

Medienreport

Medienreport Verlags-GmbH - Hegnacher Str. 30 - D-71336 Waiblingen

Herrn Bernhard Theiss persönlich
Freunde und Förderer der Hochschule der Medien
c/o SDZ Druck und Medien GmbH & Co. KG
Bahnhofstr. 65
73430 Aalen

Medienreport Verlags-GmbH
Medienberatung • Corporate Media
Hegnacher Straße 30
D-71336 Waiblingen (Hohenacker)
Telefon (07151) 23331
Telefax (07151) 23338
www.medienreport.de
www.corporate-media-masteraward.com
medienreport@yahoo.de
info@medienreport.de

BW-Bank Stuttgart
Konto 2 522 225 - BLZ 600 501 01
UST-Id Nr. DE 147324946
IBAN DE 93 60050101000252225

Ihr Zeichen	Ihre Nachricht vom	Unser Zeichen	Tag
Bernhard Theiss	09.05.2011	Leh/I	18.05.2011

Vertraulich – Vorstandssitzung

Geschäftsplan zur Gründung einer Dienstleistungs-GmbH - Vorstandsbeschluss

Sehr geehrter Herr Theiss,
sehr geehrter Herr Hüffner,

ich möchte mich zunächst außerhalb der Vorstandssitzung zu dem o.a. Vorgang äußern.

An Sie, lieber Herr Hüffner, auch als „Jurist“ adressiert.

Vorab: ich habe seit 1968 bis heute durchweg in leitender Funktion Verbandserfahrung.

Die Belange und Interessen der Medien-Hochschule sind mir seit 1978/79 (u.a. acht Jahre als Lehrbeauftragter für Medienplanung und Medienkalkulation Nonprint) vertraut.

Statements

1. Die Hochschule HDM sucht seit langem eine Lösung, die auch der Optik der Trennung ihrer teilweise personengebundenen geschäftlichen Interessen dient und den Lehrbetrieb verbessert. Diese Ziele widersprechen ihrer eigentlichen Aufgabe.
2. Der Förderverein hat seinen Zweck und seine Tätigkeit in seiner Satzung § 2ff definiert. Diesen Zielen kommt er sachgerecht nach.
3. Mit Abgabe der Geschäftsführung des Fördervereins an die Hochschule, konkret den Verwaltungsdirektor, hat der Förderverein ein Stück seiner Einwirkung und Kontrolle aufgegeben und wird zunehmend funktional im Sinne der Hochschulinteressen „benutzt“. Das Angebot einer Dienstleistungs-GmbH mit dem einzigen Gesellschafter „Förderverein“ täuscht einen Einfluss vor, den der Förderverein sichtbar nie haben wird. Also wird er niemals diesbezügliche Satzungsziele erleichternd verfolgen können. Ausgenommen die Mitglieder wollen die diesbezügliche Entwicklung und Konsequenzen.
4. In den Unternehmenszielen des Geschäftsplans heißt es: „Den Personen, welche bereits bisher Nebentätigkeiten im Interesse der Hochschule ausüben, soll in der

Herrn Bernhard Theiss persönlich
Freunde und Förderer der Hochschule der Medien
c/o SDZ Druck und Medien GmbH & Co. KG
Bahnhofstr. 65
73430 Aalen

Gesellschaft eine wirtschaftliche Heimat angeboten werden“.

Dies ist vielleicht wesentlicher Interessenhintergrund, nicht aber durch die Satzung des Fördervereins gedeckt. Hinzu kommt, dass angenommen werden muss, dass der Fördervereins-Geschäftsführer auch hier eine beeinflussende Rolle ausübt.

5. Die vorhandenen einzubringenden bisherigen Dienstleistungen und Produkte sind qualitativ und quantitativ nicht ersichtlich. Wir wissen als „Inhaber/Gesellschafter“ also nicht einmal ob wir diese Produkte so wollen und ob sie wettbewerbsfrei sind oder (künftig) andere Unternehmen behindern oder zu Firmengründungen von Professoren bzw. Beratungsakquisitionen gereichen. Der ersichtliche Aufwand dieser Planungsvorbereitung und Planungsdetails deutet darauf hin, dass es hier nicht um „Peanuts“ - wie dargestellt – gehen wird.
6. Beim Lesen der Planunterlagen im Kontext wird deutlich, dass der Gesellschafter/Inhaber letztlich von jeder Kontrolle und von jedem Einfluss ausgeschlossen ist bzw. ausgeschlossen werden kann (eine Vertrauensversicherung genügt nicht):

