

# **Content Marketing: Die spezielle Logik ihrer Lobbyisten**

Ganz frisch erschienen: Mein (ausführlicher) Essay in der wissenschaftlichen Zeitschrift Journalistik, der sich mit Äußerungen und Argumenten führender Content Marketiers wie Klaus Eck oder Andreas Siefke auseinandersetzt. Ihre Fürsprache für das Content Marketing resultiert vor allem aus der Kritik am real existierenden Journalismus. Ist da was dran? Oder handelt es sich eher um eine Form des Gattungsmarketings für die Branche?