



# UNIVERSITÄT LEIPZIG

Institut für Kommunikations-  
und Medienwissenschaft

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

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

28. Februar 2025

## LEHRVERANSTALTUNG SS 2025 MASTER COMMUNICATION MANAGEMENT MODUL 06-005-546 Kommunikationssteuerung und Planung

### Kampagnen und Konzeptionstechnik (Ü)

**Laura Siewert, M.Sc.**

#### Überblick Termine:

Mi. 09.04.	10:15–11:45 Uhr	SG 205
Mi. 16.04.	10:15–11:45 Uhr	SG 205
Fr. 25.04.	10:15–14:45 Uhr	1.01
Mi. 30.04.	10:15–12:45 Uhr	SG 205
Mi. 14.05.	10:15–12:45 Uhr	SG 205
Do. 05.06.	09:15–15:45 Uhr	4.21
Do. 26.06.	09:15–15:45 Uhr	4.21
Do. 03.07.	09:15–15:45 Uhr	1.06
Fr. 04.07.	09:15–15:45 Uhr	1.01
Mo. 07.07.	15:45–16:45 Uhr	1.01

*\*Detaillierte Informationen zu den einzelnen Sitzungen finden Sie unter „Zeitplan und Themen“.*

Einreichtermin für Prüfungsleistungen: 12. August 2025  
Prüfer/-innen: Laura Siewert, Prof. Dr. Ansgar Zerfuß

#### Thematik

Die Konzeption von Kampagnen ist eine zentrale Aufgabe im Kommunikationsmanagement. In diesem Seminar werden entsprechende Vorgehensweisen und Modelle der Konzeptionstechnik vermittelt und angewendet. Die Studierenden lernen, die relevanten Daten einer Fallanalyse zu erheben, zu aggregieren und zu analysieren. Sie werden in die Lage versetzt, Briefings zu interpretieren sowie ein Rebriefing und ein Kommunikationskonzept zu verfassen. Zudem werden Grundlagen der Budget- und Zeitplanung vermittelt.

#### Methodik

Das Seminar bietet einen Überblick zur Kampagnenplanung im Kommunikationsmanagement und zur Konzeptionslehre. Neben theoretischen Grundlagen werden strategische und operative Elemente der Kampagnenplanung vermittelt. Die Teilnehmer- /innen wenden das so Erlernete im Rahmen von Gruppenarbeiten auf Fallbeispiele aus der Praxis an.

**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

## Einordnung und Leistungsnachweis/Prüfungsvorleistung

Im Modul „Kommunikationssteuerung und Planung“ (06-005-546) sind das Seminar „Management-Tools für die Unternehmenskommunikation“ (Zerfaß) und die Übung „Kampagnen und Konzeptionstechnik“ (Siewert) zu besuchen. Die Portfolioleistungen werden in Gruppen erbracht. Die Einteilung der Gruppen erfolgt vorab durch die Dozierenden. Die Gruppen können nach der Vorstellung der Aufgaben für Seminar und Übung ihre Präferenzen angeben. Die Zuteilung erfolgt dann durch die Dozierenden – falls die Zuteilung anhand der Wünsche nicht aufgeht, entscheidet das Los. Leistungsnachweis: Prüfungsleistung in diesem Modul ist ein Portfolio, das aus drei Teilen besteht:

(1) Beratungskonzept im Seminar „Management-Tools für die Unternehmenskommunikation“ (Gewichtung: 50%), (2a) Präsentation in der Übung (Gewichtung: 25%), (2b) Kommunikationskonzept in der Übung (Gewichtung: 25%). Alle Teilleistungen werden in Gruppenarbeit von jeweils 3–4 Studierenden erbracht. 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 umfasst die mündliche Darstellung der Grundideen eines Kommunikationskonzepts für einen Auftraggeber in einer Wettbewerbssituation (Pitch) im Umfang von 25 Minuten, unterstützt durch einen Chartsatz.

Das Kommunikationskonzept besteht aus:

- a) einem Deckblatt mit Namen, Matrikelnummern und E-Mail-Adressen aller Bearbeiter/-innen, Inhaltsverzeichnis, unterzeichneter Selbständigkeitserklärung sowie Kennzeichnung des jeweiligen Beitrags der einzelnen Bearbeiter/-innen, der deutlich erkennbar sein muss,
- b) einem umfassenden Chartsatz mit praxisorientierter Darstellung des Konzepts (max. 30 Folien); das Layout wird nicht vorgegeben,
- c) einem fünfseitigen Management Summary des Konzepts zuzüglich Zeit- und Budgetplan und Literaturverzeichnis (Times New Roman, eineinhalbeilige Absätze; Seitenrand rechts mindestens 2,5 cm).

Die Konzepte sind bis zum **12.08.2025** im Original mit unterzeichneter Selbständigkeitserklärung (einseitig gedruckt; gelocht; keine Hefter, Ringbindung etc.) im Sekretariat bei Frau Böhland einzureichen und parallel per E-Mail in einem PDF-Dokument an die Gutachter (Frau Siewert und Prof. Zerfaß) 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 ist der Dozierende per E-Mail zu informieren.

