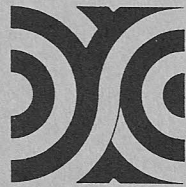


MEDIENWISSENSCHAFT SCHWEIZ SCIENCE DES MASS MÉDIAS SUISSE



2/2004

Probleme der Wirtschaftskommunikation

Tagung der SGKM vom 2./3. April 2004

Aus dem Inhalt:

Werbekommunikation

Mit Beiträgen von Michael Schenk, Gabriele Siegert/Sibylle Eberle, Karin Pühringer/Martin Bloch/
Natalie Puipe, Andrea Ochsner und Noëmi Ranft

Public Relations

Mit Beiträgen von Peter Metzinger, Jochen Hoffmann/Ulrike Röttger, Christoph Spurk/
Yves Zischek/Vinzenz Wyss, Simone Huck/Karoline Güller und Peter Szyszka

Wirtschaftsjournalismus

Mit Beiträgen von Mark Eisenegger/Matthias Vonwil, Andrea Höhne/Stephan Russ-Mohl,
Edi Kradolfer und Ulla Kleinberger

Personalien – Mitteilungen und Informationen – Stellenausschreibungen

SGKM Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft
SSCM Société suisse des sciences de la communication et des médias
SSCM Società svizzera delle scienze della comunicazione e dei media

Inhalt

Gaetano Romano

Editorial 1

Wirtschaftskommunikation: drei Säulen

Roger Blum

Einleitung zum Schwerpunkt dieser Nummer 3

Werbekommunikation

Michael Schenk

Grosse Publizität – geringe Wirkung?

Erkenntnisse der Werbewirkungsforschung..... 5

Gabriele Siegert, Sibylle Eberle

Kommerzialisierung der Kommunikation:

Die Werbebranche der Schweiz und die Hybridisierung der Kommunikationsangebote..... 13

Karin Pühringer, Martin Bloch, Natalie Puippe

Die Schoggi-Connection. Product Placement &

Sponsoring – geniessen nach Schweizer Art..... 19

Andrea Ochsner

Über den narrativen Charakter von Werbetexten.

Werbung und sozialer Wandel aus der Sicht der

Cultural Studies..... 23

Noëmi Ranft

«Ein Vampir stirbt nicht!»

Intertextualität in der Werbung 36

Public Relations

Peter Metzinger

Strategien der Zielerreichung.

Möglichkeiten erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit 42

Jochen Hoffmann, Ulrike Röttger

Auf verschlungenen Pfaden.

Berufswege von PR-Akteuren in der Schweiz..... 45

Christoph Spurk, Yves Zischek, Vinzenz Wyss

Qualifikationsanforderungen an den Kommunikator FH.

Sechs Thesen zu Ausbildungsansprüchen der Praxis .. 52

Simone Huck, Karoline Güller

Kommunikation mit dem Kunden. Eine theoretische und empirische Bestandesaufnahme 61

Peter Szyszka

Manipulation oder Informationsvermittlung?

Zum Verhältnis von Produkt-PR und Journalismus... 72

Wirtschaftsjournalismus

Mark Eisenegger, Matthias Vonwil

Die Wirtschaft im Bann der Öffentlichkeit.

Ursachen und empirische Evidenzen für die erhöhte öffentliche Exponiertheit ökonomischer Organisationen seit den 90er Jahren..... 80

Andrea Höhne, Stephan Russ-Mohl

Zur Ökonomik von Wirtschaftsjournalismus und

Corporate Communication: Finanzberichterstattung

und Risiko-Kommunikation als Beispiele 90

Edi Kradolfer

Die Konjunktur in der Wirtschaftsberichterstattung.

Das Beispiel der monatlichen Konjunkturanalyse

der NZZ..... 102

Ulla Kleinberger

Mediale Einbettung von Textsorten und von Texten.

Am Beispiel von Laien und Experten in der Wirtschaftsberichterstattung am Fernsehen und im Internet 109

Personalien

Geburtstage

Daniel Süss

Christian Doelker wird 70..... 116

Mitteilungen und Informationen 117

Stellenausschreibungen..... 119

Impressum..... 3. Umschlagseite