



# UNIVERSITÄT LEIPZIG

Institut für Kommunikations-  
und Medienwissenschaft

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

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

Univ.-Prof. Dr. Christian P. Hoffmann

18. September 2022

## **LEHRVERANSTALTUNG WINTERSEMESTER 2022/2023 MASTER COMMUNICATION MANAGEMENT, MODUL 06-005-556**

### **Public Affairs, Nachhaltigkeit und Ethik (S)**

Prof. Dr. Christian Pieter Hoffmann

Montag, 13.15–14.45 Uhr, Seminarraum 1.05

Beginn: 10. Oktober 2022; letzte Sitzung am 30. Januar 2023

Einreichtermin für die Prüfungsleistung: 31. März 2023

Prüfer: Hoffmann/Link

**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

### **Thematik**

Das Seminar befasst sich mit der strategischen Kommunikation von Organisationen in der politisch-gesellschaftlichen Arena. Im Mittelpunkt steht dabei die Sicherung der organisationalen Legitimität. Vertieft beleuchtet wird die politische Kommunikation, insbesondere Public Affairs und Lobbying, die Nachhaltigkeitskommunikation und die mit der strategischen Kommunikation in der politisch-gesellschaftlichen Arena verbundenen ethischen Herausforderungen. Ein Schwerpunkt der Betrachtung liegt zunächst auf der politischen Arena im engeren Sinne sowie den Zielsetzungen, Zielgruppen und Instrumenten der Public Affairs und des Lobbying. In einem zweiten Schritt wird die Perspektive erweitert auf das Feld der Nachhaltigkeitskommunikation (darunter auch der Nachhaltigkeitsberichterstattung). In einem dritten Schritt werden ethische Herausforderungen reflektiert. Den Abschluss bildet ein Ausblick auf neue Herausforderungen im Kontext der Digitalisierung.

### **Methodik**

Das Seminar beschreibt das politische System Deutschlands und Europas und identifiziert die darin verorteten Zielgruppen der Public Affairs und des Lobbyings. Es erarbeitet ein grundlegendes Verständnis der Akteure und ihrer Perspektiven, bedeutsamer Instrumente und Prozesse. Vor dem Hintergrund der Notwendigkeit der Sicherung organisationaler Legitimität wird das emergente Feld der Nachhaltigkeitskommunikation erschlossen. Ethische Herausforderungen werden vorgestellt und kritisch hinterfragt. Durch Gastreferate und Referate der Teilnehmenden werden praktische Herausforderungen der Kommunikation in der politisch-gesellschaftlichen Arena illustriert und vertiefend analysiert.

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

Prüfungsleistung in diesem Modul ist ein Portfolio, das aus vier Teilen besteht: (1) Präsentation im Seminar „Public Affairs, Nachhaltigkeit und Ethik“ (Gewichtung: 25%), (2) wissenschaftliche Ausarbeitung im Seminar „Public Affairs, Nachhaltigkeit und

Ethik“ (Gewichtung: 25%), (3) Präsentation im Seminar „Interne Kommunikation (Gewichtung: 25%), (4) wissenschaftliche Ausarbeitung im Seminar „Interne Kommunikation (Gewichtung: 25%). Die Gesamtnote für das Portfolio und damit für das Modul berechnet sich aus den Noten für die Teilleistungen des Portfolios in der genannten Gewichtung.

Die Präsentation ist als Gruppenleistung (3-4 Personen) zu erbringen. Im Rahmen der Präsentation soll jeweils ein vorgegebenes Thema umfassend aufbereitet, präsentiert und vor dem Hintergrund der in den vorangegangenen Sitzungen etablierten konzeptionellen Einsichten diskutiert werden. Die Präsentation dient als Grundlage für die wissenschaftliche Ausarbeitung. Die wissenschaftliche Ausarbeitung stellt zum jeweiligen Themenbereich einen aktuellen und prägnanten Forschungsüberblick mit Ausblick auf zukünftige Forschung dar und umfasst 15 Seiten (zzgl. Titelblatt und Selbstständigkeitserklärung; inkl. Literaturverzeichnis und evtl. Abbildungen; Seitenrand rechts 2 cm; Fließtext: Times New Roman 12, eineinhalbzeilige Absätze; Literaturverzeichnis kann abweichen, Zitationsstil APA7).

Die wissenschaftliche Ausarbeitung ist bis zum 31.03.2023 im Original mit unterzeichneter Selbstständigkeitserklärung (einseitig gedruckt; gelocht; keine Hefter, Ringbindung etc.) im Sekretariat bei Frau Böhland einzureichen und parallel per E-Mail in einem PDF-Dokument an die Gutachtenden (Professor Hoffmann und Frau Link) zu schicken.

