



20. August 2024

LEHRVERANSTALTUNG WINTERSEMESTER 2024/25 MASTER COMMUNICATION MANAGEMENT, MODUL 06-005-556

INTERNE KOMMUNIKATION (S)

Mitarbeiterkommunikation in Zeiten der Dauerbelastung

Jeanne Link, M.A.

Mittwoch, 11.15–12.45h, Raum: 1.01

Beginn: 16.10.2024, letzte Sitzung am 05.02.2025

Termine: 16.10., 23.10., 06.11., 13.11., 27.11., 04.12., 11.12., 18.12., 08.01., 15.01., 22.01., 29.01., 05.02.

Einreichtermin für Prüfungsleistungen: 27.03.2025

Prüfer/-innen: Hoffmann/Link

Thematik

Unternehmen im Stresstest: Globale Krisen, gesellschaftliche Polarisierung oder auch die *digitale Transformation* sind nur einige von vielen Themen, mit denen sich Unternehmen heute auseinandersetzen. Zum einen sind sie von entsprechenden Entwicklungen direkt betroffen, zum anderen wird die *Verantwortung* von Unternehmen insbesondere in krisenbetroffenen Zeiten hervorgehoben. Von ihnen wird heute zunehmend erwartet, sich zu sozialen und politischen Themen zu äußern und entsprechend zu handeln, was sich auch in der Gründung diverser Bündnisse und Initiativen zeigt. Kurz vor der Europawahl 2024 bildet sich etwa die Allianz [„Wir stehen für Werte“](#), in der sich 30 namhafte deutsche Unternehmen für Vielfalt und Offenheit aussprechen und dies mit internen und externen Kommunikationskampagnen verbinden. Die wichtigsten deutschen Kommunikationsverbände gründen etwa zeitgleich die Initiative [„Kommunikation stärkt Demokratie“](#).

Insbesondere für *Mitarbeitende* als Angehörige einer Organisation kann es relevant sein, wie sich ihr *Arbeitgeber* intern und extern positioniert. Zuständig für diese Positionierung ist in der Regel die Unternehmenskommunikation, die die Werte einer Organisation nach innen und außen vermittelt und für Verständigung mit Stakeholdern sorgen soll. Die *Interne Kommunikation* bzw. *Mitarbeiterkommunikation* adressiert vor allem Mitarbeitende und soll Orientierung stiften, motivieren und informieren. Fraglich bleibt, inwiefern ihr die Aufgabe zukommen sollte, „die Demokratie zu retten“ (Lautenbach, 2024) oder „Haltung zu zeigen“ (Webinar BdKom, 2024). Welche Rolle kann und sollte die *Mitarbeiterkommunikation* in Zeiten des Umbruchs einnehmen? Welche Gefahren drohen möglicherweise? Wie kann sie mit den skizzierten Herausforderungen umgehen? An diesen und weiteren Fragen knüpft das Seminar an.

Das Seminar führt in die Grundlagen der internen Unternehmenskommunikation ein und gibt einen Überblick über das Themenfeld. Die Studierenden beschäftigen sich mit ausgewählten Aspekten der Internen Kommunikation, arbeiten sich in den wissenschaftlichen „state of the art“ der Forschung ein und entwickeln relevante Fragestellungen für zukünftige Forschung – alles vor dem Hintergrund der skizzierten Rahmenbedingungen. Die Ziele des Seminars sind es, konzeptionelle Grundlagen zu verstehen sowie aktuelle Herausforderungen kennenzulernen und reflektieren zu können.

