

Dr. Tobias Liebert
Kommunikationswissenschaftler und -berater; Dipl.-Journ.
Rosa-Luxemburg-Str. 6
06667 Weißenfels

**Literaturhinweise zur Ringvorlesung von
Bentele, Günter; Liebert, Tobias; Bayer, Frank; Janetzki, Herbert
an der Universität Leipzig:
„Corporate Publishing“**

(Vorläufige Literaturliste)

Vorlesung wöchentl. Di. 19-21 Uhr Raum: HS 21 Beginn: 12.04.05

In der Ringvorlesung stellen Praktiker und Wissenschaftler Grundlagen und Praxisbeispiele des Corporate Publishing (CP) und einzelner Unternehmensmedien (insbesondere Kundenzeitschrift) vor. CP-Instrumente operieren häufig an der Schnittstelle zwischen PR und Journalismus, indem sie sich als externe PR-Medien bzw. als Medien interner Kommunikation an journalistischen Kriterien orientieren bzw. journalistische Methoden nutzen. Zugleich verknüpfen sie PR-, Werbe- und Marketing-Funktionen und bedienen Interessen von Herausgebern und Lesern.

Die Ringvorlesung ist ein Kooperationsprojekt der Universität Leipzig, der LiSA-Agentur für PR und Projektforschung und dem CP-Dienstleister Trurnit Gruppe. Sie stellt das erste Modul einer „Corporate-Publishing-Akademie“ dar, die in den kommenden Semestern mit Praxisseminaren und Projektarbeit fortgesetzt wird. Die Ringvorlesung kann unabhängig davon besucht und mit einem Wissenstest, d. h. einer schriftlichen Klausur (Übungsschein) abgeschlossen werden.

Literatur (Auswahl)

- Bentele, Günter; Piwinger, Manfred; Schönborn, Gregor (Hg.): Kommunikationsmanagement. Strategien, Wissen, Lösungen. Loseblattsammlung. Neuwied u. a.: Luchterhand, 2003ff.
- Bischl, Katrin: Die Mitarbeiterzeitung. Kommunikative Strategien der positiven Selbstdarstellung von Unternehmen. Wiesbaden: Westdeutscher Verl., 2000.
- Brielmaier, Peter; Wolf, Eberhard: Zeitungs- und Zeitschriftenlayout. Konstanz: UVK Medien, 1997.
- Bungert, Gerhard: Einfach gut schreiben. München, 1997.
- Cauers, Christian: Mitarbeiterzeitschriften heute - Flaschenpost oder strategisches Medium? Wiesbaden: VS, 2005.
- Eggersmann, Horst: Die Kundenzeitschrift in Deutschland. Rechtstatsachen und Rechtsproblematik. München, 1975.
- Eicher, Michaela: Kundenzeitschriften: Imagegestaltung im Zeitschriftenformat. Und: Giovanelli, Iris: Kundenzeitschriften zwischen Public Relations und Journalismus. Struktur, Nachrichtenwerte und Qualität. Lizentiatsarbeit. Zürich: Univ., Inst. f. Publizistikwissenschaft u. Medienforschung, 2004.
- Fünfgeld, Brigitte: Die Kundenzeitschrift als Instrument der Public Relations. Ein Vergleich von Publikationen ausgewählter Unternehmen der Informations- und Kommunikationsbranche. Heiterheim, 1990.
- Handbuch Corporate Publishing. Fakten, Trends und Perspektiven. Konzeption, Herstellung und Vertrieb von Kundenzeitschriften. Hrsg. von der Deutschen Post AG. München: Europa-Fachpresse-Verlag, 2000.
- Happes, Wolfgang: Kundenzeitschriften als strategisches Instrument der Öffentlichkeitsarbeit. Bietigheim-Bissingen: IKD, 1992.
- Hardenbicker, Markus: Kundenzeitschriften: ein linguistischer Beschreibungsansatz auf kommunikationsanalytischer Grundlage. Frankfurt (Oder): Viademica-Verl., 1999.
- Kerlikowsky, Horst: Die Kundenzeitschrift. Ein Public-Relations-Problem unter der Berücksichtigung der Werks-, Haus- und Aktionärszeitschrift sowie der Gratis-Anzeiger. Berlin, 1967.
- Kloss, Ingomar: Werbung. München, Wien: Oldenbourg, 2000.
- Kundenzeitschriften: ... Kontrolle ist besser. In: PR-Magazin. Heft 8/Jg. 2002. S. 34 - 37.
- Mast, Claudia (Hg.): ABC des Journalismus. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit. Konstanz: UVK Medien, 1998.
- Meisert, Hansjürgen: Mitarbeiter besser informieren. Theorie und Praxis der Unternehmenspublizistik. Ein Handbuch für die redaktionelle Arbeit. Frankfurt a. M., 1993.
- Müller, Frank: Die Kundenzeitschrift in der Unternehmenskommunikation. Eine empirische Untersuchung über Funktion, Wirkungen, Erfolg und Management eines Instruments der Unternehmenskommunikation. St. Gallen: Universität, Dissertation, 1998.
- Müller, Frank: Die Renaissance der Kundenzeitschrift. Mit einem klassischen Medium erfolgreich neuen Herausforderungen begegnen. Ottobrunn: Trurnit, 1999.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Das eigene Blatt wirkt als Beziehungspfleger. In: Corporate Publishing Review. 05/2000. S. 14-15.
- Rager, Günther: Unternehmenskommunikation im Wandel. In: Handbuch PR. Loseblattsammlung. Neuwied, Kriftel: Luchterhand. Ergänzungslieferung vom 23. November 2000. 3.228. S. 1-28.
- Rota, Franco P. (2002): Public Relations und Medienarbeit: effektive Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen im Informationszeitalter. München: Dt. Taschenbuch-Verlag/Beck, 2002.
- Urban, Dieter: Text-Design. Zur Gestaltung sprachlicher und bildsprachlicher Kommunikation. München, 1994.
- w&v (16/2001). Werben und Verkaufen. Analysen & Trends: Kundenmagazine. 20. April 2001.

Einschlägige Fachzeitschriften und Informationsquellen im Internet.

Magisterarbeiten im PR-Archiv des Lehrstuhles ÖA/PR der Univ. Leipzig.