

Zu den Autorinnen und Autoren

ANDRES, SUSANNE, Dr. phil., geb. 1972, studierte in Essen, Dublin und Berlin Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, englische Philologie und neuere Geschichte. Sie hat im Rahmen einer Promotionsförderstelle an der Universität Leipzig bei Prof. Dr. Günter Bentele über internationale Public Relations promoviert. Praktische Erfahrungen im PR-Bereich sammelte sie in Berlin, Paris und New York.

BAERNS, BARBARA, Dr. phil., geb. 1939, ist Professorin und Leiterin des Studienschwerpunkts Öffentlichkeitsarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin. Sie war jahrelang hauptberuflich im politischen Journalismus und in der Öffentlichkeitsarbeit tätig und von 1982 bis 1989 Professorin für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Ruhr-Universität Bochum. Veröffentlichungen zu den Möglichkeiten und Grenzen der Informationsverarbeitung durch das Mediensystem, zu Problemen der Öffentlichkeitsarbeit sowie zur Journalismus- und Mediengeschichte der früheren DDR.

GELSE, NORBERT, Diplom-Psychologe, geb. 1955, ist Leiter Unternehmenskommunikation bei Hewlett-Packard (HP) Deutschland GmbH. Er ist Mitglied der Geschäftsleitung der HP Deutschland GmbH und hatte bei HP seit 1991 verschiedene Managementpositionen im Marketing, Vertrieb und in der Unternehmensentwicklung inne. Gelse ist Lehrbeauftragter für Wirtschaftspsychologie an der Universität Tübingen und für Unternehmenskommunikation an der Universität Hohenheim.

HERBST, DIETER, Dr. phil., geb. 1960, ist Honorarprofessor für strategisches Kommunikationsmanagement an der Universität der Künste Berlin. Er war 15 Jahre lang Mitarbeiter in der Unternehmenskommunikation eines globalen Konzerns und ist Autor zahlreicher Bücher, darunter ‚Krisen meistern mit PR‘, ‚Internet-PR‘, ‚Public Relations‘, ‚Corporate Identity‘, ‚Praxishandbuch Unternehmenskommunikation‘.

KLENK, VOLKER, Dr. phil., geb. 1962, ist Managing Partner der Klenk & Hoursch Partner für strategische Corporate Communications GmbH & Co. KG mit Sitz in Frankfurt am Main. Er studierte Journalistik und Kommunikationswissenschaft an den Universitäten Hohenheim und Mainz sowie internationale PR an der University of Stirling und promovierte über Imagewirkungen von Mega-Events. Klenk war jahrelang hauptberuflich tätig als freier Wirtschaftsjournalist und als Geschäftsführer bei internationalen PR-Agenturen wie Edelman und Cohn & Wolfe Public Relations. Darüber hinaus war er Lehrbeauftragter für PR an der Universität Bamberg.

KLEWES, JOACHIM, Dr. phil., geb. 1954, ist Honorarprofessor für Kommunikationsmanagement an der Freien Universität Berlin und CEO der Agenturgruppe komm.passion. Er ist Autor zahlreicher Publikationen und regelmäßiger Fachkolumnen. Klewes war von 1988 bis 1997 Chef der marktführenden deutschen PR-Agentur ECC Kohtes & Klewes GmbH. International war er als ‚board member‘ von PorterNovelli International und Edelman Public Relations Worldwide tätig, wo er zudem als ‚President Europe‘ fungierte. 1997 gründete er das Forschungsinstitut com.X in Bochum und 2000 die PR-Agentur güttler+klewes.

KÖHLER, TANJA, M.A., geb. 1971, promoviert an der Ruhr-Universität Bochum über Krisen-PR im Internet. Sie ist Wissenschafts- und Kultur-Journalistin und Lehrbeauftragte am Institut für Medienwissenschaften der Ruhr-Universität Bochum. Jahrelange journalistische Tätigkeit, zunächst im Lokaljournalismus, schließlich für öffentlich-rechtliche Sendeanstalten, u. a. für den WDR, 3sat und das ZDF in Washington und Nairobi. Sie studierte Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Amerikanistik und Germanistik, war Lehrbeauftragte der Universität Paderborn und arbeitete bei der Agentur KOOB als PR-Beraterin.

MERTEN, KLAUS, Dr. phil., geb. 1940, ist Professor für empirische Kommunikationsforschung an der Universität Münster. Er studierte Mathematik und Informatik an der TH Aachen, Geschichte, Publizistik und Soziologie an der Universität Münster sowie Soziologie und Mathematik an der Universität Bielefeld. 1972 war er Assistent an der Fakultät für Soziologie und promovierte 1975 bei Niklas Luhmann über den Kommunikationsbegriff. Er ist Gründer und Direktor von COMDAT Medienforschung GmbH (1992) und Initiator des Fernstudienganges PR⁺plus in Heidelberg (1998).