Methodik

Das Seminar kombiniert ein Literaturstudium mit Diskussionen im Seminar und individuellem wissenschaftlichen Arbeiten. Nach einer gemeinsamen Einführung in den ersten zwei Sitzungen werden unterschiedliche Themenschwerpunkte diskutiert. Hierfür lesen alle Studierenden vorab die genannte Literatur. Jeweils ein Team (zwei bis drei Studierende) bereitet auf Grundlage erweiterter Recherchen eine Präsentation vor, in der das Thema umfassend aufgearbeitet wird. Die Präsentation soll folgende Punkte beinhalten: (1) Zentrale Begriffe und Konzepte werden definiert und eingeordnet. (2) Das Thema wird vor dem Hintergrund der skizzierten Herausforderungen diskutiert. (3) Jede Gruppe stellt basierend darauf fünf bis sechs Forschungsfragen vor, die im Plenum reflektiert werden. Die Präsentation und die im Plenum generierten Impulse dienen der/dem Einzelnen als Grundlage für die individuellen Prüfungsleistungen, die im Nachgang zu erstellen sind.

Einordnung und Leistungsnachweis

Im Modul „Handlungsfelder Politik, Gesellschaft und Organisation“ (06-005-556) sind das Seminar „Public Affairs, Nachhaltigkeit und Ethik“ (Hoffmann) und das Seminar „Interne Kommunikation“ (Link) zu besuchen. Die Einteilung der Gruppen erfolgt eigenständig; die Verteilung der Aufgaben erfolgt durch die Dozierenden. Im Seminar „Interne Kommunikation“ dürfen die Studierenden in der ersten Sitzung drei Themen benennen, die sie favorisiert bearbeiten möchten; eines davon wird nach der Zuteilung bearbeitet. Falls die Zuteilung der Themen anhand der Wünsche der Studierenden nicht aufgeht, entscheidet das Los.

Leistungsnachweis: Prüfungsleistung in diesem Modul ist ein Portfolio, das aus vier Teilen besteht: (1) Präsentation im Seminar „Public Affairs, Nachhaltigkeit und Ethik“ (Gewichtung: 20%), (2) wissenschaftliche Ausarbeitung im Seminar „Public Affairs, Nachhaltigkeit und Ethik“ (Gewichtung: 30%), (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 (zwei bis drei Personen) zu erbringen. Sie dient als Grundlage für die wissenschaftliche Ausarbeitung, die als Einzelleistung einzureichen ist.

Die wissenschaftliche Ausarbeitung stellt zum jeweiligen Themenbereich einen aktuellen und prägnanten Forschungsüberblick mit Ausblick auf zukünftige Forschung dar und umfasst 8 Seiten (zzgl. Titelblatt und Selbstständigkeitserklärung; zzgl. Literaturverzeichnis und evtl. Abbildungen; Seitenrand rechts 2 cm; Fließtext: Times New Roman 12, eineinhalbzeilige Absätze; Literaturverzeichnis kann abweichen, Zitationsstil APA7). Sie beinhaltet einen Überblick über das Themengebiet, die Darstellung einer Forschungslücke sowie Überlegungen zur methodischen Umsetzung zur Beantwortung der Forschungsfragen. Die skizzierte(n) Forschungsfrage(n) und Methode sollen so dimensioniert sein, dass sie bspw. im Rahmen einer Masterarbeit zu bearbeiten wären.

Die wissenschaftliche Ausarbeitung ist bis zum 27.03.2025 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 (Frau Link und Professor Hoffmann) 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 Dozierenden per E-Mail zu informieren.

