von der Zählung her eher ungewöhnlichen Anlass: das 45-jährige Branchenjubiläum Gerhard Pfeffers. GPRA-Präsident Dr. Alexander Güttler gratulierte:

„Der Riese aus Bad Cannstatt, das PR-Urgestein, der kritische Begleiter der Branche aus Siegburg, der Perle des Rheinlandes, zwischen Köln und Bonn gelegen. (...) Im Leben trifft man viele ‚Lau-Michel‘. Pfeffer ist definitiv keiner davon! Ich hatte und habe den Eindruck, dass Pfeffer unsere Branche liebt, dass ihn die Inhalte wirklich interessieren und dass er um gute Lösungen förmlich ringt. Mir scheint dies eine erfrischend altmodische und zugleich hochaktuelle Berufsauffassung zu sein.“ (PR-Journal 13.04.2009)

Zu den Gratulanten gehörten auch der Leipziger PR-Professor Dr. Ansgar Zerfaß und die dortige PR-Studierendenvereinigung LPRS sowie weitere Fachkollegen und persönliche Wegbegleiter. Gelobt wurden u.a., wie Pfeffer „mit schwäbischem Fleiß“ sein „schier endloses Netzwerk“ pflegt und weiterspinnt, aber auch wie er „konsequent auf das Internet gesetzt“ habe. Der Agenturchef und Leipziger Honorarprofessor Jürg W. Leipziger sagte im „PR-Interview“: „Gerhard Pfeffer war schon IMMER da. Er gehört zum Inventar der PR-Branche in Deutschland. Aufgefallen ist er mir als Autorität und Geschäftsführer der DPRG, wo er klug und kompetent diesen Verein nach vorne geführt hat.“ (PR-Journal 13.04.2009)

### 9.2 Jubiläumsjahr 2014

2014 konnte Pfeffer erneut ein „Jubiläumsjahr“ zelebrieren, durchaus mit Substanz, aber wiederum nicht ohne Witz: Am 12. Februar beging Gerhard A. Pfeffer seinen 70. Geburtstag (geb. 1944) und am 1. April konnte er eine 50-jährige Tätigkeit im PR-Beruf (seit 1964) feiern, von der er 30 Jahre lang (seit 1984) als Selbstständiger durchs Berufsleben ging. Zudem war er am 15. September zwanzig Jahre lang im Internet vertreten und am 25. November bestand sein PR-Journal zehn Jahre. Also, so lautete Pfeffers Rechnung:  $70+50+30+20+10=$  „180 Jahre 2014: Pfeffers Jubiläumsjahr“, allerdings mit einer dicken „50“ im Jubiläums-Logo. Pfeffer lässt sich mit „Augenzwinkern in seinem Hausmedium zitieren: „Der Kalender hat mir mit dem Jahr 2014 ein so ungewöhnliches Jubiläumsjahr beschert, dass ich um eine gründliche und zugleich fröhliche Rückschau nicht herumkomme.“ (Dillmann24.02.2014)

Vor allem die „70“ und „50“ fanden auch Widerhall in der gesamten Branche: „Am 10. April hat das Branchenmagazin ‚PR-Report‘ bei der Award-Gala im alten ‚Berliner Kraftwerk‘ einen PR-Report-Award an Gerhard A. Pfeffer (70) für sein Lebenswerk (u.a. 50 Jahre aktive Tätigkeit in der PR in Deutschland) verliehen.“ PR-Professor Dr. Peter Szyszka aus Hannover hielt die Laudatio auf „Gerhard den Großen“, wie ihn der PR-Report (25.02.2014) einmal nannte und würdigte dabei u.a. Pfeffers Rolle für die DPRG, in der Nachwuchsförderung sowie für die Online-Kommunikation der Branche. (PR-Report 10.04.2014) Auch aus anderen Mündern kamen Lobe und es wurde darübergeschrieben, warum Gerhard Pfeffer „heute mehr denn je von Kollegen jeder Generation als vitale Konstante der Szene geschätzt“ werde: „Das

muss an jener unverwechselbaren Empathie liegen, mit der Gerhard Pfeffer auf die Leute zugeht, an der Treue, mit der er Beziehungen pflegt, und an der Offenheit, mit der er neue eingeht.“ (Vesper 25.02.2014)

