

**Zeitschrift:** Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse  
**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft  
**Band:** - (2004)  
**Heft:** 2: a

## **Inhaltsverzeichnis**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 02.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Inhalt

<i>Gaetano Romano</i>	
Editorial .....	1
<b>Wirtschaftskommunikation: drei Säulen</b>	
<i>Roger Blum</i>	
Einleitung zum Schwerpunkt dieser Nummer .....	3
<b>Werbekommunikation</b>	
<i>Michael Schenk</i>	
Grosse Publizität – geringe Wirkung?	
Erkenntnisse der Werbewirkungsforschung.....	5
<i>Gabriele Siegert, Sibylle Eberle</i>	
Kommerzialisierung der Kommunikation:	
Die Werbebranche der Schweiz und die Hybridisierung	
der Kommunikationsangebote.....	13
<i>Karin Pühringer, Martin Bloch, Natalie Puppe</i>	
Die Schoggi-Connection. Product Placement &	
Sponsoring – geniessen nach Schweizer Art.....	19
<i>Andrea Ochsner</i>	
Über den narrativen Charakter von Werbetexten.	
Werbung und sozialer Wandel aus der Sicht der	
Cultural Studies.....	23
<i>Noëmi Ranft</i>	
«Ein Vampir stirbt nicht!»	
Intertextualität in der Werbung .....	36
<b>Public Relations</b>	
<i>Peter Metzinger</i>	
Strategien der Zielerreichung.	
Möglichkeiten erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit .....	42
<i>Jochen Hoffmann, Ulrike Röttger</i>	
Auf verschlungenen Pfaden.	
Berufswege von PR-Akteuren in der Schweiz.....	45
<i>Christoph Spurk, Yves Zischek, Vinzenz Wyss</i>	
Qualifikationsanforderungen an den Kommunikator FH.	
Sechs Thesen zu Ausbildungsansprüchen der Praxis ..	52
<i>Simone Huck, Karoline Güller</i>	
Kommunikation mit dem Kunden. Eine theoretische	
und empirische Bestandesaufnahme .....	61
<i>Peter Szyszka</i>	
Manipulation oder Informationsvermittlung?	
Zum Verhältnis von Produkt-PR und Journalismus...	72
<b>Wirtschaftsjournalismus</b>	
<i>Mark Eisenegger, Matthias Vonwil</i>	
Die Wirtschaft im Bann der Öffentlichkeit.	
Ursachen und empirische Evidenzen für die erhöhte	
öffentliche Exponiertheit ökonomischer Organisationen	
seit den 90er Jahren.....	80
<i>Andrea Höhne, Stephan Russ-Mohl</i>	
Zur Ökonomik von Wirtschaftsjournalismus und	
Corporate Communication: Finanzberichterstattung	
und Risiko-Kommunikation als Beispiele .....	90
<i>Edi Kradolfer</i>	
Die Konjunktur in der Wirtschaftsberichterstattung.	
Das Beispiel der monatlichen Konjunkturanalyse	
der NZZ .....	102
<i>Ulla Kleinberger</i>	
Mediale Einbettung von Textsorten und von Texten.	
Am Beispiel von Laien und Experten in der Wirtschafts-	
berichterstattung am Fernsehen und im Internet .....	109
<b>Personalien</b>	
<b>Geburtstage</b>	
<i>Daniel Süß</i>	
Christian Doelker wird 70.....	116
<b>Mitteilungen und Informationen .....</b>	
<b>Stellenausschreibungen.....</b>	117
<b>Impressum.....</b>	119
	3. Umschlagseite