Zeitplan und Themen
Stand August 2024

Einführung & Grundlagen	
16.10.2024	<p>Einführung I: Mitarbeiterkommunikation zwischen Neutralität und Haltung – Thematische Einführung, Begrüßung & Organisatorisches <i>Jeanne Link</i></p> <p>Literatur: Einwiller et al., 2021; Mast, 2022</p> <p><i>Arbeitsauftrag I (tbd.)</i></p>
23.10.2024	<p>Pulsmesser der Weltwirtschaft: Krisenkommunikation am DHL Drehkreuz Leipzig <i>Gastvortrag Christiane Gehb, Communication Manager, DHL</i></p> <p>Einführung II <i>Jeanne Link</i></p> <p>Literatur: Dhanesh, 2021; Schwalbach & Schwerk, 2022; Taylor, 2024</p> <p><i>Arbeitsauftrag I (tbd.)</i></p>
30.10.2024	<i>Keine Sitzung: Jahrestagung der Fachgruppe PR-/Organisationskommunikation</i>
Basiskonzepte	
06.11.2024	<p>Basiskonzept I: Unternehmenskultur Präsentation Gruppe 1</p> <p>Literatur: Fieseler, 2022; Sackmann, 2021; Schein, 2016; Schreyögg, 2016 (s. Kapitel 10 zu Organisationskultur)</p> <p><i>Besprechung Arbeitsauftrag I (tbd.)</i></p>
13.11.2024	<p>Basiskonzept II: Unternehmensidentität Präsentation Gruppe 2</p> <p>Literatur: Eisenegger, 2015; Rosenberger & Niederhäuser, 2021; Tourky et al., 2020</p> <p>Arbeitsauftrag II: „Methodenexkurs“</p>
20.11.2024	<i>Keine Sitzung: Buß- und Betttag</i>
27.11.2024	<p>Basiskonzept III: Polyphonie Präsentation Gruppe 3</p>

	<p>Literatur: Christensen et al., 2008; Christensen & Cornelissen, 2011; Viertmann et al., 2021</p> <p>Besprechung Arbeitsauftrag II „Methodenexkurs“</p>
Kommunikationsmanagement	
04.12.2024	<p>Führungskräftekommunikation (& die Rolle des CEOs) Präsentation Gruppe 4</p> <p>Literatur: Hauer, 2016; Voß & Röttger, 2021</p>
11.12.2024	<p>Internationale Mitarbeiterkommunikation Präsentation Gruppe 5</p> <p>Literatur: Fleischmann, 2021; Verčič et al., 2021; Warren & Lee, 2020</p>
18.12.2024	<p>Gamification in der Mitarbeiterkommunikation Präsentation Gruppe 6</p> <p>Literatur: Larson, 2020; Oxarart & Houghton, 2021; Seiffert-Brockmann, 2021</p>
25.12. & 01.01.	<i>Keine Sitzung: Frohe Weihnachten & Happy New Year ☺</i>
Informelle Kommunikation und Krisenkommunikation	
08.01.2025	<p><i>Sitzung findet online statt</i> <i>Achtung einmalig: 11:15-13:15 Uhr</i> Gastvortrag N.N.</p> <p>Interne Krisenkommunikation Präsentation Gruppe 7</p> <p>Literatur: Heide, 2021; Mazzei & Butera, 2021</p>
15.01.2025	<p>Employee Activism Präsentation Gruppe 8</p> <p>Literatur: Krishna, 2021; Lee, 2021; Ninova-Solovykh, 2023</p>

22.01.2025	Whistleblowing Präsentation Gruppe 9 Literatur: Barnett et al., 1993; Kenny et al., 2020 (ausleihbar in UBL); Mazzei et al., 2021
29.01.2025	Interpersonale und informelle Kommunikation Präsentation Gruppe 10 Literatur: Kleinberger, 2021; Koch & Denner, 2022; Michelson et al., 2010
Reflexion & Ausblick	
05.02.2025	Abschluss, Feedback, Fragen zur Prüfungsleistung

Kontakt

Jeanne Link, M. A.: jeanne.link@uni-leipzig.de

Sekretariat: Cornelia Böhland, E-Mail: stratkomm@uni-leipzig.de

Moodle

<https://moodle2.uni-leipzig.de/course/view.php?id=39325>

Literatur

Als Grundlage für diese Veranstaltung dient das folgende Buch:

Einwiller, S., Sackmann, S., & Zerfaß, A. (2021). *Handbuch Mitarbeiterkommunikation*. Springer Gabler.

Barnett, T., Cochran, D.S., & Taylor, G.S. (1993). The internal disclosure policies of private-sector employers: An initial look at their relationship to employee whistleblowing. *Journal of Business Ethics*, 12, 127–136.