### 9.3 „Pfeffer“ als Personenmarke

An „Pfeffers PR-Agentur-Ranking“ sowie den Jubiläumsjahren 2009 und 2014 lässt sich erkennen: Pfeffer ist durchaus auch ein Meister des Eigen-Marketings (oder muss man besser sagen: der *Eigen-PR*?) für seine medialen Erzeugnisse und seine Aktivitäten – und damit auch für sich als „Personen-Marke“. Zu der ist er unwillkürlich geworden – und erfolgreicher als es manch anderen Branchenpersönlichkeiten gelang.

Das kommt aber nicht überdrüssig oder unsympathisch herüber, weil er nicht sich als Person oder seine Eigeninteressen in den Vordergrund stellt, sondern die Branchen-Angelegenheiten, die ihm wichtig waren und sind. Für mehrere Verbände war er Geschäftsführer, also eher der Macher und Organisator – weiter vor auf die „Bühne“ hat es ihn dort nicht gedrängt (vgl. auch Pfeffer 2020, 01:42:00). In noch mehr Organisationen, Verbänden, Gewerkschaften war er (aktives) Mitglied, er bezeichnet sich selbst als „Verbandsmenschen“ (Pfeffer 2020, 01:33:00ff.).

Und die Kommunikation seiner Aktivitäten kommt nicht in -zig bunten Social-Media-Bildchen und Personality-Storys daher, sondern in journalistischer, formal objektiviert-distanzierter Weise und nicht zu glattgebügelt sowie in gut portionierten Texten. Seine Redaktion (oder war er es selbst?) leitete ihren Glückwunsch zum 75. Geburtstag wie folgt ein:

„Verdienstvoll, leidenschaftlich, streitbar und ein Herz für den Branchennachwuchs – mit diesen Wesensmerkmalen lässt sich andeuten, wie er tickt. Die Rede ist von Gerhard Pfeffer, einem der engagiertesten Streiter für die deutsche PR-Branche. Nun feiert das PR-Urgestein mit Ecken und Kanten am 12. Februar 2019 seinen 75. Geburtstag.“ (Dillmann 08.02.2019. Vgl. auch schon Dillmann 24.02.2014)

## 10 Zusammenfassung: Gerhard Pfeffer – ein „Motor der PR-Branche“

### 10.1 Pfeffer als „Treiber der PR“

An mehreren Stellen dieser Abhandlung haben wir aus dem fast zweistündigen Interview zitiert, das der Herausgeber des PR-Museums und langjährige Leipziger PR-Professor Günter Bentele im November 2020 mit Gerhard Pfeffer führte. Anlässlich dieses Gesprächs erklärte Bentele, er habe immer – vor allem ab 1988, als er selbst in die DPRG eingetreten war – Gerhard Pfeffer als „Treiber der PR“ erlebt. Nicht nur damals, als Pfeffer gerade als Geschäftsführer der DPRG tätig war, konnte man ihn als einen „Motor der Branche“ bezeichnen, wie ihn bereits 2014 der Hannoveraner PR-Professor Peter Szyszka in einer Laudatio (PR-Report 10.04.2014) charakterisiert hatte. Gerhard Pfeffer sei insgesamt – so Bentele weiter – ein „sehr aktiver“ Mensch, der stets „Initiativen entwickelte“ und umzusetzen versuchte. (Bentele in Pfeffer 2020, 01:31:00ff.)

