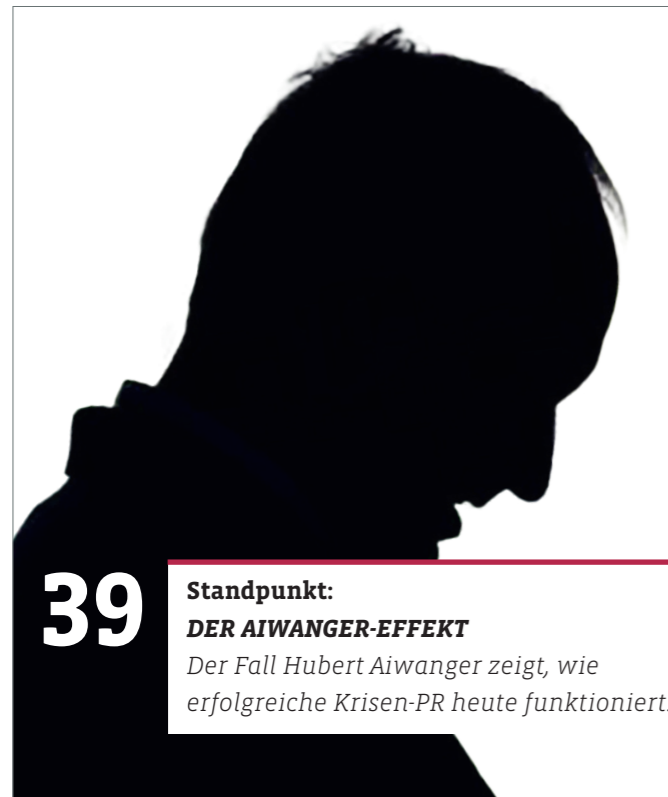




10

**Rewe Group:  
DIE AUßEN-  
MINISTERIN**

Bei dem Handelsriesen zieht Ines Schurin mit ihrem Team ein umfangreiches Change-Projekt durch.



39

**Standpunkt:  
DER AIWANGER-EFFEKT**

Der Fall Hubert Aiwanger zeigt, wie erfolgreiche Krisen-PR heute funktioniert.



44

**Transformationsprojekte:  
WORAN TRANSFORMATION SCHEITERT**

Viele Unternehmen tun sich schwer, ihre Kommunikation modern aufzustellen.

# Inhalt

02 ▶ 2024

**DIE ANALYSE**

**6 Elektromobilität:  
2024 – JAHR DER WEICHENSTELLUNG**  
Chinesische Autobauer gewinnen mit unkonventionellen Ideen verstärkt mediale Aufmerksamkeit.

**TITEL**

**10 Rewe Group:  
DIE AUßENMINISTERIN**  
Als Ines Schurin 2022 Kommunikationschefin des Handels- und Touristikonzerns wurde, war für sie klar: Die Kommunikation braucht eine neue Struktur, um dem hohen Tempo gerecht zu werden. Sie stieß ein umfangreiches Change-Projekt an, das sich nun bewähren muss.

**SCHLAGLICHTER**

**18 Künstliche Intelligenz:** Welche Autoren und Medien tun sich in der Berichterstattung über KI hervor? Convento hat für das prmagazin die Top Ten ermittelt.

**20 Bauernproteste:** Warum die Landwirte mit ihren Botschaften nicht wirklich durchdringen.

**22 Mein Buchtip:** Von Kristin Breuer, Verband Forschender Arzneimittelhersteller (vfa).

**23 Theorie & Praxis:** Mit der Identifikation von Desinformationskampagnen in Social Media beschäftigt sich auf den „Gelben Seiten“ Michaela Geierhos, Professorin für Data Science an der Universität der Bundeswehr München und Technische Direktorin

des Forschungsinstituts für Cyber Defence & Smart Data.

**24 Veganuary:** Wie aus der Idee eines veganen Probemonats eine weltweite, gemeinnützige Organisation und Kampagne wurde.

**25 Haltungskommunikation:** Dass sich Unternehmen politisch klar positionieren, war bislang die Ausnahme. Ist die Correctiv-Recherche zur AfD der Wendepunkt?

**26 Deichmann:** Warum der Schuhhändler seinen TikTok-Account trotz mehr als einer Million Follower gelöscht hat.

**27 GWPR-Kolumne:** Die Möglichkeiten effizienter interner Kommunikation bleiben oft ungenutzt, beobachtet Monique Zytник von Global Women in PR Deutschland.

**27 3 Fragen an ...:** Social-Media-Experte Felix Beilharz zum Phänomen „Bibi“.

**28 Apotheken:** In der Branche ist Streit um die neue Nachwuchskampagne der ABDA entbrannt.

**29 Lokalmedien:** Die Heimatpresse zu ignorieren, ist ein großer Fehler, warnt Christoph Sieder.

**HINTERGRUND**

**30 Pressestellentest:  
GETEILTES FELD**  
Klimaschützer fordern ein Werbeverbot für Mineralölkonzerne. Wie diese im Pressestellentest darauf reagieren? Teilweise exzellent, teilweise katastrophal. Besonders weit abgeschlagen: Shell und Aramco.

**34 Medienthemen & - trends:  
KONFLIKTE UND LICHTBLICKE**  
Der Ukraine-Krieg dominierte auch 2023 die öffentliche Wahrnehmung, wurde aber ab Oktober vom Krieg zwischen Hamas und Israel abgelöst. Zum vierten Mal hat pressrelations für das prmagazin die Top-Themen des Jahres untersucht.

**39 Standpunkt:  
DER AIWANGER-EFFEKT**  
Stakeholder tauschen sich heute in einer Vielzahl von Meinungsblasen vorwiegend mit Gleichgesinnten aus. Das verändert die Bedingungen für Krisenkommunikation. Erzählen wir also künftig allen nur noch, was sie jeweils hören wollen?

**44 Transformationsprojekte:  
WORAN TRANSFORMATION SCHEITERT**  
Kommunikation muss heute maximal flexibel, digital und zielgruppengerecht sein. Doch viele Unternehmen tun sich schwer, die Abteilung entsprechend aufzustellen. Organisationsberater erklären, worauf es ankommt – und warum solche Vorhaben oft scheitern.

**RUBRIKEN**

- 3 Editorial
- 19 Impressum
- 21 Kurz notiert
- 22 Sätze, die ich nicht mehr hören kann
- 22 Worte des Monats
- 50 Der Chat