OTT, ULRICH, Dr. phil., geb. 1960, ist Direktor Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der DiBa - Allgemeine Deutsche DirektBank AG in Frankfurt am Main. Nach dem Komparatistik- und Marketing-Studium arbeitete er zunächst im Vertrieb eines führenden deutschen Finanzdienstleisters. Von 1995 bis 1998 war er als Berater bei mehreren Spezialagenturen für Finanzkommunikation tätig, zuletzt als Senior Consultant beim IPO-Marktführer B & L Ludgate in Frankfurt am Main. Er ist Lehrbeauftragter am Publizistischen Seminar der Universität Mainz und seit April 2001 im Vorstand der DPRG.

RADEMACHER, LARS, M.A., geb. 1972, ist Agenturleiter der zur Klett-Gruppe gehörenden Beratungsagentur Giesel Dialog GmbH in Hannover und Mitglied der Geschäftsleitung der Giesel Medien Gruppe. Er studierte Literatur- und Medienwissenschaften, Wirtschaftswissenschaften und Katholische Theologie an der Universität Siegen und war anschließend Trainee und Account Manager bei der C & C Contact & Creation GmbH in Frankfurt am Main. Seit 1998 in verschiedenen Funktionen bei der Giesel Medien Gruppe. 2001 Professurvertretung für Öffentlichkeitsarbeit an der FH Hannover; Initiator des Niedersächsischen PR-Forums; Lehraufträge an mehreren Hochschulen.

SCHAFFRANIETZ, ADRIAN, M.A., geb. 1972, promoviert als Stipendiat der Friedrich-Ebert-Stiftung im Fach Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig zu internationalen PR-Maßnahmen deutscher kulturpolitischer Organisationen in Osteuropa. Von 2001 bis 2003 war er bei der Agentur KOOB, Mülheim an der Ruhr, als Consultant tätig. Er studierte Kommunikationswissenschaft, Germanistik und Psychologie an der Universität Essen und arbeitete in Schottland, Polen und den Niederlanden als Journalist, Dozent und PR-Berater. Publikation mehrerer Aufsätze zu interkultureller und internationaler Kommunikation.

SCHUPPENER, BERND, Dr. phil., geb. 1952, ist Gründer, geschäftsführender Gesellschafter und CEO von HERING SCHUPPENER Unternehmensberatung für Kommunikation GmbH sowie Lehrbeauftragter an der Universität Leipzig. Er studierte Philosophie, Publizistik und Psychologie an den Universitäten Frankfurt und Mainz, promovierte 1980 und war anschließend zwei Jahre als wissenschaftlicher Mitarbeiter tätig. 1982 Wechsel zum ZDF in Mainz als Referent des Intendanten für strategische Unternehmensplanung und leitender Redakteur für Innenpolitik, 1990 Geschäftsführer ABC/Eurocom Corporate & PR.

SCHUPPENER, NINA, Dr. phil., geb. 1971, arbeitet als Wissenschaftliche Assistentin mit Lehrauftrag an der Universität Duisburg-Essen, Campus Essen, am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft von Prof. Dr. H. Walter Schmitz an ihrer Habilitation zum Thema ‚Selbst- und Fremdwahrnehmung in der Krisenkommunikation‘. 1996 bis 1999 Tätigkeit als Unternehmensberaterin für Kommunikation bei HERING SCHUPPENER Unternehmensberatung für Kommunikation am Standort Düsseldorf, wo sie im Rahmen der strategischen Neuausrichtung der GCI Gruppe in Europa die Funktion der Expertin für Informationstechnologie in Zusammenarbeit mit dem ‚Center of Excellence‘ in Paris übernahm.

SZYSZKA, PETER, Dr. phil., geb. 1957, ist Professor für Marketing und Kommunikationsmanagement an der Fachhochschule Osnabrück/Lingen (D). Er studierte Kommunikationswissenschaft und war wissenschaftlicher Mitarbeiter und Lehrbeauftragter an verschiedenen Hochschulen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Mehrjährige Beratungstätigkeit in den Bereichen Unternehmen und öffentliche Verwaltung; Trainer in der PR-Erwachsenenbildung in Deutschland und der Schweiz. Aktuelle Publikation u. a. ‚Theorie der Public Relations. Konturen eines organisationalen Theorieentwurfs. In: Röttger, Public Relations-Theorien. Westdeutscher Verlag 2003‘.

