



**LEHRVERANSTALTUNG WINTERSEMESTER 2024  
BACHELOR KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFT  
MODUL 06-005-51127 KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT**

**Ü Strategische Kommunikation: Professionelle Kommunikation  
in Wirtschaft und Gesellschaft – Akteure, Konzepte, Instrumente**

**Prof. Dr. Ansgar Zerfaß**

Dienstag, 17:15–18:45h, HS 4.

Beginn: 15. Oktober 2024. Letzte Veranstaltung am 28. Januar 2025.

Modulprüfung: Portfolio bestehend aus zwei Übungen & einem schriftlichen Test (s.u.).

### **Thematik**

Die Veranstaltung führt in Ergänzung zur Vorlesung „Kommunikationsmanagement“ in die Profession und Praktiken der externen und internen Kommunikation von Unternehmen und anderen Organisationen ein. Dabei wird zunächst ein Überblick zur Struktur des Berufsfelds und der im Bereich der Auftragskommunikation relevanten Akteure gegeben. In weiteren Schritten werden konzeptionelle Vorgehensweisen sowie zentrale Maßnahmen und Instrumente diskutiert. Ergänzt wird dies durch Einblicke in die Berufspraxis – die mit Abstand meisten Praktika, Einstiegsjobs und Aufstiegsmöglichkeiten für kommunikationswissenschaftlich ausgebildete Nachwuchskräfte finden sich heute und in Zukunft nicht im Journalismus und in den Massenmedien, sondern in Kommunikationsagenturen, Kommunikationsabteilungen von Organisationen aller Art sowie bei Dienstleistern, die diese durch Softwareanwendungen einschließlich KI-Lösungen und vielfältige Services wie Monitoring, Distribution und Evaluation unterstützen.

### **Methodik**

Die Veranstaltung setzt auf eine Kombination von Wissensvermittlung durch den Dozenten, Gastvorträge erfahrener Führungskräfte aus dem Berufsfeld sowie Übungsaufgaben (Recherchen, Analysen, Texte), die von den Studierenden zu bearbeiten sind. Dazu werden alle eingeschriebenen Studierenden in Moodle zufällig in fünf Gruppen eingeteilt und erhalten dort im Laufe des Semesters 2 (von insgesamt 10) Aufgaben zur Bearbeitung. Die Aufgaben werden jeweils am Ende einer Sitzung kurz vorgestellt und sind dann innerhalb einer Woche individuell zu bearbeiten (Einreichung bis Mittwoch der Folgewoche um 9 Uhr in Moodle – genaue Termine werden online bekannt gegeben). Die Ergebnisse werden in einer späteren Sitzung diskutiert, indem einige (wiederum zufällig ausgewählte) Studierende ihre Lösungen kurz vorstellen und diese im Plenum besprochen werden. Das Lernziel ist die eigenständige Reflektion, d.h. die Aufgaben sind Teil der Portfolioleistung und müssen erfolgreich bearbeitet werden, werden aber nicht benotet. In Krankheitsfällen ist der Dozent per E-Mail (mit beiliegender Krankschreibung) zu informieren; es wird dann individuell über eine Ersatzleistung entschieden.

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

13. Oktober 2024

**Universität Leipzig**  
Institut für Kommunikations-  
und Medienwissenschaft  
Lehrstuhl für  
Strategische Kommunikation  
04081 Leipzig

Besucheradresse:  
Nikolaistraße 27-29  
04109 Leipzig

Für Pakete und Expresssendungen:  
Ritterstraße 24, IPF 165153  
04109 Leipzig

**Telefon**  
+49 341 97-35040

**Fax**  
+49 341 97-35049

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

**Web**  
www.communicationmanagement.de

## Leistungsnachweis in diesem Modul

Portfolio bestehend aus a) zwei erfolgreich bearbeiteten Übungen als Aufgaben in dieser Veranstaltung, Bearbeitungsfrist jeweils eine Woche (Wichtung 0) und b) einer schriftlichen Prüfung zur Vorlesung und Übung, Bearbeitungsfrist 45 Minuten (Wichtung 1). Hinweise zur Prüfung und den relevanten Inhalten werden in der Vorlesung von Prof. Hoffmann bekanntgegeben.

## Moodle-Kurs

Die Veranstaltungunterlagen werden sukzessive per Moodle zur Verfügung gestellt unter <https://moodle2.uni-leipzig.de/course/view.php?id=50344>

Alle Studierenden, die sich für dieses Modul über das [TOOL](#) eingeschrieben und bis zum 9. Oktober 2024 eine Bestätigung erhalten haben, erhalten am 13. Oktober 2024 per E-Mail vom Dozenten die Zugangsdaten für den Moodle-Kurs. Bitte schreiben sich damit **bis spätestens 14.10.2024 um 18 Uhr** in den Moodle-Kurs ein, da anschließend die Gruppeneinteilung erfolgt.