Beispiel:

1. Geschäftsführung = besetzt durch den Beirat
2. Gesellschafterversammlung = ein BGB 26.2-Verantwortlicher des Fördervereins
3. Beirat = Gesellschafter (vornehmlicher Einfluss **HDM**) bestellt Beirat
Beiratsvorsitzender = immer HDM-Rektor = **HDM**
Beiratsmitglied = HDM-Professor (vermutlich aus Fördervereins-Vorstand) = **HDM**
Beiratsmitglied = aus Förderverein (vermutlich aus Fördervereins-Vorstand) = **HDM**
Beiratsmitglied = Vorstandsvorsitzender Förderverein = Gesellschaftervertreter
Beiratsmitglied = aus Wirtschaft und Wissenschaft = bestellt vom Gesellschaftervertreter (**HDM** oder x)

Dieser Beirat wählt den stellvertretenden Vorsitzenden aus seiner Mitte. Die HDM-Professorenstimmengleichheit garantiert immer einen **HDM-Vertreter**. Selbst wenn mich ein Gesellschaftervertreter benennen würde, könnte ich weder als Beiratsmitglied oder sogar als „Stellvertreter“ gegensätzliche Positionen des Inhabers durchsetzen, wenn dies einmal sein müsste.

7. Der Kündigungsparagraph 11 lässt erkennen, dass das Unternehmen andere Gesellschafter haben wird, in denen der Förderverein keine Rolle mehr spielt und dieser lediglich seine Einlage zurück erhält.

Herrn Bernhard Theiss persönlich
Freunde und Förderer der Hochschule der Medien
c/o SDZ Druck und Medien GmbH & Co. KG
Bahnhofstr. 65
73430 Aalen

8. Die vielleicht nicht allen erkennbare Absicht und das gesamte Konstrukt ist im Sinne der Ziele des Fördervereins und seiner Mitglieder sowie im Sinne der Ziele der zu fördernden Studenten/innen untauglich und unkontrollierbar.

Ich werde wegen dieser Punkte den Geschäftsplan nicht unterstützen, den ich als bewusst so angelegt betrachte. Mit der Verabschiedung würden wir uns bereit erklären, auch auf Ausgestaltungen und seriöse Kontrollen zu verzichten.

Sehr geehrter Herr Theiss, sehr geehrter Herr Hüffner, ich würde mich freuen, wenn Sie diese Punkte prüfen und mit vertreten können. Sollte es möglich sein, die Erörterung in der Vorstandssitzung – zu der ich zusage – etwas zu minimieren (erst recht bei einer Mitgliederversammlung) käme mir das entgegen. Insbesondere möchte ich bei Prof. Dr. Roos und Herrn Marquardt eine Polarisierung vermeiden. Ich halte es andererseits für respektlos, auf die Unvorsichtigkeit des Vereinsvorstandes und seiner Mitglieder zu setzen, wenn das kalkuliert war.

9. Ich rege an, dass der Förderverein empfiehlt, die HDM und ihr zuständiges Ministerium mögen eine eigenständige Lösung dieser Dienstleistungs-GmbH suchen und unserem Verband ggfs. nur einen Beiratsplatz anbieten.

Mein Vorstandsantrag bei der Sitzung (ohne allzu vertiefende Diskussion) könnte also lauten:

„Dem Vorstand des Vereins der Freunde und Förderer der Hochschule der Medien Stuttgart e.V. wurde am 07.06.2011 der Geschäftsplan zur Gründung einer Dienstleistungs-GmbH vorgelegt, in der der Förderverein alleiniger Gesellschafter und Inhaber werden soll. Der Vorstand hat dazu alle Ausarbeitungen geprüft und diskutiert. Der Vorstand versteht den Wunsch der HDM nach geschäftlich nutzbaren Regularien und regt eine Klärung mit dem Wissenschaftsministerium Baden-Württemberg an. Der Vorstand kann die von der Geschäftsführung der Fördervereins und der HDM vorgeschlagene Gründung einer Transfer- und Weiterbildungsgesellschaft in dieser Form nicht unterstützen. Die Vereinsziele und die Vereinsarbeit schließen einseitig verpflichtende Geschäftsverfolgungen aus, die auch geschäftliche Interessen von Mitgliedern oder potentiellen Mitgliedern berühren können.“