Gerhard Pfeffer mit seinen Erfahrungen und Einschätzungen zeigt sich im Gespräch als engagierter und kreativer, innovativer sowie handwerklich und organisatorisch talentierter PR-Arbeiter mit – dem sprichwörtlich schwäbischen – Fleiß. Pfeffer bezeichnet sich selbst als einen „umtriebigen Ideenmenschen“ und dabei auf gemeinsames Handeln bedacht. Für seine

Ideen hat er immer nach Verbündeten gesucht. Manchmal sei er auch (zu) „ungeduldig“ oder auch manchmal zu „frech“, gewesen. Nie habe er „Scheu vor Herrscherkronen“ gehabt. Zugleich spiegelt der Lebensrückblick aber auch die Gelassenheit des Rheinlandes – seiner späteren und jetzigen Heimat – wider. Gewiss habe er „auch Fehler gemacht“, eine „gewisse Sturheit“ lasse sich nicht verleugnen. Insgesamt könne er ein „Klasse PR-Leben“ bilanzieren. (Pfeffer 2020, 01:31:00ff.)

## 10.2 Pfeffer als Beziehungspfleger und Netzwerker

Aus dem Interview wird außerdem deutlich, dass mehr oder weniger zufällige Chancen, die aber aus früheren *Kontakten und Beziehungen* erwachsen, wesentlich für die berufliche Entwicklung waren. Sein Berufsleben zeigt: Eigene Leistung ist gewiss wichtig, aber ohne Beziehungen ist sie – jedenfalls mindestens in der ersten Lebenshälfte – nichts. Pfeffer wiederum hat insbesondere mitgeholfen, mehr Frauen und junge Menschen in die seinerzeit noch stark von „älteren Herren“ geprägte PR-Zunft zu bringen. Insofern ist „Networking“ keine heutige Erfindung. Pfeffer selbst hat davon ausgiebig profitiert und dann – als er es für seinen „nächsten Job“ nicht mehr unbedingt brauchte und sich konsequent für ein selbstständig-unternehmerisches Dasein entschied – zur eigenen Geschäftsgrundlage gemacht. Damit hat er einen hohen Grad an persönlich-professioneller Souveränität erreicht.

Bemerkenswert und nicht selbstverständlich – deshalb auch sympathisch – daran ist, dass er all dies nicht aus einer großbürgerlichen bzw. wirtschaftsnahen – oder gar in die NS-Zeit reichenden – Sozialisierung heraus – wie nicht wenige andere PR-Protagonisten der alten Bundesrepublik – geschafft hat, sondern als jugendpolitisch, gewerkschaftlich und sozialdemokratisch engagierter Mensch. Und gut für Deutschland ist auch, dass eine solche Karriere möglich geworden ist. Dies kann und sollte künftige Generationen von PR-Leuten ermutigen.

## 11 Anhang

### 11.1 Die Autoren der Texte über Gerhard Pfeffer

T.L. = Tobias Liebert

G.BE. = Günter Bentele

Die Texte wurden Anfang 2021 erarbeitet und Anfang 2024 aktualisiert.

### 11.2 Literaturverzeichnis

*Arms*, Christian (2016): Der Pfeffer wird 500 – sieht man ihm gar nicht an! In: PR-Journal. 18. Januar 2016.

*Breyer*, Conrad (2019): Pfeffers PR-Ranking: Das sind die größten PR-Agenturen. In: W&V. 25. April 2019. Im Internet unter:

[https://www.wuv.de/agenturen/das\\_sind\\_die\\_groessten\\_pr\\_agenturen](https://www.wuv.de/agenturen/das_sind_die_groessten_pr_agenturen) (Abruf am 19. Januar 2021).

*Dillmann, Thomas* (24.02.2014): Ein „Urgestein“ der PR-Branche hatte Geburtstag: Gerhard A. Pfeffer wurde 70 Jahre alt. In: PR-Journal. 24. Februar 2019.

*Dillmann, Thomas* (08.02.2019): Glückwunsch Gerhard Pfeffer: Engagierter Streiter für die deutsche PR-Branche wird 75. In: PR-Journal. 8. Februar 2019.

*Eck, Klaus* (2008): Ge-Pfeffer-te Abmahnung. In: PR-Blogger. 11. April 2008. Im Internet unter: <https://pr-blogger.de/2008/04/11/abmahnung/> (Abruf am 19. Januar 2021).