## Zeitplan und Themen

Bis 07.04.2025	<p><i>Alle Teilnehmer/-innen lesen vorab die im Moodle hochgeladene Literatur und notieren sich ihre Gedanken dazu in einem kurzen Response-Paper (max. 1 Seite; Stichpunkte): a) Unklarheiten und Verständnisfragen, b) Diskussionsfragen und Kritik / Ideen mit Bezug zu eigenen praktischen Erfahrungen mit Kampagnen und Konzeptionen z. B. in Praktika.</i></p> <p><i>Die Response-Paper werden bis 2. April 2025 als PDF (Dateiname nach dem Muster: „Response_2024_Nachname.pdf“) per E-Mail an die Dozentin übermittelt.</i></p>
Mi. 09.04.	<p>Information zur Gruppeneinteilung und zu den Aufgabenstellungen für die Übung, Einführung in die Konzeptionstechnik für Kampagnen <i>Laura Siewert</i></p> <p>Diskussion der Literatur <i>Alle</i></p>

Mo. 14.04.	Rückmeldung zu den präferierten Aufgaben in der Übung durch die Gruppen (per E-Mail an Frau Siewert); die Bekanntgabe der zugeteilten Aufgaben erfolgt vor der nächsten Sitzung
Mi. 16.04.	Einführung in die Konzeptionstechnik für Kampagnen <i>Laura Siewert</i>  Diskussion der Literatur <i>Alle</i>
Fr. 25.04.	Briefing zu den Fallstudien <i>Es werden durch die Praxispartner vier praxisrelevante Aufgaben vorgestellt, die jeweils von zwei Gruppen bearbeitet werden.</i>  Gruppenarbeit an den Fallstudien, Schulterblick und erste Rücksprache zu den Fallstudien <i>Alle</i>
Mi. 30.04.	Einführung in die Konzeptionstechnik für Kampagnen <i>Laura Siewert</i>  Diskussion der Literatur <i>Alle</i>
Mi. 14.05.	Gastvortrag: Praxisbeispiel zur Konzeptionserstellung mit Fokus auf Budget- und Zeitplanung: "Kommunikationskampagnen planen und kalkulieren: Erfahrungen und Beispiele" <i>Michael Grupe, Vorstand, Fink &amp; Fuchs AG, Wiesbaden / München / Berlin</i>  Möglichkeit für gezielte Rückfragen zur Budget- und Zeitplanung & Diskussion <i>Alle</i>
Do. 05.06.	Rebriefing und Schulterblick I (individuelle Termine, ca. 25 min.)  <i>Die Gruppen stellen erste Analyseergebnisse und Ideen für die Konzeptionen vor und diskutieren dies mit der Dozentin.</i>  Gruppe A1: 09:15–09:40h                      Gruppe C1: 13:00–13:25h Gruppe A2: 09:50–10:15h                  Gruppe C2: 13:35–14:00h Gruppe B1: 10:25–10:50h                  Gruppe D1: 14:25–14:50h Gruppe B2: 11:00–11:25h                  Gruppe D2: 15:00–15:25h
Do. 26.06.	Rebriefing und Schulterblick II (individuelle Termine, ca. 25 min.)  Gruppe D1: 09:15–09:40h                  Gruppe B1: 13:00–13:25h Gruppe D2: 09:50–10:15h                  Gruppe B2: 13:35–14:00h Gruppe C1: 10:25–10:50h                  Gruppe A1: 14:25–14:50h Gruppe C2: 11:00–11:25h                  Gruppe A2: 15:00–15:25h
Do. 03.07. Fr. 04.07.	Pitch-Präsentation der Konzeptionen (alle Gruppen)  <i>Die Gruppen präsentieren ihre Konzepte vor den jeweiligen Praxispartnern und allen Seminarteilnehmer/-innen und beantworten Rückfragen (25 + 20 Min je Gruppe). Das konstruktive Feedback unterstützt die Ausarbeitung der Konzepte im Nachgang.</i>
Mo. 07.07.	Evaluation der Lehrveranstaltung und Seminarabschluss <i>Alle + Prof. Dr. Ansgar Zerfuß</i>

## Kontakt

Laura Siewert, M.Sc., [laura.siewert@uni-leipzig.de](mailto:laura.siewert@uni-leipzig.de)

Moodle-Kurs zum Seminar: <https://moodle2.unileipzig.de/course/view.php?id=41899>

## Literatur zu Kampagnen und Konzeptionstechnik für das Response Paper

Die nachfolgende Literatur wird über Moodle bereitgestellt und ist vorab zu lesen, damit eine zielführende Diskussion im Seminar möglich ist (vgl. die Hinweise oben zum Response Paper); die Lektüre der Literatur dient der Vorbereitung zum Seminar:

- Cornelissen, J. (2020). Communication strategy and strategic planning. In J. Cornelissen (Hrsg.), *Corporate communication. A guide to theory and practice* (6. Aufl., S. 109-132). Sage.
- Nothhaft, H., & Bentele, G. (2022). Konzeption von Kommunikationsprogrammen in der Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Röttger, U. (2022). Kommunikationskampagnen planen und steuern: Thematisierungsstrategien in der Öffentlichkeit. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Ruler, B. van (2021). Communication planning: Agility is a game changer in strategy development. *International Journal of Strategic Communication*, 15(2), 113–125.

## Weiterführende Literatur zu Zeit-/Budgetplanung

- Gregory, A. (2020). Timescales and resources. In A. Gregory (Hrsg.), *Planning and managing public relations campaigns. A strategic approach* (5. Aufl., S. 250–276). Kogan Page.
- Lutrell, R. M., & Capizzo, L. W. (2018). Key skills for implementing PR campaigns. In R.M. Lutrell & L.W. Capizzo, *Public relations campaigns. An integrated approach* (S. 149–165). Sage.
- Ruler, B. van, & Körver, F. (2019). *The communication strategy handbook* (S. 112–113). Peter Lang.
- Smith, R.D. (2021). Implementing the Strategic Plan. In R.D. Smith (Hrsg.), *Strategic planning for public relations* (6. Aufl., S. 416–435). Routledge.