Mit freundlichen Grüßen

Rolf G. Lehmann - Vorstand Förderverein HDM
Medienreport

Sehr geehrter Herr Prof. Dr. Alexander W. Roos,

herzlichen Glückwunsch zur dritten Amtszeit an der HDM. Wie ich bis Januar 2018 als dienstältestes Vorstandsmitglied mit rund 35 Jahren Amtszeit im HDM-Förderverein kollegial bestätigen kann, haben Sie an vielen Stellen durchgehalten und an Sie herangetragene Ideen durchgesetzt und weiterentwickelt. Das hat vielerlei Win-Win-Situationen ausgelöst. Zu danken ist auch Ihrem freundlich-höflichen Umgang mit Verantwortlichen und Mitgliedern des HDM-Fördervereins, die Ihnen kollegial verbunden sind. Persönlich hätte ich Ihrem Berufungswunsch Fragen und Verpflichtungen vorangestellt.

Gern erinnere ich über Jahre diverse Gesprächsversuche und diesseitige Angebote mit Ihnen, dem Kanzler Peter Marquardt und dem Prof. Dr. Michael Müller und anderen Kollegen, unsere Ressourcen und Kompetenzen seit den 70er Jahren bis heute etwa zur Kooperation mit unserem europäischen Medienwettbewerb Corporate Media mit über 5.500 Qualitätszertifikationen von Medien- und Kommunikationslösungen erster wirtschaftlicher und institutioneller Adressen zum Vorteil des Standorts, der Studenten/innen, der Medienwirtschaft und der Professoren zu nutzen.

Ebenso gut habe ich in Erinnerung, dass meine Arbeit „Audiovisuelle Informationssysteme im Marketing“ von 1976 bei Prof. Dipl. Vw. Dipl. Kfm. Reinhold E. Eichholz die Entwicklung der FH-Druck zur „erweiterten Medienhochschule“ - und letztlich Ihren und vieler anderer Leute Job - erst ermöglichte. Ihren Archiven ist zweifellos zu entnehmen, dass ich bis 1986/87 als Lehrbeauftragter für Medienplanung und Medienkalkulation gelehrt habe - inklusive Betreuung von Diplomarbeiten und der Durchführung hochbegehrter Exkursionen. Dass ich mindestens die bundesdeutschen Grundlagen für das Lehr-Cluster „Medienwirtschaft“ gelegt habe, an denen lehrende Nachfolger zu messen waren, mag Ihnen unbekannt sein. Aber ein „Klaus Haasis“ als einer meiner Studenten war ja offenbar nur im HDM-Hochschulrat und eher nicht Lehrender.

Ungern erinnere ich allerdings das stete Herausreden, Abweisen und Versagen der o.a. Hochschulbeteiligten. Sie haben die freilich umfangreich vorgelegten Daten und Kriterien in ihre Kenntnisse und Absichten eingereiht und dies auch bei Dritten als eigenes „Wissen“ weitergegeben oder sich auf Mitsprache und Einfluss eigener und fremder Umsetzungen in Verbindung mit der SWR-Firma MFG (u.a.) berufen. Das allein garantiert aber nicht Professionalität.

