



veröffentlicht durch *Bayerischer Journalisten Verband* (<https://www.bjv.de>)

[Startseite](#) > 20141009-Content Marketing: Alter PR-Wein in neuen, digitalen Schläuchen?

[FG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit](#) ^[1] | PresseClub München

Content Marketing: Alter PR-Wein in neuen, digitalen Schläuchen? ^[2]

Zeit:

Donnerstag, 23. Oktober 2014 - 19:00 Uhr

Ort:

PresseClub München e.V., Marienplatz 22, 80331 München

(Der Zugang zum Aufzug in die Clubräume erfolgt über das ?Bistro am Marienplatz?)

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

?Marken schaffen Orientierung in einer Welt des Überflusses?, heißt ein oft bemühter Leitsatz der Kommunikationsbranche. Doch Kunden wünschen heute weit mehr als nur Wiedererkennbarkeit und ein einheitliches Erscheinungsbild.

Mit der zunehmenden Digitalisierung unserer Welt, tritt der Faktor Dialog mehr und mehr in den Vordergrund, mit dem sich ein Unternehmen oder eine Organisation einen Expertenstatus in einem Fachgebiet durch Bereitstellung relevanter Inhalte erarbeiten kann. Ihre Marken sind fortan aufgefordert, sich nach innen wie nach außen zielgruppengerecht in unterschiedlichen Kanälen zu präsentieren.

Positive Beispiele zeigen, Marken erscheinen plötzlich menschlich, schaffen Vertrauen und lassen Konsumenten wie Mitarbeiter zu wahren Fans mutieren. Insofern versuchen Unternehmen und Organisationen, neue Schwerpunkte in ihrer Kommunikation zu setzen. Die PR hat dabei scheinbar die Nase vorn, da sie seit jeher inhaltlich orientiert arbeitet. Doch andere Disziplinen wie das Marketing holen auf und wollen ein großes Stück vom neu verteilten Kuchen abhaben.

Sven-Olaf Peeck, Geschäftsführer der crowdmedia GmbH (www.crowdmedia.de ^[3]), bietet in seinem Vortrag Einordnungen und Fallbeispiele zum Content Marketing, das die Kommunikationsbranche nachhaltig bewegt. Peeck wird u. a. der Frage nachgehen, ob es ggf. noch sinnvoll ist zwischen PR und Marketing als eigenständigen Disziplinen zu unterscheiden. Was müssen Unternehmen und Organisationen zukünftig beachten und

können klassische Verlage bzw. der Journalismus hiervon ebenfalls lernen und partizipieren?

Wir freuen uns auf einen impulsiven Vortrag in Hamburger Gangart, zu dem wir Sie herzlich einladen möchten:

Donnerstag, 23. Oktober 2014, 19:00 Uhr

PresseClub München e.V., Marienplatz 22, 80331 München

(Der Zugang zum Aufzug in die Clubräume erfolgt über das ?Bistro am Marienplatz?)

Aus organisatorischen Gründen bitten wir um Ihre verbindliche Anmeldung bis zum 21.

Oktober 2014 per E-Mail an: info@ihns-publicrelations.com [4] oder den unten genannten Kontakten des BJV.

Wir freuen uns, Sie vor Ort zu begrüßen.

Mit besten kollegialen Grüßen

Sascha Ihns [5], Michael Helmerich [6] und Till Stegmeier [7]

Vorstand Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit [8]

PS: Kennen Sie schon unsere Fachgruppe auf XING? Melden Sie sich am besten gleich an. Hier erhalten Sie verschiedene Veranstaltungshinweise, Diskussions- und Gastbeiträge aus der PR-Branche sowie vieles mehr direkt per Klick: http://bjvlink.de/xing_fg_pr [9].

Source URL: <https://www.bjv.de/termin/normaler-termin/20141009-content-marketing-alter-pr-wein-neuen-digitalen-schlaeuchen>

Links:

[1] <https://www.bjv.de/node/69>

[2] <https://www.bjv.de/termin/normaler-termin/20141009-content-marketing-alter-pr-wein-neuen-digitalen-schlaeuchen>

[3] <http://www.crowdmedia.de>

[4] <mailto:info@ihns-publicrelations.com>

[5] http://www.bjv.de/arbeitsgruppen_kp/nojs/user/171/xx

[6] http://www.bjv.de/arbeitsgruppen_kp/nojs/user/70/xx

[7] http://www.bjv.de/arbeitsgruppen_kp/nojs/user/249/xx

[8] <http://www.bjv.de/arbeitsgruppe/fg-presse-und-oeffentlichkeitsarbeit>

[9] http://bjvlink.de/xing_fg_pr