



UNIVERSITÄT LEIPZIG

Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft

Universität Leipzig, HKMW, IPF 165153 | Ritterstraße 24 | 04109 Leipzig

Fakultät für Sozialwissenschaften
und Philosophie
Institut für Kommunikations- und
Medienwissenschaft
**Lehrbereich Communication
Management**

Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfuß
Univ.-Prof. Dr. Christian P. Hoffmann
Univ.-Prof. Dr. Alexander H. Godulla
Univ. Prof. Dr. Cornelia Wolf

13. Januar 2022

Lehrveranstaltung WS 2021/2022

MASTER COMMUNICATION MANAGEMENT, MODUL 06-005-556

(S) Fallstudien zur Strategischen Kommunikation Krisenkommunikation, Public Affairs, M&A-Kommunikation

Blockveranstaltungen:

Themenfeld **M&A-Kommunikation**

Dr. Phoebe Kebbel, Managing Partner, Finsbury Glover Hering,
Frankfurt am Main
Elise Kammerer, Senior Associate, Finsbury Glover Hering, Berlin
Do. 20.01.2022, 13:45 – 19:15 Uhr, Raum 1.01
Fr. 21.01.2022, 09:15 – 13:45 Uhr, Raum 1.01
Fr. 04.03.2022, 09:15 – 10:45 Uhr, virtuell via Teams

Themenfeld **Krisenkommunikation**

Hartwin Möhrle, A&B One Kommunikationsagentur GmbH,
Frankfurt am Main
Freitag, 28.01.2022, 09:15 – 16:45 Uhr, Raum 1.06
Freitag, 11.03.2022, 09:15 – 11:30 Uhr, virtuell

Themenfeld **Public Affairs**

Dr. Daniel Wixforth, Partner 365 Sherpas GmbH, Berlin
Antonia Meyer, Director 365 Sherpas GmbH, Berlin
Donnerstag, 13.01.2022, 13:45 – 19:15 Uhr, virtuell, via Zoom
Freitag, 14.01.2022, 09:15 – 13:45 Uhr, virtuell via Zoom
Freitag, 04.02.2022 09:15-10:45 Uhr, virtuell via Zoom

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

Büro
Nikolaistraße 27–29
D-04109 Leipzig

Post
Ritterstraße 24, IPF 165153
D-04109 Leipzig

Telefon
+49 341 97-35040

Fax
+49 341 97-35049

E-Mail
stratkomm@uni-leipzig.de

Web
www.communicationmanagement.de

Thematik

Das Seminar gibt einen Einblick in drei zentrale Arbeitsfelder des Kommunikationsmanagements: Krisenkommunikation, Public Affairs sowie M&A-Kommunikation. Dabei werden berufs- und anwendungsorientiertes Wissen und Fähigkeiten einschließlich der entsprechenden theoretischen Konzepte vermittelt. Die Studenten erhalten einen Überblick über die ausgewählten Handlungsfelder und werden insbesondere an die damit verbundenen unterschiedlichen Kommunikationsstrategien, -instrumente und -charakteristika praxisnah herangeführt. Die strukturellen Rahmenbedingungen und Spezifika des jeweiligen Handlungsfelds werden anhand von praxisorientierten Fallstudien vorgestellt und diskutiert.

M&A-Kommunikation

Die Veranstaltung beleuchtet die Kommunikation im Kontext von Fusionen und Übernahmen. Aufbauend auf einer Auseinandersetzung mit verschiedenen Typen von Transaktionen (z.B. feindliche Übernahme, Privat-Equity-Transaktion) werden kommunikative Ziele, Zielgruppen und Erfolgsfaktoren erarbeitet. Anhand praktischer Beispiele werden Sie Kommunikationsstrategien entwickeln und das ganze Spektrum von Kommunikationsdisziplinen und -instrumenten berücksichtigen – von Media Relations über Investor Relations und interne Kommunikation bis hin zu Public Affairs.

Krisenkommunikation

Die Veranstaltung untersucht die Rolle der Kommunikation vor, während und nach einer Krise. Nach Erarbeitung theoretischer Grundlagen zu Krisen, ihrer Entstehung und ihrem Verlauf erfolgt die Überleitung zum praxisorientierten Seminarteil. Dieser beleuchtet, wie Kommunikation in Krisen auf strategischer und operativer Ebene gestaltet werden kann, um eventuelle Schäden wie Reputations- und Vertrauensverlust auf Seiten der Bezugsgruppen zu minimieren sowie Legitimation und Handlungsspielräume zu erhalten.

