



SGKM Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

SSCM Société suisse des sciences de la communication et des médias

SSCM Società svizzera di scienze della comunicazione e dei media

Probleme der Wirtschaftskommunikation

Tagung der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM)

Tagungsgebühren für Freitag und Samstag (inkl. Pausengetränke):

Mitglieder SGKM	150.—
Nichtmitglieder	180.—
Studierende (Legi vorweisen!)	50.—

Der Tagungsbeitrag wird beim Eintritt bar einkassiert. Die Anmeldung ist verbindlich. Angemeldeten, welche nicht an der Tagung erscheinen, werden die Gebühren nachträglich in Rechnung gestellt.

Am Freitag, 2.4.2004 findet ein Abendessen, am Samstag, 3.4.2004 ein Mittagessen statt. Wer daran teilnehmen will, muss dies bei der Anmeldung erwähnen zwecks Reservation. Das Essen ist nicht in der Tagungsgebühr enthalten.

Hotelbuchungen übernimmt jede/r selbst. Die Hotels auf der beigefügten Liste gewähren Vergünstigung.

Anmeldung bis 5. März 2004 an: Institut für Medienwissenschaft
der Universität Bern
Monika Remund
Lerchenweg 36, 3000 Bern 9

Tel. 031/631 48 40 Fax: 031 63143 40
E-Mail: über unsere Homepage:
www.imw.unibe.ch/

Die Tagung wird unterstützt von:



SRG SSR idée suisse

Das Wirtschaftssystem ist heute mehr denn je der Öffentlichkeit ausgesetzt. Wirtschaftliche Unternehmen müssen ihr Handeln nicht nur gegenüber ihren Kapitaleignern und Angestellten rechtfertigen, sondern auch gegenüber der Gesellschaft. Wirtschaftskommunikation umfasst in diesem Sinn drei Säulen: Die Wirtschaft steht über die Werbung, über die Public Relations und über die Wirtschaftsberichterstattung der Medien in einer kommunikativen Beziehung zur Öffentlichkeit, und diese Beziehung ist nicht frei von Problemen. Damit werden Fragen aufgeworfen, mit denen sich die Kommunikations- und Medienwissenschaft befassen muss. Es sind Fragen zur Produkte-/Leistungsdarstellung der Wirtschaft (Werbekommunikation), zur Selbstdarstellung der Wirtschaft (Public Relations) und zur Fremddarstellung der Wirtschaft (Wirtschaftsjournalismus).

Freitag, 2. April 2004, 13.00 – 20.00 Uhr
Samstag, 3. April 2004, 9.00 – 16.30 Uhr

Universität Bern
Unibler, Lerchenweg 36, 3012 Bern

Veranstalter der Tagung ist die SGKM. Konzipiert und organisiert und wird sie vom Institut für Medienwissenschaft der Universität Bern

Freitag, 2. April 2004

- 13:00 Empfang; Kaffee
13:30 Begrüssung/Einleitung: *Prof. Roger Blum*, Universität Bern