## Zeitplan und Themen

<b>Kommunikationsmanagement in der Praxis: Akteure und Strukturen</b>	
15.10.2024	17:15–17:30 Begrüßung und Einführung
	17:30–18:40 Kommunikationsmanagement als Profession: Berufsfeld, Institutionen, Karrierewege <i>Literatur: Zerfaß, 2022; Zerfaß &amp; Dühring, 2022</i>
	18:40–18:45 Briefing Aufgabe 1 Fachdiskurs
22.10.2024	<i>Keine Präsenzveranstaltung (wg. Promotionstermin)</i>
	18:00 (in Moodle) Briefing Aufgabe 2 Imagekampagnen
29.10.2024 (bis 19:00h)	<b>Praxiseinblick I: Wie arbeiten Kommunikationsabteilungen in Unternehmen?</b> 17:15–18:15 Gastvortrag mit Diskussion <b>„Strategische Kommunikation bei der enviaM-Gruppe: Steintafeln waren gestern“</b> Catrin Glücksmann, Bereichsleiterin Unternehmenskommunikation und Politik & Juliane Weinberger, Leiterin Unternehmenskommunikation, enviaM-Gruppe Die enviaM-Gruppe ist der führende regionale Infrastruktur- und Energiedienstleister in Ostdeutschland. Der Unternehmensverbund versorgt rund 1,2 Millionen Kunden mit Strom, Gas, Wärme und Energie-Dienstleistungen. Zur Unternehmensgruppe mit rund 3.800 Beschäftigten gehören die envia Mitteldeutsche Energie AG (enviaM), Chemnitz, sowie weitere Gesellschaften, an denen enviaM mehrheitlich beteiligt ist. Anteilseigner von enviaM sind mehrheitlich die E.ON SE sowie rund 650 ostdeutsche Kommunen, die direkt oder über Beteiligungsgesellschaften an enviaM beteiligt sind. <i>Catrin Glücksmann</i> ist seit 2015 Bereichsleiterin Unternehmenskommunikation und Politik bei der enviaM-Gruppe. Sie verantwortet die Aufgabengebiete Energiepolitik, Public Affairs und Sponsoring sowie die gesamte Kommunikation der Gruppe. Die Journalistin blickt auf eine erfolgreiche Karriere mit Stationen unter anderem bei n-tv, Berliner Wasserbetriebe und E-plus Mobilfunk zurück. Dabei ist für sie in ihrer Führungsrolle der Fokus auf aktive Gestaltung und Veränderung stets der größte persönliche Treiber. <i>Juliane Weinberger</i> wurde 2018 durch Catrin Glücksmann als jüngste Leitende Angestellte ins Unternehmen geholt. Sie verantwortet seitdem die Abteilung Unternehmenskommunikation und somit die interne und externe sowie die Online-Kommunikation der enviaM-Gruppe. Davor leitete die Alumna des Masterstudiengangs Communication Management der Universität Leipzig die Kommunikation bei der Invitel Unternehmensgruppe und begleitete Stationen im Agenturbereich.

	<i>Literatur: Zerfuß, Lautenbach &amp; Sass, 2022</i>
	18:15–18:55 Ergebnisdiskussion Aufgabe 1 Fachdiskurs (mit Kommentierung durch den Gast)
	18:55–19:00 Briefing Aufgabe 3 Storytelling
<b>Konzeptionelle Ansätze und Techniken des Kommunikationsmanagements</b>	
05.11.2024	17:15–18:00 Kampagnen <i>Literatur: Röttger, 2022</i>
	18:00–18:40 Ergebnisdiskussion Aufgabe 2 Imagekampagnen
	18:40–18:45 Briefing Aufgabe 4 Textsorten
12.11.2024	17:15–18:00 Storytelling und Narrative <i>Literatur: Krüger, 2022</i>
	18:00–18:40 Ergebnisdiskussion Aufgabe 3 Storytelling
	18:40–18:45 Briefing Aufgabe 5 Agenturstudien
19.11.2024	17:15–18:00 Sprache und Texte in der professionellen Kommunikation <i>Literatur: t.b.a.</i>
	18:00–18:40 Ergebnisdiskussion Aufgabe 4 Textsorten
	18:40–18:45 Briefing Aufgabe 6 Bildwelten
26.11.2024 (bis 19:00h)	<p><b>Praxiseinblick II: Was leisten Kommunikationsagenturen?</b></p> <p>17:15–18:15 Gastvortrag  <b>„Strategie trifft Kreativität: Leistungsportfolio und Arbeitsweise von Agenturen – und wie man dort Karriere machen kann“</b>  Benedict Rehbein &amp; Alexander Witt, Geschäftsführer,  PIO Agentur für Kommunikation</p> <p><i>PIO</i> ist eine Agentur, die Marken eine Orientierung gibt. Unter dem Motto „What matters“ stellt die Kommunikationsagentur die richtigen Fragen, richtet Marken und deren Kommunikation neu aus und kommuniziert zielgerichtet und effizient für Mittelständler, Konzernbereiche und internationale Marken – darunter Payback, eBay, BlackBerry oder auch den Freistaat Sachsen. Zur Agentur gehören die Spezialsparten PIO BEYOND (Innovationskommunikation) und PIO BELOVED (Employer Branding). PIO wurde 2007 in Leipzig gegründet und gehört zu den größten inhabergeführten Agenturen in Mitteldeutschland.</p> <p><i>Alexander Witt</i> und <i>Benedict Rehbein</i> sind Gründer und Geschäftsführer der Kommunikationsagentur PIO. Beide haben an der Universität Leipzig Kommunikations- und Medienwissenschaft studiert. Nach dem Abschluss als Magister Artium begann Alexander Witt seine Karriere als PR-Berater und Pressesprecher, unter anderem für die Handelsplattform eBay, bevor er 2007 mit Benedict Rehbein ins Agenturleben startete. Rehbein war nach seinem Studium zunächst als freier PR-Berater in Leipzig tätig und</p>