Ungern erinnere ich auch, dass offenbar vorsätzlich unsere stets hochaktuellen Marktkennntnisse von Namen und Anforderungsprofilen Lehrender und Studierender - besserwisserisch oder politisch motiviert? - ignoriert wurden. Ich habe nicht unterstützt, dass Sie mit Ihren Kollegen 2011 bei Herrn Theiss in Aalen mit dem Transfer-Projekt ein diesseits unkontrollierbares Geschäftsmodell durchgesetzt haben. Das Geschäftsmodell hat zweifellos eine eigene Note im Vergleich zu den Inkasso- und Business-Modellen vieler weiterer B-W-Hochschulen (Beispiele PH Ludwigsburg und Heidelberg, Uni Mannheim, Hochschule Konstanz, Beamtenhochschule Ludwigsburg u.a.m.) und insbesondere der B-W-Filmakademie in Ludwigsburg. Dies mag meiner seinerzeit vertraulichen Einlassung vom 19.05.2011 geschuldet gewesen sein. Die staatliche und SWR-MFG-geförderte B-W Privatfilmakademie, die mit Steuergeld- und Personal-Ressourcen als einer der inzwischen größten Mitbewerber von Medienauftragsproduktionen agiert und die mit Landesseggen und abseits von Landesrechnungshof-Eingriffen m. E. in die reguläre Medienwirtschaft deliktisch wettbewerbswidrig eingreift, war für die „renommierte“ HDM zweifellos kein geeignetes Muster. Die vielfach größere HDM hat dummerweise auch nicht den vielfach größeren Anteil zur Standortentwicklung beigetragen. Fakt ist: die politische Klüngelei, persönlich-materielle Interessen und die meisten medialen Bildungsorte haben in konzertierter Aktion mit SWR/MFG und den medialen Regionsaktivitäten auch ein Versagen der medialen baden-württembergische Standortentwicklung zu verantworten! Ansiedlungsrückgänge, Wegzüge, wettbewerbsinitiierte Pleiten, mangelhafte lokale, regionale, nationale und übernationale Markt- und Entwicklungskennntnisse stehen einer Ausweitung von „Bildungsangeboten und -konfigurationen“ gegenüber, die teilweise schon nach wenigen Jahren oder bereits nach Studiumabschluss überholt sind und vielen Studierenden die Chancen eines sicheren Arbeitsplatzes nehmen, während sogar das Zubrot Lehrender stets gesichert bleibt.

Jede seriöse Kostenrechnung versagt bei solchen, mit allen erdenklichen und abenteuerlichen Abwehr- und Schutzmaßnahmen bekämpften Eingriffen. Beahlt von existenziell bedrohten Marktbeteiligten, dem Steuerzahler und letztlich den Studierenden selbst. Wir belegen das seit langer Zeit im Detail.

Selbstverständlich haben wir genauer hingeschaut, was die drei, vier Anbieter und deren Zulieferer im HDM-Transfer-Modell tun. Vom „narrativen Management“ und neuen Wettbewerbsfestival des Dr. Müller über das Business-„Institut für Moderation“ bis zur „Kommunikations- und Medienberatung“ mit „Seminaren, Veranstaltungen und Studien“ reicht die keineswegs unternehmerisch selbst erarbeitete Palette, die mit und

unter dem HDM-Label als „Qualifizierungsbeitrag“ verkauft wird. Dass dem zur Betreuung dieses Geschäftsmodells wirtschaftserfahrenen Verantwortlichen sogar sein Lehrstundendeputat gekürzt wurde, mag rechtlich geklärt sein. Politisch und marktpolitisch hat das mindestens ein „Geschmäcke“. Als zweifellos bester erreichbarer Marktkenner mit wirtschaftlichem und gesellschaftlichem Verantwortungsbezug - auch von Bedarf, Angebot und Nachfrage - habe ich als Vorstand meine Bedenken geäußert und mein konstruktives Controlling angeboten.

Wie in meinem vertraulichen Schreiben an Herrn Theiss und Herrn Hüffner vom 19.05.2011 vorausgesagt, haben Sie ein Geschäftsmodell durchgesetzt, das nicht nur wettbewerbs-problematische Aufgaben zugunsten weniger beteiligter professoraler und institutioneller Träger fördert, sondern das sich - gerade mit der neuen gegen meine Zustimmung mit den beteiligten Professoren durchgesetzten Fördervereinsatzung - ausschließlich nur noch mit fünf professoralen Stimmen gegen zwei Außenstimmen (Dr. Wehrle, Dr. Lägeler) Entscheidungen sichert.