Public Affairs

Die Veranstaltung gibt Einblicke in die Bereiche Politische Kommunikation, Interessenvertretung und Lobbying. Die Erarbeitung der Definition, der Grundlagen und der Ziele von Public Affairs und die Diskussion des Stellenwerts von Public Affairs in Organisationen stehen im Fokus des Seminars. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf dem Begriff des politischen Interesses, der externen Rahmenbedingungen und dem strategischen Stakeholdermanagement. Daneben werden auch Werkzeuge der Kommunikationstätigkeit mit spezifischem PA-Fokus vorgestellt und eingeübt sowie gelungene PA-Ansätze vorgestellt und diskutiert.

Methodik

Auf Basis einer inhaltlichen Einführung durch die Dozentinnen und Dozenten werden im Verlauf der Blockveranstaltung typische Szenarien sowie Handlungsstränge und -konzepte in der Gruppe analysiert und diskutiert. Ziel des Seminars ist die Fähigkeit, Fallstudien systematisch zu analysieren und zu reflektieren sowie Lösungsansätze und Strategien für Praxisprobleme zu bewerten und eigenständig zu entwickeln.

Leistungsnachweis/Prüfung

Jeder Studierende nimmt an allen drei Terminen teil, erbringt die Prüfungsleistung (Bearbeitung einer Fallstudie) im Rahmen der Modulprüfung (Portfolioprüfung) jedoch in genau einer der drei Veranstaltungen. Die Bearbeitung erfolgt jeweils in Zweiergruppen. Die Zuteilung der insgesamt ca. 30 Studierenden auf die einzelnen Dozentinnen/-en nimmt das Institut auf Grundlage einer Präferenzabfrage vor.

Als Prüfungsleistung ist von den eingeteilten Studierenden im Anschluss an die jeweilige Veranstaltung eine Fallstudie zu bearbeiten. Jeder Dozent gibt **5 kurze Fallstudien** mit Beschreibung vor. Das Ergebnis (Ausarbeitung auf 10 Seiten) ist der/m jeweiligen Dozentin/-en (siehe oben) und Frau Prof. Cornelia Wolf als Zweitgutachterin **innerhalb von zwölf Tagen** nach Seminarabschluss als PDF-Dokument zu übersenden.

Abgabetermin für die Übungsaufgabe zur Veranstaltung M&A-Kommunikation 09.02.2022.

Abgabetermin für die Übungsaufgabe zur Veranstaltung Krisenkommunikation: 16.02.2022.

Abgabetermin für die Übungsaufgabe zur Veranstaltung Public Affairs: 26.01.2022.

In der Fallstudie werden die folgenden vier Aspekte behandelt:

1. Welche strategischen Herausforderungen und konkreten Aufgaben zeigen sich für das Kommunikationsmanagement im vorliegenden Fall? (Lösungsansatz)
2. Welche Akteure waren in dem Fall von zentraler Bedeutung und warum?
3. Welche strukturellen Rahmenbedingungen beeinflussten wie das Geschehen?
4. Welche alternativen Handlungsmöglichkeiten hätte es möglicherweise gegeben, als jene, die letztlich gewählt wurden?

Kontakt

Hering Schuppener Consulting
Strategieberatung für Kommunikation GmbH
Dr. Phoebe Kebbel
Managing Partner
Mail: pkebbel@heringschuppener.com
Elise Kammerer
Senior Associate
Mail: ekammerer@heringschuppener.com

Hartwin Möhrle
A&B One Kommunikationsagentur GmbH
Stresemannallee 30 · 60596 Frankfurt am Main
Mail: h.moehrle@a-b-one.de

Dr. Daniel Wixforth, Partner 365 Sherpas GmbH, Berlin
Antonia Meyer, Director 365 Sherpas GmbH, Berlin
Mail: wixforth@365sherpas.com, meyer@365sherpas.com

Literatur

Kebbel, P., Schuppener, B. (2014). Kommunikation als Erfolgsfaktor bei Mergers & Acquisitions. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Hrsg.), Handbuch Unternehmenskommunikation (2. Auflage, S. 1205-1220). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Zerfaß, A., Volk, S.C. (2019). Toolbox Kommunikationsmanagement, 1. Aufl. 2019, XIX, 304 S., Springer Gabler

Möhrle, H., „Krisen-PR – Risiken und Krisen souverän managen – Das Handbuch der Kommunikationsprofis“, 3. umfassend aktualisierte Neuauflage, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt am Main 2016