Christensen, L. T., Cheney, G., & Morsing, M. (2008). *Corporate communications: Convention, complexity, and critique*. Sage.

Christensen, L. T., & Cornelissen, J. (2011). Bridging corporate and organizational communication: Review, development and a look to the future. *Management Communication Quarterly*, 25(3), 383–414.

Dhanesh, G.S. (2021). Beyond Internal Corporate Social Responsibility Communication (ICSRC): Creating a Purposeful Organization. In L. R. Men & A. Tkalac Verčič (Hrsg.), *Current Trends and Issues in Internal Communication. New Perspectives in Organizational Communication* (S. 131–147). Palgrave Macmillan.

Einwiller, S., Sackmann, S., & Zerfaß, A. (2021). Gegenstand, Bereiche und Entwicklungen. In S. Einwiller, S. Sackmann & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Mitarbeiterkommunikation* (S. 3–26). Springer Gabler.

Eisenegger, M. (2015). Identität, Image und Reputation – Eine kommunikationssoziologische Begriffsarchitektur. In R. Fröhlich, P. Szyszka, G. Bentele (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (S. 431–460). Springer VS.

Fieseler, C. (2022). Organisationskultur und Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 235–251), Springer Gabler.

Fleischmann, C. (2021). Internationale und interkulturelle Mitarbeiterkommunikation. In S. Einwiller, S. Sackmann & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Mitarbeiterkommunikation* (S. 277–297). Springer Gabler.

Haas, O. (2017). Klassiker der Organisationsforschung (23) Edgar H. Schein. *OrganisationsEntwicklung*, 1, 90–97.

Hauer, EM. (2016). Der Stellenwert der Führungskräftekommunikation in der Internen Unternehmenskommunikation. In R. Nowak & M. Roither (Hrsg.), *Interne Organisationskommunikation* (S.109–124). Springer VS.