Inwieweit Eigeninteressen eine Rolle spiel(t)en, will ich hier nicht reflektieren. Festzuhalten ist: Sie und die beteiligten Professoren kontrollieren sich und das Fördervereinsgeschäft „neusatzungsgemäß“ nur noch selbst und entscheiden auch nur noch selbst über die Gewährung von Geldmitteln für HDM-Projekte. Obwohl der Förderverein von einer bisher breiten HDM-externen Mehrheit von Mitgliedern getragen wird, haben der Ex-MFG-ler und HDM-Kanzler Marquardt als Geschäftsführer des Fördervereins und mitverantwortlicher Transfer-Konzeptionist gemeinsam mit Ihnen und Dr. Wehrle und Dr. Lägeler, letztere als externe -, mit neuen professoralen Mitgliedern durchgesetzt, allein und nicht mehr extern kontrollierbar über das Vereinsvermögen und neue „Geschäftsmodelle“ zu entscheiden. Selbstverständlich ehrt mich die „lex lehmann“-Satzung und Verabschiedung zum Vorteil des interessierten HDM-Kreises nicht. Da Sie selbst in eigenen Bewerbungsangelegenheiten unterwegs waren, habe ich jede nähere Erörterung hier unterlassen.

Die HDM hat sich damit auf die gleiche Ebene begeben, wie die anderen kritisierten Hochschulen im „Ländle“. Nur geschickter und offenbar mit Kenntnis und Segen auch einer Theresia Bauer und der Kretschmann-Regierung.

Damit Sie nicht vermuten oder unterstellen, ich sei Vertreter dieser oder jener Partei: Ich bin nur Leser von Andreas Müller's Beiträgen und hier und da als GV Vorstand eines internationalen Journalistenverbandes UIPRE ein Tipp-Geber. Ich habe mich parteifrei auf die Ausschreibung eines parlamentarischen Beraters beworben, um in Sachen Bildung und Medien objektivierbare Grundlagen und Realitäten sowie Zukunftsperspektiven zu vertreten. Offenbar war ich parteipolitisch zu unabhängig oder bei der Prioritätenabwägung von Kompetenz oder Gefälligkeit hat Gefälligkeit überwogen.

Abschließend mein mit einer Frage verbundenes Anliegen, das Sie wahlweise mit der Wartburger Bücherverbrennung 1817 oder der Bücherverbrennung der Nazis verbinden dürfen:

Haben Sie angewiesen, meine Bücher, Print- und Nonprint-Medien, Publikationen und den seit 1976 regelmäßig erschienenen Nachrichtendienst Medienreport sowie das Jahrestrendmagazin Corporate Media, die allesamt Grundlage der Lehre für Medien, Qualifizierung, Bildung und Weiterbildung waren und der HDM, vormals FH Druck & Medien, von mir und meinem Verlag kostenlos überlassen wurden, aus Ihrer Bibliothek zu entfernen?

Wann war das und wer hat das angewiesen, wenn nicht Sie? Und wie begründen Sie, dass die HDM oder der Verantwortliche Studenten und Professoren ausgerechnet nur an der HDM die auch europäisch einmaligen sach- und trendweisenden Informationen seit mindestens der Mitwirkung des K. Haasis in der MFG und im Hochschulbeirat vorsätzlich vorenthält?

Ich habe nach der Mitgliederversammlung des HDM-Fördervereins am 24.01.2018 Ihre Bibliothek besucht und um eine Liste der Bücher und Medien gebeten, die gelistet sind. Ihre freundliche Mitarbeiterin fand lediglich einen Beitrag aus einem meiner Jahrestrendmagazine. Nun war die FH/HDM nachweislich nicht nur Jahrzehnte unentgeltlicher Empfänger und Nutzer meiner/unserer Publikationen, die Hochschule war auch Veranstaltungsort von uns organisierten Qualifizierungsseminaren (die heute Dritte und die Transfer GmbH anbieten) oder in den 80er Jahren Gastgeber eines großen Medienkongresses, den ich als internationaler Generalsekretär des ITVA (International TV Association) D-A-CH an der FH Druck organisierte. Einer der ehemaligen FH-Rektoren, Prof. Eberhard Wüst, der unsere zehnjährige Arbeit bis 1984 kannte, hat sich bereits seinerzeit im Namen der Professoren und Studenten als Wegweiser und Ratgeber bedankt.

Ich kann Ihnen daher leider nicht die Peinlichkeit ersparen, sich auf Unkenntnis von Würdigung und Publikationsvolumen zu berufen, weil Sie/die HDM sie (nach der Entfernung) nicht kennen.

