

Themen und Abfolge der Veranstaltungen

SYSTEMATISCHE GRUNDLEGUNG

1. Veranstaltung (12. April)

„Corporate Publishing und Kommunikationsmanagement.“

Theoretische und historische Grundlagen von Unternehmenspublizistik“

*Prof. Dr. Günter Bentele,
Universität Leipzig*

2. Veranstaltung (19. April)

**„Corporate Publishing und Marketing:
Zwei Welten auf dem Weg zueinander?“**

*Dr. Dieter Brecheis, Marketing
Management Maur (CH)*

WICHTIGE ASPEKTE DES CP

3. Veranstaltung (26. April)

„Wes` Brot ich ess`, des` Lied ich sing?“

Selbstverständnisse und Berufscodizes in Journalismus und Corporate Publishing“
*Jürgen Bischoff, Redakteur beim
Lufthansa Magazin und Lufthansa Exclusive (G+) Corporate Media) und dort zuständig für die Bereiche Business, Technology und Konzern-Themen*

4. Veranstaltung (3. Mai)

„Corporate Publishing in einem Großunternehmen:

Strategien, Instrumente und Organisation (am Fallbeispiel eines Unternehmens)“

Toni Lösch, Leiter Unternehmenskommunikation Siemens AG, Region Deutschland, Berlin

5. Veranstaltung (10. Mai)

„Die Zeitschrift als Mediengattung, ihre typischen Elemente und Strukturen.“

Perspektiven einer medialen Arbeitsteilung zwischen Print und Online, Möglichkeiten und Grenzen von Cross-Media“

Dr. Jochen Schlevoigt, Universität Leipzig

6. Veranstaltung (24. Mai)

„Corporate Publishing im Spannungsfeld zwischen Unternehmensbotschaften, redaktionellen Ansprüchen, Kundenwünschen und Leserinteressen. Dialogstrategien in Kundenzeitschriften“

*Dr. Jürgen Bermes,
Geschäftsführer KOMMIT Medien*

(17. Mai = Pfingstpause)

7. Veranstaltung (31. Mai)

„Ziele und Qualitätskriterien, Wirkungen und Erfolgskontrolle:

Methoden, Probleme und Fallbeispiele der Evaluation von Unternehmenspublikationen“ *Dr. Tobias Liebert, LiSA c/o Universität Leipzig*

8. Veranstaltung (7. Juni)

„Corporate, corporate! Unternehmensmedien im Einklang mit Corporate Identity (CI) und Corporate Design (CD).

Gestaltungsregeln im Vergleich zu Publikumszeitschriften“
*Harald Burghardt,
Geschäftsführer Medienwerkstatt Nord*

9. Veranstaltung (14. Juni)

„Berufsrollen, Arbeitsprozess und Organisation im Corporate Publishing.

Auftraggeber und Dienstleister, Unternehmen und „Macher“, Interne und Externe Hand in Hand?“
*Wolf Dammann, Geschäftsführer
Redaktion-4*

10. Veranstaltung (21. Juni)

„Textsorten und Kommunikationsfunktion von Unternehmensmedien am Beispiel der Kundenzeitschriften.

Wirkungsmechanismen von Corporate Publishing aus linguistischer und kommunikationsanalytischer Sicht“
Markus Hardenbicker, Prokurist und PR-Senior-Berater bei wbpr Public Relations GmbH München (Unterföhring)

EINZELNE TYPEN VON KUNDENZEITSCHRIFTEN

11. Veranstaltung (28. Juni)

„Konzept Autozeitschrift: Fallbeispiel Audi“

Ullrich Schwarze, Objektleitung/Internationale Koordination Audi Magazin

12. Veranstaltung (5. Juli)

„Konzept Energiezeitschrift:

Fallbeispiel E.ON“
*Roland Schilhab, Leiter Marketing
E.ON Bayern und Sandra Turner*

ZUSAMMENFÜHRUNG

13. Veranstaltung (12. Juli)

„Bedroht Corporate Publishing die etablierte Medienlandschaft?“

Auswirkungen von Unternehmensmedien auf Mediennutzung, Anzeigenmarkt und Vertriebswege“
N.N. (WAZ Gruppe)

14. Veranstaltung (19. Juli)

Abschlussklausur