*Fröhlich, Romy; Szyszka, Peter; Bentele, Günter* (Hg.) (2015): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.

GPRO (2019): GPRO gratuliert Dr. h.c. Günter F. Thiele und Gerhard Pfeffer. Berlin, 12. Februar 2019. Im Internet unter: <https://www.gpra.de/news/gpra-gratuliert-dr-h-c-guenter-f-thiele-und-gerhard-pfeffer/> (Abruf am 19. Januar 2019).

*Griepentrog, Wolfgang* (2019): Wie Kollegennetzwerke in der PR entstehen und was das ausmacht. Gerhard Pfeffer zum 75. Geburtstag. In: Glaubwürdig kommunizieren. Reflexion und Impulse für effizientes Kommunikationsmanagement. Blog von W. Griepentrog. 12. Februar 2019. Im Internet unter: <https://glaubwuerdigkeitsprinzip.de/wie-kollegennetzwerke-in-der-pr-entstehen/> (Abruf am 19. Januar 2021).

*Hacker, Patrick* (2009): Die Geschichte des DRPR. In: Avenarius, Horst; Bentele, Günter (Hg.) (2009): Selbstkontrolle im Berufsfeld Public Relations. Reflexionen und Dokumentation. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

*Jung, Hugo* (1988): Mut zur Wahrheit. 30 Jahre DPRG. In: PR-Magazin. Heft 3/1976. Remagen: Medienfachverlag Rommerskirchen. S. 26f.

*Kocks, Klaus* (2019): Vierte Gewalt oder Lügenpresse? Von der Alltagsgegenwart der Propaganda – Teil 3. In: PR-Journal. 25. Februar 2019.

*Kohrs, Uwe* (2019): Eine Branchenikone wird 75 – zum Geburtstag von Gerhard Pfeffer. In: PR-Journal. 11 Februar 2019.

*Meyer, Christoph* (2014): Deutschland zusammenhalten. Wilhelm Wolfgang Schütz und sein „unteilbares Deutschland“. In: Deutschland-Archiv. 28. Juli 2014. Im Internet unter: <https://www.bpb.de/geschichte/zeitgeschichte/deutschlandarchiv/188966/deutschland-zusammenhalten-wilhelm-wolfgang-schuetz-und-sein-unteilbares-deutschland> (Abruf am 7. Februar 2021)

Newsroom (2013): PR-Doyen Gerhard Pfeffer: ‚Siemens muss die vergangenen Jahre aufarbeiten‘. In: Newsroom.de. Das Portal für Journalisten. 15. August 2013. Im Internet unter: <https://www.newsroom.de/news/aktuelle-meldungen/leute-6/pr-doyen-...1> (Abruf am 19. Januar 2021).

*Pfeffer, Gerhard* (o.J.): Gerhard Pfeffer, PR-Berater. Lebenslauf Langfassung. Mehrmals aktualisiert.

*Pfeffer, Gerhard A. (1976): Das Hohe Haus. Der Deutsche Bundestag und seine Öffentlichkeit. In: PR-Magazin. Heft 3/1976. Remagen: Medienfachverlag Rommerskirchen. S. 38f.*

*Pfeffer, Gerhard (03.11.2008): Pfeffer neuer Herausgeber vom Benchmark-Empfehlungsspiegel für PR-Agenturen. In: PR-Journal. 3. November 2008.*

*Pfeffer, Gerhard (10.04.2014): Dankesworte von Gerhard Pfeffer nach der Award-Übergabe. In: PR-Journal. 10. April 2014.*

*Pfeffer, Gerhard (2014/12): Der Wandel der professionellen PR-Beobachter. Am Anfang war die Saugpost. In: 50 Jahre PR-Fachmedien. PR-Report Dezember 2014. S. 44f.*

*Pfeffer, Gerhard (2020): Interview am 5. November 2020 via Videokonferenz, geführt von Günter Bentele. Gesamtdauer (hh:mm:ss) 01:52:45.*

