



5. November 2019

## LEHRVERANSTALTUNG WS 2019 / 2020

### Handlungsfelder 2 Vertiefung Nonprofit-Kommunikation (S)

#### MASTER COMMUNICATION MANAGEMENT MODUL 06-005-536

Prof. Dr. Cornelia Wolf

Donnerstag 11.15 bis 12.45 Uhr, außer Blocktermine: 7.11. 9-13 Uhr; 21.11. 11-15 Uhr;  
Nikolaistraße 27-29, Raum 4.20  
Beginn: 17.10.2018

#### Thematik

Das Seminar "Nonprofit-Kommunikation" behandelt die jeweils relevanten theoretischen Grundlagen und spezifischen Rahmenbedingungen strategischer Kommunikation in Nonprofit-Organisationen und diskutiert aktuelle Fragestellungen und Herausforderungen.

Nicht-Regierungsorganisationen und Nonprofit-Organisationen sind wichtige Akteure in der Gesellschaft, die zur öffentlichen Meinungsbildung beitragen. Im Zuge aktueller Entwicklungen, die zu einem Strukturwandel der Öffentlichkeit hin zu einer erweiterten individuellen Mitbestimmung führen, fungieren NPOs als Anwälte gesellschaftlicher Werte, denn die Organisationen sind am gesellschaftlichen Gemeinwohl ausgerichtet, nicht gewinnorientiert, besitzen keine politische Macht und setzen ihre Mittel zweckgebunden ein (vgl. Kleinen et al., 2005). Das Seminar nimmt explizit auf den breiter ausgerichteten Begriff der Nonprofit-Organisationen Bezug und klärt zunächst wichtige Grundlagen zu Geschichte und Typologie.

Danach werden ausgewählte Felder der Nonprofit-Kommunikation jeweils mit einem Fokus auf spezifische Themen- und Handlungsfelder sowie Organisationstypen beleuchtet. Im Vergleich zu Unternehmen, sind dabei sowohl die adressierten Stakeholder als auch die kommunizierten Werte andere, so dass etablierte Konzepte und Strategien der

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

**Büro**  
Nikolaistraße 27–29  
D-04109 Leipzig

**Post**  
Ritterstraße 24, IPF 16153  
D-04109 Leipzig

**Telefon**  
+49 341 97-35040

**Fax**  
+49 341 97-35049

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

**Web**  
www.communicationmanagement.de

Unternehmenskommunikation nicht eins zu eins übertragen werden können.

Das Seminar kombiniert die theoretische Einordnung der jeweiligen Themen- und Handlungsfelder der Nonprofit-Kommunikation mit der konkreten Beschreibung und Diskussion von Praxisfällen. Dazu wird es zu jedem Themenblock einen Gastvortrag oder eine praktische Übung geben.

### **Methodik**

Nach der Vorstellung der Rahmenbedingungen und einer inhaltlichen Einführung in das Themengebiet durch die Seminarleiterin werden weitere Sitzungen von der Seminarleiterin sowie von den Studierenden in Gruppenarbeit zusammen mit den Gastreferenten gestaltet.

Dabei werden jeweils drei Studierende einem Themenfeld und Gastreferenten zugeteilt. Das übergeordnete Themenfeld dient als Rahmen für die Hausarbeit. Gleichzeitig ermöglicht der direkte Kontakt zu den Gastreferenten u.a. die Entwicklung konkreter Forschungsfragen für die Arbeit.

Die Studierenden bereiten die Sitzung des Gastreferenten jeweils wie folgt selbstständig vor: In Absprache mit dem Praxisreferenten und der Seminarleiterin erfolgt zu Beginn der Sitzung eine kurze Vorstellung der Person (Werdegang, aktuelle Position; Dauer: ca. 5 Min.), im Anschluss an den Vortrag (Dauer: 45 Min.) haben die Studierenden die Gelegenheit, im Rahmen einer Diskussionsrunde vorbereitete Fragen an den Referenten zu stellen und bestimmte Aspekte vertieft zu thematisieren. Gleichzeitig werden Fragen aus dem Publikum moderiert (Dauer: max. 40 Min.).

Gegen Ende des Semesters stellen die Gruppen jeweils in Kurzpräsentationen ihre Hausarbeiten als wissenschaftlichen Vortrag vor (Dauer: 20 Min.; Inhalt: Relevanz des Themas, theoretische Perspektive und Forschungsstand, Forschungsfrage, analytisches Vorgehen und ggf. erste Ergebnisse bzw. erwarteter wissenschaftlicher Beitrag).