- Heide, M. (2021). Interne Krisenkommunikation: eine Möglichkeit für Kommunikatoren, strategische Werte nachzuweisen. In S. Einwiller, S. Sackmann & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Mitarbeiterkommunikation* (S.565–582). Springer Gabler.
- Mast, C. (2022). Interne Unternehmenskommunikation: Mitarbeiter und Führungskräfte informieren und motivieren. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 839–858). Springer Gabler.
- Mazzei, A., & Butera, A. (2021). Internal Crisis Communication. In L. R. Men & A. Tkalac Verčič (Hrsg.), *Current Trends and Issues in Internal Communication. New Perspectives in Organizational Communication* (S. 165–181). Palgrave Macmillan.
- Mazzei, A., Ravazzani, S., & Wolfgruber, D. (2021). Whistleblowing in Organisationen: Wenn Mitarbeitende auf Missstände aufmerksam machen. In S. Einwiller, S. Sackmann & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Mitarbeiterkommunikation* (S. 487–500). Springer Gabler.
- Michelson, G., van Iterson, A., & Waddington, K. (2010). Gossip in Organizations: Contexts, Consequences, and Controversies. *Group & Organization Management*, 35(4), 371–390.
- Ninova-Solovykh, N. (2023). Employee Activism: When Employees Speak Out Publicly Against Their Employer. In N. Rodriguez-Salcedo, A. Moreno, S. Einwiller & M. Recalde (Hrsg.), *(Re)discovering the Human Element in Public Relations and Communication Management in Unpredictable Times. Advances in Public Relations and Communication Management* (Bd. 6, S. 139–160), Emerald Publishing Limited.
- Kenny, K., Vandekerckhove, W., & Irfan, M. (2020). Whistleblowing as escalating voice. In A. Wilkinson, et al. (Hrsg.), *Handbook of Research on Employee Voice* (2. Aufl., S. 437–454). Edward Elgar Publishing.
- Kleinberger, U. (2021). Interpersonale und informelle Kommunikation am Arbeitsplatz. In S. Einwiller, S. Sackmann & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Mitarbeiterkommunikation* (S. 451–486). Springer Gabler.
- Koch, T., & Denner, N. (2022). Informal communication in organizations: work time wasted at the watercooler or crucial exchange among co-workers? *Corporate Communications: An International Journal*, 27(3), 494–508.
- Krishna, A. (2021). Employee Activism and Internal Communication. In L. R. Men & A. Tkalac Verčič (Hrsg.), *Current Trends and Issues in Internal Communication. New Perspectives in Organizational Communication* (S.113–129). Palgrave Macmillan.
- Larson, K. (2020). Serious Games and Gamification in the Corporate Training Environment: a Literature Review. *TechTrends*, 64, 319–328.
- Lee, Y. (2021) The rise of internal activism: motivations of employees' responses to organizational crisis, *Journal of Public Relations Research*, 33(5), 387–406.
- Lemon, L.L. (2019) The employee experience: how employees make meaning of employee engagement, *Journal of Public Relations Research*, 31(5-6), 176–199
- Oxarart, R.A., & Houghton, J.D. (2021). A Spoonful of Sugar: Gamification as Means for Enhancing Employee Self-Leadership and Self-Concordance at Work. *Administrative Sciences*, 11(35).
- Rosenberger, N., & Niederhäuser, M. (2021). Unternehmensidentität als zentrale Bezugsgröße für das interne Kommunikationsmanagement. In S. Einwiller, S. Sackmann & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Mitarbeiterkommunikation* (S. 65–82). Springer Gabler.
- Sackmann, S. A. (2021). Die Bedeutung der Unternehmenskultur für die Mitarbeiterkommunikation und ihre wechselseitige Beeinflussung. In S. Einwiller, S. Sackmann & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Mitarbeiterkommunikation* (S. 55–63). 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 (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 235–251), Springer.
- Seiffert-Brockmann, J. (2021). Gamification in der Mitarbeiterkommunikation. In S. Einwiller, S. Sackmann & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Mitarbeiterkommunikation* (S. 389–405). Springer Gabler.
- Schein, E. (2016). *Organizational culture and leadership* (5. Aufl.). Jossey-Bass
- Schreyögg, G. (2016). *Grundlagen der Organisation*. Springer Gabler.
- Taylor, A. (2024, 6. Februar). Corporate Advocacy in a Time of Social Outrage. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2024/02/corporate-advocacy-in-a-time-of-social-outrage>.
- Tkalac Verčič, A., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2021). Internal Communication in a Cross-Cultural and Global Context. In L. R. Men & A. Tkalac Verčič, (Hrsg.), *Current Trends and Issues in Internal Communication. New Perspectives in Organizational Communication* (S. 223–240). Palgrave Macmillan.
- Tourky, M., Kitchen, P., & Shaalan, A. (2020). The role of corporate identity in CSR implementation: An integrative framework, *Journal of Business Research*, 117, 694–706.

- Viertmann, C., Schneider, L., & Zerfaß, A. (2021). Von der Kommunikationshoheit zur Polyphonie: Steuerungsverlust und Vielstimmigkeit in der Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S.173–187). Springer Gabler, Wiesbaden.
- Voß, A. & Röttger, U. (2021). Erfolgreiche Führungskräftekommunikation heute. In S. Einwiller, S. Sackmann & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Mitarbeiterkommunikation* (S. 257–276). Springer Gabler.
- Warren, M. & Lee, W. L. W. (2020). Intercultural communication in professional and workplace settings. In J. Jackson (Hrsg.), *The Routledge Handbook of Language and Intercultural Communication* (2. Aufl., S. 473–486). Routledge.
- Wolfgruber, D. (2021). Mitarbeiterkommunikation zur Stärkung moralischen Mitarbeiterverhaltens. In S. Einwiller, S. Sackmann & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Mitarbeiterkommunikation* (S. 601–619). Springer Gabler.