



Sekretariat:  
Cornelia Böhlend  
Telefon +49 341 97 35040  
stratkomm@uni-leipzig.de

7.02.2023

**LEHRVERANSTALTUNG SOMMERSEMESTER 2023  
B.A. KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFT  
06-005-1104 Kommunikationsmanagement – Anwendungsfelder**

**Anwendungsfelder der Kommunikatorforschung:  
Corporate Branding (S)**

**Prof. Dr. Jürgen Häusler**

ehemals CEO und Chairman Interbrand Central and Eastern Europe, Zürich;  
Honorarprofessor für Strategische Unternehmenskommunikation  
an der Universität Leipzig

Blockveranstaltung, max. 20 Teilnehmer/innen

Freitag, 21.04.2023, 09.00-13.00, SG 205  
Samstag, 22.04.2023, 09.00-13.00, HS 18  
Freitag, 19.05.2023, 09.00-13.00, virtuell  
Samstag, 20.05.2023, 09.00-13.00, virtuell  
Freitag, 23.06.2023, 09.00-13.00, 1.01  
Samstag, 24.06.2023, 09.00-13.00, 1.01

Einreichung der Projektarbeiten: 31.08.2023 Gutachter: Häusler/Zerfaß

**Thematik**

Spätestens unter den Bedingungen des zunehmend globalisierten Wettbewerbs seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts tragen Marken wesentlich dazu bei, dass sich Unternehmen (und andere Organisationen) erfolgreich behaupten können. Marken erreichen dies vor allem dadurch, dass sie die Nachfrage nach deren Angeboten stärken: Starke Marken sorgen dafür, dass Konsumenten die Leistungen von Unternehmen (besser) kennenlernen, sie (korrekter) verstehen, und sie (nachhaltiger) in Erinnerung behalten. Was macht starke Marken aus? Wie werden starke Marken entwickelt? Welche ökonomische, soziale und politische Bedeutung bekommen Marken über die Sicherung des Erfolges von Unternehmen hinaus? Die abrundende Frage: Welche Rolle können starke Marken jenseits der Unternehmenswelt, also etwa im kulturellen Bereich oder im öffentlich-rechtlichen Sektor einnehmen?

**Methodik**

Im Seminar erfolgt eine Auseinandersetzung mit der Thematik, indem Praxisprobleme von der Fragestellung bis zur Lösung bearbeitet werden. Es erfolgt eine Reflexion der Anwendung konzeptionellen Wissens in der Unternehmenspraxis. Die Erarbeitung der Wissensinhalte erfolgt entlang von Fallstudien. Die Behandlung der Fälle – und damit der

**Universität Leipzig**  
Institut für Kommunikations-  
und Medienwissenschaft  
Lehrstuhl für  
Strategische Kommunikation  
04081 Leipzig

Besucheradresse:  
Nikolaistraße 27-29  
04109 Leipzig

Für Pakete und Expresssendungen:  
Ritterstraße 24, IPF 165153  
04109 Leipzig

**Telefon**  
+49 341 97-35040

**Fax**  
+49 341 97-35049

**E-Mail**  
zerfass@uni-leipzig.de

**Web**  
www.communicationmanagement.de

Ablauf der Lehrveranstaltung in drei Phasen – folgt dem idealtypischen Ablauf von Markenentwicklungsprojekten: Wie definiert der Auftraggeber (der Dozent) die Aufgabe? Wie verstehen die beratenden Markenentwickler (die studentischen Teams) die Aufgabe? Wie lösen die Teams die Aufgabe konzeptionell und wie reagieren die Auftraggeber auf den vorgeschlagenen Lösungsansatz? Im Rahmen der einzelnen Fallstudien müssen die Problemdefinition und der Lösungsansatz sowohl die konkreten Rahmenbedingungen des Falles als auch die über den Fall hinausweisenden relevanten allgemeinen Umweltbedingungen angemessen berücksichtigen. In der Bearbeitung der Fälle wird vorausgesetzt, dass problem-adäquat interdisziplinär vorgegangen wird. Gefordert wird die teamorientierte Arbeit in den studentischen Arbeitsgruppen.