Da mit meinem Namen und Medienreport weit über 30 Bücher und Studien, die größte europäische Filmdatenbank von Corporate Media ff und seit 1974 hunderte von Medienreport-Ausgaben in Deutschland

und der Schweiz sowie zahlreiche andere Medienspecials und annähernd 1.000 eingesetzte Sprecher in von uns organisierten Qualifizierungsveranstaltungen verbunden sind, ist schon ziemlich verwunderlich, wie mutmaßlich vorsätzlich herbeigeführtes „Vergessen“ von Rechten, Urheberschaften und Inhalten praktiziert wird. Wie Sie wissen können Sie sich auch deshalb nicht auf Nichtwissen berufen, weil ich Ihnen und meinen Vorstandskollegen bei der letzten Vorstandssitzung 2017 jedem je ein Buch „Weiterbildung und Management“ und „Corporate Media“ (immerhin nach Erscheinen Top Ten der Deutschen Managementliteratur) geschenkt habe.

Meine/unsere Publikationsübersicht finden Sie auch unter:

<http://www.uipre-internationalpress.org/downloads/Publikationen%20C3%9Cbersicht%20Medienreport%20Verlag%2028-02-2013.pdf>.

Was Sie nicht wissen können: Die letzte Fördervereins-Veranstaltung 2018 zum Thema „Bewegtbild“ war nicht nur durch Reaktivierung eines Altbegriffes überholt. Die Rückkehr zum Begriff „Bewegtbild“ und die absolut eingedampften und eingeschränkten Inhalte auf eine Anwendungssegmentierung sind fachlich Schmalspur fern jeder internationalen Ansprüche und Terminologie.

Suchen Sie in google, kommen Sie nach der jetzigen Begriffspenetrierung für „Laufbild“ auf 116.000 Nennungen, suchen Sie nach „Corporate Film“, kommen Sie auf 552.000 Ergebnisse, also fünfmal soviel, und suchen Sie nach dem von uns geprägten Welt- und Gattungsbegriff „Corporate Media“, der Film und alle alten und neuen (digitalen) Medien einschließt, kommen Sie auf 3.040.000 Nennungen, also mehr als 26 mal soviel. Im Jahr 2008 betrug die Nennzahl 2.780.000. Wie blamabel B-W mit der HDM und der Filmakademie hinsichtlich der medialen Corporate Media-Kompetenz 2008 nach unserem Zwangsumzug 1998 nach München bewertet wurde, dürfen Sie heute gern erstmals selbst prüfen. Ich verweise auf unsere bisher vertrauliche Präsenzanalyse.

Den Verantwortlichen wäre meine Grundlagenarbeit aus dem Buch 1977 oder aus dem Buch Corporate Media 1993 sicher neu, aber zwingend dienlich gewesen - wenn es die HDM nicht entsorgt hätte. Mein 1976 gefertigtes und 1977 in der Carl Maurerschen Druckerei gedruckte und seit knapp 40 Jahren vergriffene 10 Deutsche Mark teure Buch wird am heutigen Tag (18.04.2018!) immerhin von mir völlig unbeeinflusst für € 16,50 inkl. Versand gehandelt (siehe Netzausdruck).

https://www.booklooker.de/Bücher/Angebote/titel=Audiovisuelle+Informationssysteme+im+Marketing+Beurteilungskriterien+und+Anwendung+Medienreport

Favoriten file:///C:/Users/Schrei... Von Internet Explorer corporate media | disti... http://www.uipre-inte... Fachverband der Medi...

booklooker Bücher Hörbücher Filme Musik Spiele

Bücher • Titel: Audiovisuelle Informationssysteme im Marketing Beurteilungskriterien und Anwendung Medienreport

Bücher

- Suchen
- Stöbern
- Verkaufen

Mein Depot

- Meine Angebote
- Käufe/Verkäufe
- Bewertungen
- Merkzettel
- Suchaufträge
- Lieblingslisten
- Buddylist & Blacklist
- Persönliche Daten
- Urlaubs-Service
- Angebote löschen
- Daten-Upload

Service

„Audiovisuelle Informationssysteme im Marketing Beurteilungskriterien und Anwendung Medienreport“ – Buch gebraucht, antiquarisch & neu kaufen

Autor/in:

Titel:

☒ gebraucht ☒ neu

suchen

Suche verfeinern ...
Als Suchauftrag speichern
Für Kombisuche speichern ⓘ

Sortierung: Autor | Titel | Jahr | Eingangsdatum | Preis | Preis + Porto | **Relevanz**

1 Treffer in „Bücher“

gebraucht ☒ Neuware

 **Audiovisuelle Informationssysteme im Marketing : Beurteilungskriterien und Anwendung, Medienreport**
Lehmann, Rolf G.
1977.