Das Seminar kombiniert in diesem Teil selbstständige Literaturrecherche und -studium und aktive Recherche mit mündlichen (Präsentation) der Teilnehmer/innen sowie Diskussionen. Im Nachgang werden Hausarbeiten (in 3er-Teams) erstellt. Die Teilnehmer/innen fassen aktuelle theoretische Ansätze zu einem spezifischen Handlungsfeld zusammen und reflektieren diese kritisch, systematisieren und reflektieren den Forschungsstand zum jeweiligen Handlungsfeld und entwickeln selbstständig eine wissenschaftliche Fragestellung, die sie im Rahmen der Hausarbeit mithilfe theoretisch-analytischer oder empirischer Methoden beantworten.

### **Einordnung und Leistungsnachweis/Prüfungsvorleistung**

In der Einführungssitzung des Seminars am 16. 10. 2019 werden die Themen und Zuständigkeiten für die Gastreferenten vergeben. Alle Studierenden, die eine Prüfungsleistung ablegen, müssen sich aktiv an der Vorbereitung und Durchführung der jeweiligen Sitzung sowie an der Präsentation beteiligen. Die pünktlichen Abgaben der Aufgaben und die Präsentation sind eine Prüfungsvorleistung.

Leistungsnachweis: Prüfungsleistung ist eine Hausarbeit (im 3er-Team zum jeweils präsentierten Thema) mit vorheriger Präsentation (Referat: 20 Minuten). Die Arbeiten sind bis zum 19.03.2020 im Original mit unterzeichneter Selbständigkeitserklärung (30 Seiten (3er-Team) zzgl. Literaturverzeichnis und Anhang, Schriftgröße 11-12, Seitenrand rechts mindestens 2,5 cm, einseitig gedruckt; gelocht; keine Hefter, Ringbindung etc.) im Sekretariat bei Frau Böhland einzureichen und parallel per E-Mail als PDF an Professorin Wolf zu schicken. Eine regelmäßige Teilnahme wird vorausgesetzt, da die Studienordnung für den Erwerb von Leistungspunkten in diesem Modul 30h Präsenzzeit in diesem Seminar vorsieht. Bei Erkrankungen bzw. Krankschreibungen sind ist die Dozentin bitte per E-Mail zu informieren.

## Zeitplan und Themen

<b>Einführung in das Seminar und Grundlagen der Nonprofit-Kommunikation</b>	
17.10.2019	<b>Einführung und Themenvergabe (Wolf)</b> NPO-Organisationsgeschichte und -Typologie, Instrumente und Stakeholder Organisationsgeschichte von NPOs; Unterschiede zum Begriff der NGOs.
24.10.2019	<i>Sitzung entfällt (Nachholtermin: 7.11. 9-11 Uhr)</i>
31.10.2019	<i>Feiertag, keine Sitzung</i>
<b>Spezifische Felder der Nonprofit-Kommunikation I</b>	
7.11.2019 <b>Lange Sitzung! 9-13 Uhr</b>	<b>Integrierte Kommunikation in Nonprofit-Organisationen (Wolf)</b> Strukturelle Grundlagen und Besonderheiten am Beispiel von Wissenschaftsorganisationen und Wissenschaftskommunikation  <b>Gastvortrag:</b> <b>Integrierte Kommunikation in außeruniversitären Forschungseinrichtungen? Herausforderungen am Beispiel der Fraunhofer Gesellschaft</b> Dirk Böttner-Langolf, Leiter Kommunikation und Marketing, Fraunhofer IMW <i>Moderation: Lisa Burgstedt, Lea Klein, Tom Kornblum</i>
14.11.2019	<i>Sitzung entfällt wg. PR Camp (Nachholtermin: 21.11. 13-15 Uhr)</i>
<b>Spezifische Felder der Nonprofit-Kommunikation II</b>	
21.11.2019 <b>Lange Sitzung! 11-15 Uhr</b>	<b>Fundraising in Nonprofit-Organisationen (Wolf)</b> Grundlagen und Besonderheiten, neue Maßnahmen im digitalen Zeitalter  <b>Übung:</b> <b>Potenziale von Virtual Reality in Nonprofit-Organisationen</b>
<b>Spezifische Felder der Nonprofit-Kommunikation III</b>	
28.11.2019 <b>Frühere Sitzung! 9-11 Uhr</b>	<b>Stakeholdermanagement in Nonprofit-Organisationen (Wolf)</b> Strukturelle Grundlagen und Besonderheiten am Beispiel von Organisationen im Sozialbereich

