

Die Presse, 17.6.09

Ethik-Appell an PR und Medien

Bezahlte Artikel, die als redaktionelle Beiträge getarnt sind, werden immer häufiger. Das Phänomen greife „wie eine Seuche in der gesamten Printbranche um sich“, auch Qualitätsmedien seien davon längst nicht mehr ausgenommen, kritisiert Wolfgang Langenbacher, Vorsitzender des Ethik-Rates für Public Relations gegenüber der APA. Daher richtet der PR-Ethik-Rat nun einen Appell an Zeitungen, Werbung und PR-Branche, um sich gemeinsam für mehr Transparenz bei der Kennzeichnung entgeltlicher Beiträge in Medien einzusetzen.

PR-Fusion: Pleon und Ketchum

Der PR-Riese Pleon, Marktführer in Europa, schließt sich mit der weltweit tätigen Agentur Ketchum zusammen. Damit – 103 Büros in 66 Ländern mit 2000 Mitarbeiter – zählt diese nun zu den fünf größten PR-Agenturen der Welt.