Zustand: gebraucht; gut
von Bücherhof, Bewertungen 99,6% positiv

14,00 €
2,50 €
mehr Info >>

VK-Preis heute € 16,50

Was Sie wissen mögen, Ihre Lehrenden Dr. Müller und Herr Lanzenberger werden auch in der dritten Auflage von „Unternehmensfilme“ 2017 als Autoren geführt.

Was Sie sicher nicht wissen: Die Buchidee von W. Lanzenberger entstand als Folge seiner Jurytätigkeit bei Corporate Media. Ich habe mit und für ihn die erste Buchgrundlage fördernd mitentwickelt, diese mit inhaltlichen Bezügen und Strukturen ausgestattet, die jährlichen Medientrends und Definitionen bis in aktuelle Zeit überlassen und in allen Folgeausgaben Daten und Bilder zugeliefert oder vermittelt. Dr. Müller und vorgebliche Kompetenzen haben hier niemals eine Rolle gespielt. Für alle älteren, neueren und neusten Medien- und Kommunikationsproblematiken und Medientechniken bis hin zu VR-Anwendungen und neuen Produktions- und Einsatzfertigkeiten sowie Distributionsformen via Server- und Cloudstrategien und Software- und Hardwareentwicklungen sind wir erste Bewertungsadresse. Auch für Medien, Datenbanken, Techniken und Strategien, die nicht gehen oder nicht mehr gehen oder nicht mehr ernst zu nehmen sind.

Es wäre freundlich und stilkorrigierend, wenn Sie mir/uns nach Jahrzehnten alter HDM-Verbundenheit einen nachvollziehbaren Klärungsbeitrag geben. Hinsichtlich der Filmakademie hat mir Dr. Lägeler sehr korrekt geraten, unsere Recherchen und Fakten mindestens dem Landesrechnungshof vorzulegen. Richtig ist wohl, nach den aktuellen Vorgängen und Abläufen etwas grundsätzlicher aufzuräumen. Ich erlaube mir deshalb, eine Kopie dieses Schreibens auch Frau Ministerin Bauer zugänglich zu machen, die gemeinsam mit Ihrem Kreis selbst entscheiden sollte, ob und welche Schädigungen durch universitäre Selbstverständlichkeiten erkannt und korrigiert werden sollten.

Ich darf Ihnen versichern, dass das Land mit einigen medialen Groß-Helfern zumindest der medialen Standortförderung und der Medienwirtschaft hier und anderswo schaden und die negierten und verheimlichten Geschäftsmodelle zur Unterstützung „wissenschaftlicher Bildungsarbeit und Forschung“ unter dem Mantel der Bildungs-, Markt- und Arbeitsplatzförderung keineswegs mehr von der Freiheit der Lehre, sondern nach längerer Erkenntnis und Sicht von marktschädigenden Eigeninteressen und einer nur scheinbar seriösen Lehr-, Forschungs- und Wissenschaftsfinanzierung bestimmt wird.

Ich darf Ihnen weiter versichern: diese - und auch die von Ludwigsburg, dem Wissenschaftsministerium und Ihnen praktizierte Linie des freundlich-verbalen ergebnislosen Austauschs kostet den Personalmarkt, der Medienwirtschaft und der Gesellschaft Zukunftschancen.

Übrigens mussten auch wir - abgesehen von der Hinnahme von Beschwerden aus der Medienwirtschaft und unseren Steuerbeiträgen zur Finanzierung ersichtlich obskurer Fehlplanungen und wettbewerbsschädigender Eingriffe und Selbstbereicherungen in diversen Hochschulen - sechsstellige Verluste finanzieren. Die HDM hat zu ihrer Interessensicherung immerhin nur eine „Fördervereinssatzung“ geändert, Veranstaltungs-kooperationsangebote abgelehnt und meine Bücher und Publikationen entfernt, während eine Filmakademie es sich nicht nehmen ließ, von Einflussnehmern und Entscheidern ein Haus-, Veranstaltungs-, Geschäfts- und Rechercheverbot auszusprechen und persönlich zu diffamieren, nachdem OB Spec und der IHK-GF für 2013 eine angeforderte Schadens- und Veranstaltungsanalyse erhalten hatten.