### Einordnung und Leistungsnachweis

Im Modul „Anwendungsmodul III: Kommunikatorforschung“ ist ein Seminar zu besuchen; es werden mehrere Parallelseminare mit unterschiedlichen Themen zur Auswahl angeboten. Die Prüfungsleistung ist eine Projektarbeit; die Modulnote entspricht der Note für diese Prüfungsleistung.

Leistungsnachweis: Prüfungsleistung ist eine Projektarbeit, die als Gruppenarbeit von jeweils zwei bis vier Studierenden zu erbringen ist. Durch Projektarbeiten wird die Fähigkeit zur Entwicklung, Umsetzung und Präsentation von Konzepten nachgewiesen. Projektarbeiten bestehen aus einer schriftlichen Ausarbeitung bzw. Dokumentation der Ergebnisse. Der jeweilige Beitrag der einzelnen Bearbeiter/innen muss deutlich erkennbar und gekennzeichnet sein.

Die Arbeiten sind bis zum 03.08.2022 im Original mit unterzeichneten Selbständigkeitserklärungen (einseitig gedruckt; gelocht; keine Hefter, Ringbindung etc.) im Sekretariat Zerfaß einzureichen und parallel per E-Mail als PDF an Professor Häusler zu schicken. Eine durchgehende Teilnahme an allen Seminarterminen wird vorausgesetzt, da die Studienordnung für den Erwerb von Leistungspunkten in diesem Modul 45h Präsenzzeit vorsieht. Bei Erkrankungen bzw. Krankschreibungen ist der Dozent per E-Mail zu informieren.

### Zeitplan und Themen

21./22.04.2032	<p>Was sind Marken? Prof. Häusler</p> <p>Hinweise zu den Aufgabenstellungen und Einteilung der Gruppen</p> <p>Briefing Case Studies:</p> <p>1) Von der Behörde zum Weltkonzern? Die Deutsche Telekom Bearbeitende: N.N., N.N., N.N., N.N.</p> <p>2) Die Wiederbelebung eines Mythos? Der Mini Bearbeitende: N.N., N.N., N.N., N.N.</p> <p>3) Alles aus einer Hand? TUI Bearbeitende: N.N., N.N., N.N., N.N.</p> <p>4) Eine Weltmarke im Business-to-business-Umfeld? Schindler Bearbeitende: N.N., N.N., N.N., N.N.</p> <p>5) Markenentwicklung im Not-For-Profitbereich? Schweizerischer Gehörlosenbund Bearbeitende: N.N., N.N.</p> <p>6) Eine Destinationsmarke? Der Kanton Graubünden Bearbeitende: N.N., N.N.</p>
19./20.05.2023	<p>Wie werden Marken gemacht? Prof. Häusler</p> <p>Rückfragen / Rebriefing Case Studies</p> <p>Alle Gruppen</p>

23./24.06.2022	Was leisten Marken? Prof. Häusler Präsentation der Case Studies Alle Gruppen
----------------	---

### **Kontakt**

Prof. Dr. Häusler ist unter [juergenghaeusler@gmail.com](mailto:juergenghaeusler@gmail.com) erreichbar.

### **Literatur**

Häusler, J. (2020). Branding und Unternehmenskommunikation: Marken im öffentlichen Diskurs.

In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-03894-6\\_17-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-03894-6_17-1)

Häusler, J. (2021). *Was Marken leisten könnten. Eine Kritik des Markenmachens.*

Wiesbaden: Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-32492-6>

→ wird über Moodle zur Verfügung gestellt

Kommentierte Literaturliste

→ wird über Moodle zur Verfügung gestellt

Moodle Link: <https://moodle2.uni-leipzig.de/course/view.php?id=42150>