05.12.2019	<b>Gastvortrag:</b> <b>Nonprofit-Kommunikation im Sozialbereich</b> André Stiefenhofer, Teamleiter Marketing, Berufsförderungswerk München <b>Moderation:</b> Florian Dietsche, Michelle Martin, Vera Scheunert
<b>Spezifische Felder der Nonprofit-Kommunikation IV</b>	
12.12.2019	<b>Kommunikations-Controlling in Nonprofit-Organisationen (Wolf)</b> Strukturelle Grundlagen und Besonderheiten am Beispiel von Stiftungen und Think Tanks
19.12.2019	<b>Gastvortrag:</b> <b>Kommunikationscontrolling von unternehmensfinanzierten Think Tanks am Beispiel des Vodafone Instituts</b> Danyal Ayalbeyoglu, Leiter Marketing, Medienarbeit und Kampagnen, Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation <b>Moderation:</b> Jeanne Link, Maike Matzen, Julia Dietlmeier
09.01.2020	<b>Digitale Kommunikation von Nonprofit-Organisationen (Wolf)</b> Strukturelle Grundlagen und Besonderheiten am Beispiel von NGOs in der Umwelt- und Naturschutzkommunikation
16.01.2020	<b>Gastvortrag:</b> <b>Digitale Kommunikation in der Umwelt- und Naturschutzkommunikation</b> Dr. Astrid Deilmann, Leiterin Digitale Kommunikation, WWF Deutschland <b>Moderation:</b> Katrin Baab, Natalie Klein, Julia Kloß
23.01.2020	<b>Kurzpräsentation Hausarbeit Team 1 + 2</b>
30.01.2020	<b>Kurzpräsentation Hausarbeit Team 3 + 4</b>
06.02.2020	<b>Abschlussbesprechung und Feedback</b>

## Kontakt

cornelia.wolf@uni-leipzig.de

## Basisliteratur

- Blood, R. (2005). Should NGOs be viewed as “political corporations”? *Journal of Communication Management*, 9(2), 120-133.
- Hoffmann, J. (2010). Mitgliederkommunikation von Verbänden. In O. Hoffmann R. & Stahl (Hrsg.), *Handbuch Verbandskommunikation* (S. 195-221). Wiesbaden: Springer VS.
- Kylander, N., & Stone, C. (2012). The Role of Brand in the Nonprofit Sector. *Stanford Social Innovation Review*, 10(2), Leland Stanford University, 1-12.
- Lambell, R., Ramia, G, Nyland, C., & Michelotto, M. (2008). NGOs and international business reseach: Progress, prospects and problems. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 75-92.
- Lewis, L. (2005). The civil society sector: A review of critical issues and research agenda for organizational communication scholars. *Management Communication Quarterly*, 19(2), 238-267.
- Lindenmayer, P. (2008). Nichtregierungsorganisationen als spezialisierte Kapitalmarktakteure. Ein finanzintermediationstheoretischer Erklärungsansatz (S. 16-57). Wiesbaden: Gabler.
- Pleil, T. (2005). Nonprofit-PR: Besonderheiten und Herausforderungen. In *Berichte aus der Forschung 5 des Fachbereichs Sozial- und Kulturwissenschaften der FH Darmstadt*. Online: <https://de.scribd.com/document/150680027/Nonprofit-PR-Besonderheiten-und-Herausforderungen-2005>

- Röttger, U. (2009). Campaigns (f)or a better world? In U. Röttger (Hrsg.) PR-Kampagnen. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit (S. 9-23). Wiesbaden: Springer.
- Salamon, L. M., & Anheier, H. K. (1996). The International Classification of Nonprofit Organizations: ICNPO-Revision 1. Working Papers of the John Hopkins Institute for Policy Studies, 19, 1-24.
- Schwarz, A., & Fritsch, A. (2015). Strategic Communication Practice of International Nongovernmental Organizations. In D. Holtzhausen & A. Zerfass (Hrsg.), Routledge Handbook of Strategic Communication (S. 459-480). New York, NY: Routledge.
- Taylor, M. (2005). Nongovernmental organizations (NGOs). In R. L. Heath (Hrsg.), Encyclopedia of public relations (Vol. 2, pp. 614-616). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tkalac, A., & Pavicic, J. (2009). Nongovernmental organizations and international public relations. In K. Sriramesh & D. Verčič (Hrsg.), The global public relations handbook: Theory, research, and practice (2nd ed., pp. 807-821). New York, NY: Routledge.
- Voss, K. (2007). Öffentlichkeitsarbeit von Nichtregierungsorganisationen. Mittel – Ziele – Interne Strukturen. Wiesbaden: Springer.