*Pfeffer, Gerhard (15.06.2020): Zum 700. PRJ-Newsletter I: Professionelle PR ist Grundlage guter Kommunikation. In: PR-Journal. 15. Juni 2020.*

*PR (1971-1975). Erste Zeitschrift für Public Relations (= teilweise wechselnde Untertitel, Vorgängerzeitschrift des PR-Magazins; Titel wechselt zur Jahresmitte 1975).*

*PR-Journal (13.04.2009): Branchen-Jubiläum - 45 Jahre PR und kein Stück leise: Gerhard Pfeffer. In: PR-Journals. 13. April 2009.*

*PR-Journal (10.04.2014): Gerhard Pfeffer erhält den „PR Report Award“ für sein Lebenswerk. In: PR-Journal. 10. April 2014.*

*PR-Journal (14.04.2014): Nach 10 Jahren: Chefredakteurswechsel beim PR-Journal von Gerhard Pfeffer zu Thomas Dillmann. In: PR-Journal. 14. April 2014.*

*PR-Journal (2020): Das Online-Portal für PR und Kommunikation. Im Internet unter: <https://pr-journal.de/> (Letzter Abruf am 4. Februar 2021)*

*PR-Magazin (verschiedene Jgg., insbes. 1976/77, 1984/85/86/92). Fachzeitschrift für Public Relations. Remagen: Medienfachverlag Rommerskirchen. Auch im Internet unter: <http://www.prmagazin.de/index.html>*

*PR-Magazin (1984): Neuer DPRG-Geschäftsführer ab September. In: PR-Magazin. Heft 8/1984. Remagen: Medienfachverlag Rommerskirchen. Rubrik Facts.*

*PR-Magazin (1986/1): Dem Nachwuchs Wege öffnen. In: PR-Magazin. Heft 1/1986. Remagen: Medienfachverlag Rommerskirchen. S. 22ff.*

*PR-Magazin (1986/5): Mitgliederversammlung. Meilensteine. In: PR-Magazin. Heft 5/1986. Remagen: Medienfachverlag Rommerskirchen. S. 58.*

*PR-Magazin (1992/3): Der Mohr kann gehen. Verband DPRG. In: PR-Magazin. Heft 3/1992. Remagen: Medienfachverlag Rommerskirchen. S. 36.*

PR-Report (2013/14). Magazin für Entscheider und Spezialisten aus den Bereichen Unternehmenskommunikation, Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit. Hamburg; Salzburg-Eugendorf: Johann Oberauer GmbH. Auch im Internet unter: <https://www.prreport.de/>

PR-Report (25.04.2013): „Mir geht es vor allem um den Mittelbau der Branche“. Interview mit Gerhard Pfeffer. Und: Bonjer, Matthias: „Pfeffer leitet die Saison ein“. In: PR-Report. 25. April 2013.

*Szyszka*, Peter: Berufsgeschichte Public Relations in Deutschland. In: Fröhlich u.a. (Hg.) (2015): Handbuch der Public Relations. Wiesbaden: Springer VS. S. 487-510.

*Tebrake*, Heinz-Georg (2019): Meinungspflege als Beruf. Etablierung und Professionalisierung der PR-Beratung in der Bundesrepublik Deutschland bis 1974. Wiesbaden: Springer VS. (Zugl.: Dissertation. Düsseldorf: H.-Heine-Univ., 2017).

*Tödttmann*, Claudia (2020): PR-Agenturen – Pfeffers PR-Kreativ-Ranking 2019: Serviceplan auf Platz eins gefolgt von BBDO und Achtung! In: WiWo (= Wirtschaftswoche). 5. Februar 2020. Im Internet unter: <https://blog.wiwo.de/management/tag/gerhard-pfeffer/> (Abruf am 19. Januar 2021).

*Vesper*, Sebastian (25.02.2014): Gerhard der Große. In: PR-Report. 25. Februar 2014.

Wikipedia (2021): Verschiedene Einträge.