WEISSCHUH, JEANNETTE, Diplom-Kauffrau, geb. 1963, ist Leiterin PR Server Business bei Hewlett-Packard (HP) Europa. Nach dem Studium an der Fachhochschule Pforzheim war sie 1989 - 1995 Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Siemens AG, 1996 - 1999 Referentin Wirtschaftspresse und Interne Kommunikation bei HP sowie 1999 - 2002 Leiterin Unternehmenskommunikation HP GmbH. Von 1996 - 2002 war sie verantwortlich für den Aufbau und die Weiterentwicklung des HP Intranets für die Unternehmenskommunikation.

WESTERMANN, ARNE, Dr. phil., geb. 1973, ist als freier Berater u.a. für güttler+klewes tätig. Er studierte Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und promovierte zum Thema ‚Unternehmenskommunikation im Internet‘ an der Ruhr-Universität Bochum. Dort hat er zunächst als wissenschaftlicher Mitarbeiter und später als Lehrbeauftragter doziert. Er ist Autor und Co-Autor mehrerer empirischer Studien und Publikationen. Parallel zur wissenschaftlichen Laufbahn war er zunächst mehrere Jahre im Lokaljournalismus aktiv. Später arbeitete er als Consultant und Projektleiter bei güttler+klewes.

WIENAND, EDITH, Dr. phil., geb. 1974, ist Geschäftsführerin der COMDAT Medienforschung GmbH, einer Agentur für Kommunikationscontrolling und -Consulting. Sie studierte Kommunikationswissenschaft, Politik und Soziologie an der Universität in Münster, promovierte zum Thema ‚Public Relations als Beruf‘ und wurde 2002 für diese Arbeit mit dem Albert-Oeckl-Nachwuchspreis der DPRG ausgezeichnet. Beruflich war sie einige Jahre beim PR-Fernstudienanbieter PR⁺plus in Heidelberg tätig.

Klaus-Dieter Altmeyden, Matthias Karmasin (Hrsg.)

Medien und Ökonomie

Band 1/1: Grundlagen der Medienökonomie: Wirtschaftswissenschaft, Kommunikations- und Medienwissenschaft

2003. 340 S. Br. EUR 24,90 ISBN 3-531-13631-3

Band 1/2: Grundlagen der Medienökonomie: Soziologie, Politik, Recht, Philosophie, Geschichte, Methoden, Internationalisierung

2003. 266 S. Br. EUR 22,90 ISBN 3-531-13632-1

Band 2: Problemfelder der Medienökonomie

2003. ca. 250 S. Br. ca. EUR 19,90 ISBN 3-531-13633-X

Band 3: Anwendungsfelder der Medienökonomie

2004. ca. 250 S. Br. ca. EUR 19,90 ISBN 3-531-13634-8

Barbara Baerns (Hrsg.)

Leitbilder von gestern?

Zur Trennung von Werbung und Programm

2003. ca. 300 S. Br. ca. EUR 29,00 ISBN 3-531-13354-3

Nanette Besson

Strategische PR-Evaluation

Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit

2003. ca. 300 S. Br. ca. EUR 29,90 ISBN 3-531-13884-7

Juliana Raupp, Joachim Klewes (Hrsg.)

Quo vadis Kommunikationsmanagement? (Arbeitstitel)

Bestandsaufnahme und Entwicklungen einer expandierenden Disziplin

2003. ca. 350 S. Br. ca. EUR 34,90 ISBN 3-531-14034-5

Ulrike Röttger (Hrsg.)

Theorien der Public Relations (Arbeitstitel)

2003. ca. 300 S. Br. ca. EUR 25,90 ISBN 3-531-14044-2

Lothar Rolke, Volker Wolff (Hrsg.)

Die Meinungsmacher in der Mediengesellschaft (Arbeitstitel)

Deutschlands Kommunikationseliten aus der Innensicht

2003. ca. 220 S. Br. ca. EUR 22,90 ISBN 3-531-14089-2

Edith Wienand

Public Relations als Beruf

Kritische Analyse eines aufstrebenden Kommunikationsberufes

2003. 424 S. Public Relations. Br. EUR 32,90 ISBN 3-531-14054-X

www.westdeutscher-verlag.de

Erhältlich im Buchhandel oder beim Verlag.
Änderungen vorbehalten. Stand: Juli 2003.

Abraham-Lincoln-Str. 46
65189 Wiesbaden
Tel. 06 11. 78 78 - 285
Fax. 06 11. 78 78 - 400

