

27.03.2017 - 10:31 Uhr

## Die große Falle: Neues Whitepaper zu Fake News und ihrer Bedeutung für die PR

WHITEPAPER HERUNTERLADEN  
<http://ots.de/fiRBv>

Hamburg (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter  
<http://www.presseportal.de/pm/6344/3596025> -

Ob US-Präsidentchaftswahl, Brexit oder die Flüchtlingsdebatte: Kaum ein Großereignis, das nicht von gefälschten Nachrichten begleitet wird. Warum ist das nicht nur für Politik und Medien schlecht, sondern auch für die PR? Und was muss die professionelle Kommunikation jetzt tun? Diese Fragen beantwortet die dpa-Tochter news aktuell in ihrem neuen Whitepaper. Titel: "Die große Falle: Was das Phänomen Fake News für Kommunikation und PR bedeutet".

Fake News zersetzen das Vertrauen der Menschen in die Medien. Inwiefern steht damit auch die Glaubwürdigkeit der Unternehmenskommunikation auf dem Spiel? Und welche Maßnahmen sollten Kommunikatoren ergreifen, um glaubwürdig zu bleiben? Antworten liefert das kostenfreie Whitepaper von news aktuell. Es skizziert die neuen Herausforderungen für die PR im Kontext einer medialen Vertrauenskrise durch Fake News und zeigt auf, was PR-Profis tun können, wenn ihr Unternehmen und ihre Marke durch Falschinformationen in eine Schieflage geraten.

Experten aus Medien und PR kommen zu Wort: dpa-Chefredakteur Sven Gösmann erörtert, welche Strategien die größte deutsche Nachrichtenagentur gegen Falschnachrichten entwickelt hat. Der britische Publizist Paul Holmes erklärt, wie Unternehmen ihr Krisenmanagement angesichts der neuen Geschwindigkeit, mit der sich Fake News verbreiten, anpassen sollten. Warum es heute bei professionellen Kommunikationsstrategien noch stärker auf saubere Recherchen, Fakten und Argumentationen ankommt als früher, erklärt Axel Wallrabenstein von der PR-Agentur MSLGROUP Germany.

Inhalt:

- Fünf Gründe warum Fake News die Kommunikation nachhaltig verändern
- Vom Lacher bis zum Image-Schaden: Fake News und ihre Bedeutung für PR-Profis
- "Ehrlichkeit ist der beste Weg im Umgang mit Medien": Interview mit Sven Gösmann, Chefredakteur der Deutschen Presse-Agentur (dpa)
- Das Vertrauen in die etablierten Medien schließt die Suche nach Alternativen nicht aus: Zahlen und Fakten zu Medien-Wahrnehmung und -Nutzung
- "Unternehmen müssen in Echtzeit reagieren können": Interview mit Paul Holmes von The Holmes Report
- "Mangelnde Glaubwürdigkeit macht die Kommunikation schwieriger": Interview mit Axel Wallrabenstein, Chairman der MSLGROUP Germany
- Mit Ehrlichkeit und gutem Handwerk zu mehr Vertrauen und Glaubwürdigkeit: Kommunikationsexperten aus Unternehmen, Behörden und Agenturen über die Bedeutung von Fake News für die PR (Christiane Schulz / Weber Shandwick, Barbara Schädler / E.ON SE, Susanne Hudelist / ikp Wien, Susanne Marell / Edelman.ergo, David Faulhaber / Polizeipräsidium Mannheim, Dominik Höch / Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Lina Mallon / Lifestylebloggerin & Kolumnistin)
- Was wird gegen Fake News getan? Medien-Initiativen gegen gefälschte Nachrichten

Download Whitepaper:

"Die große Falle: Was das Phänomen Fake News für Kommunikation und PR bedeutet" (PDF)

[www.newsaktuell.de/fake-news](http://www.newsaktuell.de/fake-news)

Kontakt:

news aktuell GmbH

Jens Petersen

Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon: 040/4113 - 32843  
petersen@newsaktuell.de  
<http://twitter.com/jenspetersen>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001562/100800656> abgerufen werden.