Eine regelmäßige Teilnahme wird vorausgesetzt, da die Studienordnung für den Erwerb von Leistungspunkten in diesem Modul 30 Stunden Präsenzzeit in diesem Modul vorsieht. Bei Erkrankungen bzw. Krankschreibungen sind die Dozenten per E-Mail zu informieren.

## **Zeitplan**

- 10.10. Einführung: politische Kommunikation, Public Affairs und Lobbying
- 17.10. Gastreferat Prof. Dr. Astrid Lorenz, „Das politische System Deutschlands und Europas“ (*Achtung: einmalig 11-13h auf Zoom, mit Aufzeichnung*)
- 24.10. Gastreferat Dr. Martin Fensch, „Einblicke in die politische Landschaftspflege“; Referat 1
- 07.11. Journalismus, Mediatisierung und Medialisierung
- 14.11. Gastreferat tbc.; Referat 2
- 21.11. Gastreferat tbc.; Referat 3
- 28.11. Gastreferat Prof. Dr. Irina Lock, „Glaubwürdigkeit in der Nachhaltigkeitskommunikation“
- 05.12. Nachhaltigkeitskommunikation; Referat 4
- 12.12. Gastreferat tbc.; Referat 5
- 09.01. Ethische Herausforderungen und normatives Management; Referat 6
- 16.01. Prof. Dr. Lars Rademacher, „Ethische Herausforderungen der strategischen Kommunikation“; Referat 7
- 23.01. Referat 8
- 30.01. Ausführende Reflexion: Herausforderung Digitalisierung

## **Referatsthemen**

1. Berufsfeld Public Affairs: Was wissen wir darüber?
2. Akteurs Public Affairs: Wer spielt warum eine Rolle?
3. Digitale Public Affairs: Was verändert sich durch neue Medien?
4. Was bedeutet eigentlich „Nachhaltigkeit“? Konzepte und Modelle

5. Glaubwürdigkeit in der Nachhaltigkeitskommunikation
6. Purpose, Vision, Mission – Ansätze des normativen Managements
7. Ethik im Kommunikationsmanagement: Konzepte und Modelle
8. Corporate Political Activism: Wie politisch können/sollen Unternehmen sein?

## Literatur

*Vorlesungsmaterialien sowie ergänzende/vertiefende Zeitschriftenbeiträge werden elektronisch zur Verfügung gestellt bzw. empfohlen.*

### Leitliteratur

Röttger, U., Donges, P., Zerfaß, A. (Hrsg.) (2021). Handbuch Public Affairs. Springer Reference.

Holladay, S. J., & Tachkova, E. R. (2021). Public relations for stakeholder and societal engagement. In C. Valentini (Ed.), Public relations (Handbooks of communication science, 27) (pp. 217–232). De Gruyter Mouton.

Williams, G. T., & Sommerfeldt, E. J. (2021). Social advocacy and public relations: Building communitas in the public sphere. In C. Valentini (Ed.), Public relations (Handbooks of communication science, 27) (pp. 233–248). De Gruyter Mouton.

### Ergänzende Literatur:

Rademacher, L. (2022). Ethische Aspekte der Unternehmenskommunikation: Problemfelder und Selbstregulierung. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Eds.), Handbuch Unternehmenskommunikation (3. Aufl., S. 253–272). Wiesbaden: Springer Gabler.

Süss, W. (2022). Rechtliche Rahmenbedingungen der Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Eds.), Handbuch Unternehmenskommunikation (3. Aufl., S. 273–287). Springer Gabler.

Schwalbach, J., & Schwerk, A. (2022). Corporate Governance und Corporate Social Responsibility: Grundlagen und Konsequenzen für die Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Eds.), Handbuch Unternehmenskommunikation (3. Aufl., S. 235–252). Springer Gabler.

Godemann, J., & Michelsen, G. (2011) (Eds). Sustainability Communication – Interdisciplinary Perspectives and Theoretical Foundations. Springer.

Weder, F., Krainer, L., & Karmasin, M. (Eds.). (2021). The sustainability communication reader: A reflective compendium. Springer Nature.

Aßländer, M. S. (Hrsg.) (2021). Handbuch Wirtschaftsethik (2. Auflage). Metzler.

## Kontakt

[christian.hoffmann@uni-leipzig.de](mailto:christian.hoffmann@uni-leipzig.de)