Dialog- und eigene Lernverweigerung von zugänglichen und bekannten Ressourcen sowie die Vernachlässigung gesellschaftlicher Verantwortung gegenüber Standort und Studenten/innen wiegen Ihre bisher guten handwerklichen Kompetenzen als Rektor leider nicht auf. Erst recht nicht meine „virtuelle Bücherverbrennung durch Bestands- und Wahrnehmungsentzug“. So meine derzeitige Bewertung. Sie können sich aber gern mit Frau Bauer und dem nun verantwortlichen Kreis über geeignete Umgangsformen abstimmen.

Bitte geben Sie Herrn Marquardt meine Bitte weiter, mir eine Mitgliederliste des Fördervereins und eine Kopie der kaufmännischen Bilanz der Transfer Bildungsgesellschaft auszuhändigen. Er hat meine Bitte womöglich vergessen.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr

Rolf G. Lehmann

Analyse und Übersicht Suchergebnisse mit Hauptbegriff "Corporate Media"* - Googleabbild 16.07.2008

Corporate Media* eingeführt 1989 von Rolf G. Lehmann, Herausgeber des Buches 1992/93 : Corporate Media, Verlag Moderne Industrie.
Oberbegriff für alle Corporate Medien. Beispiel: Corporate Networking/Mobile, Corporate TV/Film/Video, Corporate Print/Corporate Publishing

Bezüge von Corporate Media* mit: Nennungen insgesamt : *Bezüge CM-Wettbewerb/Medienreport auf Seite:

„Corporate Media“ (Abruf allgemein)	2.780.000	4 von 10 auf Seite 1; - 40 %	2 von 10 auf Seite 85
Medienreport	431	10 von 10 auf Seite 1; 10 von 10 auf Seite 40 – 100 %	
Lehmann	24.600	10 von 10 auf Seite 1; - 100 %	2 von 10 auf Seite 70
Master	157.000	10 von 10 auf Seite 1; - 100 %	6 von 10 auf Seite 60
Meisterwettbewerb	247	10 von 10 auf Seite 1; 10 von 10 auf Seite 22 - 100 %	
Medienwettbewerb	73	69 von 73 Nennungen	- 95 %
Schweiz Armee (Master of Communication 2007)	3.160	10 von 10 auf Seite 1	- 100 %
Bayer AG (Master of Communication 2006)	1.060	10 von 10 auf Seite 1	- 100 %
Bonn (Veranstaltungsort 2007)	20.400	9 von 10 auf Seite 1	- 90 %
Ort Haus der Geschichte Bonn 12.8.2008	703	10 von 10 auf Seite 1	- 100 %
München (Veranstaltungsort bis 2006)	22.200	8 von 10 auf Seite 1	- 80 %
Ort IHK-Akademie München München	144	10 von 10 auf allen Seiten	- 100 %
Stuttgart (Veranstaltungsort bis 1998)	16.800	3 von 10 auf Seite 1	- 30 %

Auswahl Referenzen: IHK-Akademie München
Hochschule der Medien
FH Hannover
Filmhochschule München
Film/FS-Akademie Ludwigsburg
Filmhochschule Köln
Marginale Nennungen und Bezüge von Medien-Hochschulen NRW, Berlin/Brandenburg

144 Bezüge von 144 Nennungen insgesamt
7 Bezüge von 63 Nennungen insgesamt
35 Bezüge von 44 Nennungen insgesamt
11 Bezüge von 26 Nennungen insgesamt
9 Bezüge von 24 Nennungen insgesamt
5 Bezüge von 18 Nennungen insgesamt



© Medienreport Verlags-GmbH, Autor: Rolf G. Lehmann, Hegnacher Str. 30, D-71336 Waiblingen, Tel ++ 07151-23331 – 16.07.2008
Die Analyse bezieht sich auf das unbeeinflusste Abbild vom 16.07.2008 Jede Verwendung nur mit Quellenangabe Medienreport RGL.
Corporate Media – The European Masterclass Community – www.corporate-media-masterward.com, www.medienreport.de