

pr magazin

DAS MAGAZIN DER KOMMUNIKATIONSBRANCHE



DEMOS REICHEN NICHT

Thomas Voigt
über den Kampf
gegen Populismus

DIE STROMSAGA

Marc Langendorf erzählt
die E-Truck-Story von MAN



Nummer

10

Oktober

2024

G 06312
54. Jahrgang

SIEG DER SICHTBAREN

Bei den jüngsten Landtagswahlen
triumphieren die Medienstars

HERE COMES THE FLOOD

Wie Künstliche Intelligenz
den US-Wahlkampf dominiert



MAN Truck & Bus:
DIE STROMSAGA
Marc Langendorf erzählt
die Transformations-
story des Münchner
Nutzfahrzeugherstellers.

10



32 **Mitarbeiterbeteiligung:**
DIE KUNST DES TEILENS
Wie Agenturinhaber und Geschäftsführer
Top-Kräfte langfristig binden.



44 **Künstliche Intelligenz in der PR (12):**
HERE COMES THE FLOOD
Deepfakes und Desinformation: Digitale
Schattenakteure prägen den US-Wahlkampf.

Inhalt

10 ▶ 2024

DIE ANALYSE

6 Landtagswahlen:
MEDIENSTARS GLEICH WAHLSIEGER
Die Unicepta-Medienanalyse zu
Thüringen, Sachsen und Brandenburg
zeigt: Die siegreichen Kandidaten
dominierten schon vor dem Urnen-
gang die Berichterstattung.

TITEL

10 MAN Truck & Bus:
DIE STROMSAGA
Restrukturierung, Abgänge im Manage-
ment, Verunsicherung in der Beleg-
schaft: Inmitten von Turbulenzen
übernahm Marc Langendorf 2021
die Kommunikation des Lkw-Bauers.
Heute kann er auch zukunfts-
gerichtete Storys erzählen – vor
allem die von der E-Mobilität.

SCHLAGLICHTER

18 China: Diese deutschen Journalisten
und Medien tun sich in der Bericht-
erstattung besonders hervor.
20 Messenger-Apps: Die „Nebenkom-
munikation“ über WhatsApp und Co
kann zum Risiko werden, sagt die
Wirtschaftsrechtlerin Simone Kämpfer.
22 Litigation-PR: Thomas Knipp macht
die Krisen-PR für Till Lindemann
und Jérôme Boateng. Zuletzt geriet er
selbst ins Visier von Journalisten.
25 3 Fragen an ...: Ulrich Strack, Leiter IT
von Ritter Sport, zur Gamescom.

25 GWPR-Kolumne: Alleingänge sind
kein Erfolgsrezept, meint Kathrin
Stangl von Global Women in PR
Deutschland.
26 Mein Buchtip: Von Holger Paul,
Verband Deutscher Maschinen- und
Anlagenbau.
27 Theorie & Praxis: Kommunikation
ist ein zentraler Erfolgsfaktor, um
die Veränderungsfähigkeit von
Unternehmen zu erhöhen, schreiben
Hans-Joachim Gergs, Johannes
Aldinger und Matteo Scaravelli auf
den „Gelben Seiten“.
28 History Communication: Im Septem-
ber ist ein neuer DPRG-Arbeitskreis
entstanden. Die Mitinitiatoren
Matthias Koch und Moritz Strobel
erklären, warum die Disziplin aus
ihrer Sicht wichtiger wird – und wer
Nachholbedarf hat.

30 Mann beißt Hund: Die Hamburger
Full-Service-Agentur musste nach fast
einem Vierteljahrhundert schließen.
25 Mitarbeitende verlieren ihren Job.
Geschäftsführerin Nicola Wessing-
hage zieht Bilanz.

HINTERGRUND

32 Mitarbeiterbeteiligung:
DIE KUNST DES TEILENS
Ein starkes Team ist der Schlüssel
zum Erfolg jeder Agentur. Aber wie
binden Inhaber und Geschäftsführer
Top-Kräfte langfristig? Ein Überblick
über finanzielle und nicht-finanzielle
Maßnahmen.

38 Pressestellentest:
GANZ ODER GAR NICHT
Die Neuzulassungen von Elektro-
autos sind in Deutschland stark
zurückgegangen. Zu Gründen und
Gegenmitteln haben wir elf hier-
zulande tätige E-Autohersteller und
den VDA befragt. Die Leistungen:
sehr gemischt.

44 Künstliche Intelligenz in der PR (12):
HERE COMES THE FLOOD
Digitale Schattenakteure dominieren
im US-Wahlkampf zunehmend die
politische Bühne. Von Deep Fakes
bis hin zu personalisierten Desinfor-
mationskampagnen: KI spielt eine
zentrale Rolle – sowohl als Mittel
der Manipulation als auch im Kampf
gegen Falschinformationen.

DIE LETZTE SEITE

50 Demos reichen nicht: Die Erfolge von
AfD und BSW zeigen, dass der Kampf
gegen Populismus hinter der Brand-
mauer errungen werden muss. Ein
Gastkommentar von Thomas Voigt,
Leiter Kommunikation und Public
Affairs der Otto Group.

RUBRIKEN

3 Editorial
21 Kurz notiert
26 Sätze, die ich nicht mehr hören kann
26 Worte des Monats
47 Impressum