### **Erste Tipps für weiterführende Literatur**

- Appel, A. (2009). Strategieentwicklung bei NGOs in der Entwicklungszusammenarbeit. Wiesbaden: Springer VS
- Bieth, T. (2011). NGOs und Medien. Eine empirische Studie zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus. Wiesbaden: Springer VS.
- Bonse, S., Draht, C., Ramm, S. & Völker, J. (2009). Mit Schnipsen gegen die Armut? In U. Röttger (Hrsg.). PR-Kampagnen: Über die Inszenierung von Öffentlichkeit (S. 375-385). Wiesbaden: VS.
- Bundeszentrale für politische Bildung (2009). Nicht-Regierungsorganisationen (NGOs). In absoluten Zahlen, weltweit 1990 bis 2007. Online: <http://www.bpb.de/system/files/pdf/5CXHNF.pdf>, zuletzt am 14.4.2016.
- Eberlei, W. (2005). Entwicklungspolitik fair-ändern. Zivilgesellschaftliche Kampagnen in Deutschland. In A. Brunnengräber, A. Klein & H. Walk (Hrsg.). NGOs im Prozess der Globalisierung. Mächtige Zwerge – umstrittene Riesen (S. 386-416). Wiesbaden: Springer VS.
- Hock S. (2011). Greenpeace: Mit Ken und Social Media gegen Mattel. Online: <http://www.prfundsachen.de/greenpeace-mit-ken-und-social-media-gegen-mattel/>, zuletzt am 15.4.2016.
- Klein, A., Walk, H. & Brunnengräber, A. (2005). Mobile Herausforderer und alternative Eliten. NGOs als Hoffnungsträger einer demokratischen Globalisierung? In A. Klein, H. Walk & A. Brunnengräber (Hrsg.). NGOs im Prozess der Globalisierung. Mächtige Zwerge – umstrittene Riesen (S. 10-77). Wiesbaden: VS.
- Lewis, L. (2005). The civil society sector: A review of critical issues and research agenda for organizational communication scholars. Management Communication Quarterly, 19(2), 238-267.
- Schwarz, A. & Fritsch, A. (2015). Strategic Communication Practice of International Nongovernmental Organizations. In D. Holtzhausen & A. Zerfass (Hrsg.). Routledge Handbook of Strategic Communication (S. 459-480). New York: Routledge.
- Simsa, R., Meyer, M., & Badelt, C. (Hrsg.) (2013). Handbuch der Nonprofit-Organisation: Strukturen und Management. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Speth, R. & Zimmer, A. (2015 (Hrsg.)). Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung. Wiesbaden: Springer VS.
- Tobesocial.de (2015). Social Media Marketing für Soziale Organisationen und NPO – Top Case Studies und Social Media Studies. Online: <http://tobesocial.de/blog/social-media-kampagnen-charity-npo-non-profit-organisation-fundraising-studien-top-cases>.
- Vernis, A., Iglesias, M., Sanz, B. & Saz-Carranza, A. (2006). Nonprofit Organizations. Challenges and Collaboration. Wiesbaden: Springer VS.
- Voss, K. (2007). Öffentlichkeitsarbeit von Nichtregierungsorganisationen. Mittel – Ziele – Interne Strukturen. Wiesbaden: Springer.
- Zimmer, A. & Priller, E. (2009). Gemeinnützige Organisationen im gesellschaftlichen Wandel. Wiesbaden: Springer VS.
- Zimmer, A. & Priller, E. (2000). Der deutsche Nonprofit-Sektor im gesellschaftlichen Wandel. Zu ausgewählten Ergebnissen der deutschen Teilstudie des international vergleichenden Johns Hopkins Projektes. Online: [http://www.aktive-buergerschaft.de/fp\\_files/Diskussionspapiere/2000wp-band03.pdf](http://www.aktive-buergerschaft.de/fp_files/Diskussionspapiere/2000wp-band03.pdf).