Panel 1: Werbekommunikation

- Diskussionsleitung: *Prof. Matthias Steinmann*,
SRG SSR Idée Suisse, Forschungsdienst
- 13:40 Keynote-Referat 1: *Prof. Michael Schenk*, Universität Hohenheim
Grosse Publizität – geringe Wirkung? Erkenntnisse der Werbewirkungsforschung
- 14:10 *Prof. Gabriele Siegert/Sibylle Eberle* (Universität Zürich): **Die Werbebranche der Schweiz und Kommerzialisierung der Kommunikation**
14:30 *Karin Pühringer* (Universität Zürich): **Die Schoggi-Connection: Product-Placement und Sponsoring nach Schweizer Art**
14:50 *Erwin Weibel* (Publigruppe): **Werbeplanung und Medienforschung**
- 15:10 Diskussion
15:30 Pause
15:45 *Andrea Ochsner* (Universität Bern): **Werbewirtschaft und sozialer Wandel. Residuale, dominante und emergente Elemente in der postmodernen Werbung**
- 16:05 *Gilles Lugin* (Université de Lausanne) : **Une stratégie d'exception: intertextualité publicitaire**
- 16:25 *Noëmi Ranft* (Universität Bern): **Intertextualität als Werbestrategie**
16:45 Diskussion
17:05 Schluss
- 17:15 Jahresversammlung der SGKM
- 18:30 **30 Jahre SGKM**
Prof. Roger Blum „Gestern – heute – morgen: ein Fach wird erwachsen“
- Podiumsgespräch: **„Kommunikations- und Medienwissenschaft: Was bringt die Theorie der Praxis? Was nützt die Praxis der Theorie?“**
Leitung: : *Christian Mensch*, (Ressortleiter „Basler Zeitung“)
Teilnehmende: *Prof. Philomen Schönhagen* (Universität Fribourg),
Prof. Ulrich Saxer (em., Universität Zürich), *Elisabeth Pestalozzi*
(Schweizer Radio DRS), *Dr. Pascal Ihle* („Neue Zürcher Zeitung“)
- 20:00 Schluss

Samstag, 3. April 2004

Panel 2: Public Relations

- Diskussionsleitung: *Cyrrill Meier* (Direktor SPRI)
- 9:00 Beginn: Keynote-Referat 2: *Dr. Peter Metzinger* (Unternehmensberater)
Business campaigning – Was Unternehmen von NGOs lernen können
- 9:30 *Prof. Ulrike Röttger* (Universität Münster)/*Dr. Jochen Hoffmann* (Universität Bern)
Auf verschlungenen Pfaden? Ausbildung und Berufswege von PR-Akteuren in der Schweiz
- 9:50 *Christoph Spurk/Yves Zischek* (Zürcher Hochschule Winterthur):
Qualifikationsanforderungen an Hochschulabsolventen im Berufsfeld Unternehmenskommunikation
- 10:10 Pause
10:30 *Karin Güller/Dr. Simone Huck* (Universität Hohenheim): **Kommunikation mit den Kunden: eine theoretisch-empirische Bestandsaufnahme**
- 10:50 *Prof. Peter Szyszka* (Zürcher Hochschule Winterthur): **Manipulation oder Mitteilung? Zum Verhältnis von Produkt-PR und Journalismus**
- 11:10 Diskussion

Panel 3: Wirtschaftsjournalismus

- Diskussionsleitung: *Dr. K. Speck* („Handels-Zeitung“, Dozent Universität Bern)
- 11:25 *Mark Eisenegger/Matthias Vonwyl* (Universität Zürich): **Faktoren wachsender öffentlicher Exponiertheit von ökonomischen Organisationen**
- 11:45 *Prof. Stefan Russ-Mohl/Andrea Höhne* (Universität der italienischen Schweiz): **Zur Ökonomik von Wirtschaftsjournalismus und Corporate Communication**
- 12:05 Diskussion
- 12:20 Mittagspause
- 14:15 *Dr. Edi Kradolfer* (Medienwissenschaftler): **Mediale Perspektiven der Wirtschaftsentwicklung. Am Beispiel der NZZ-Konjunkturberichterstattung**
- 14:35 *PD Dr. Ulla Kleinberger* (Universität Zürich):
Sprachliche Herausforderung der Wirtschaftsberichterstattung im Fernsehen
- 14:55 *David Tolivia* (Université de Lausanne):
Une Stratégie de masquade: publicité rédactionnelle
- 15:15 Diskussion
- 15:35 Abschliessendes Podiumsgespräch: **„Kommuniziert die Wirtschaft richtig?“**
Leitung: *Dr. Josef Trappel* (Universität Zürich und Dozent Universität Bern)
Teilnehmende: *Nicole Loeb* (Loeb AG Bern), *Lisa Humbert-Droz* (PR-Fachfrau),
Prof. Gabriele Siegert (Universität Zürich), *Dr. Kurt Speck* („Handelszeitung“),
Marc Badertscher („Wochezeitung“), *CEO eines grösseren Unternehmens*
(noch offen)
- 16:45 Schluss
Apéro