	<p>brachte seine damaligen Kunden im Zuge der Firmengründung mit ein. Gemeinsam bauten beide das Zwei-Mann-Unternehmen zu einer der größten Agenturen der neuen Bundesländer aus, blieben dabei aber immer ihrem Gründungs-standort Leipzig sowie dem LPRS e.V. treu, dem sie heute auch eine Heimat und Büroräume bei PIO bieten.</p> <p><i>Literatur: Fuhrberg, 2022</i></p>
	<p>18:15–18:50 Ergebnisdiskussion Aufgabe 5 Agenturstudien (mit Kommentierung durch die Gäste)</p>
	<p>18:55–19:00 Briefing Aufgabe 7 CEO-Kommunikation</p>
03.12.2024	<p>17:15–18:00 Visuelle Darstellungsformen in der Organisationskommunikation <i>Literatur: t.b.a., Wiesenberg &amp; Vercic, 2019</i></p>
	<p>18:00–18:40 Ergebnisdiskussion Aufgabe 6 Bildwelten</p>
	<p>18:40–18:45 Briefing Aufgabe 8 Pressearbeit</p>
10.12.2024	<p>17:15–18:00 Personalisierung: CEO-Kommunikation, Corporate Influencer und Markenbotschafter <i>Literatur: t.b.a.</i></p>
	<p>18:00–18:40 Ergebnisdiskussion Aufgabe 7 CEO-Kommunikation</p>
	<p>18:40–18:45 Briefing Aufgabe 9 Corporate Media</p>
<b>Umsetzung des Kommunikationsmanagements: Ausgewählte Instrumente und Maßnahmen</b>	
17.12.2024	<p>17:15–18:00 Presse- und Medienarbeit und Influencer-Kommunikation <i>Literatur: t.b.a.</i></p>
	<p>18:00–18:45 Ergebnisdiskussion Aufgabe 8 Pressearbeit</p>
07.01.2025	<p>17:15–18:00 Event-Kommunikation und Corporate Media <i>Literatur: t.b.a.</i></p>
	<p>18:00–18:40 Ergebnisdiskussion Aufgabe 9 Corporate Media</p>
14.01.2025	<p>17:15–18:45 Integrierte Kommunikationsarbeit im Zusammenspiel mit traditionellen Medien <i>Literatur: Holtzhausen et al., 2021a</i></p>
	<p>18:40–18:45 Briefing Aufgabe 10 Metaverse-Kommunikation</p>

21.01.2025	<p><b>Praxiseinblick III: Wie unterstützen Dienstleister die Kommunikationsarbeit mit Software, Services und künstlicher Intelligenz?</b></p> <p>17:15–18:15 Gastvorträge</p> <p><b>„Intelligente Workflow-Unterstützung für die interne Kommunikation“</b></p> <p>Dr. Juliane Kiesenbauer, Vice President Marketing &amp; Communications Europe &amp; Sven Lindenhahn, Global Director Strategic Advisory, Staffbase</p> <p><i>Staffbase</i> wurde 2014 gegründet und ist einer der weltweit führenden Anbieter von Plattformen zur Verbesserung der Unternehmenskommunikation. An acht Standorten von Chemnitz und London bis New York zählt Staffbase mehr als 800 Mitarbeitende und mehr als 2.500 Kunden und dort über 15 Millionen Endnutzerinnen und Endnutzer – unter anderem bei der DHL Group, Deutsche Telekom MMS, Viessmann, Adidas, Paulaner, MAN Truck &amp; Bus SE sowie Audi.</p> <p><i>Dr. Juliane Kiesenbauer</i> leitet die europaweiten Kommunikations- und Marketingaktivitäten bei Staffbase. Zuvor war sie unter anderem international als Pressesprecherin für das Daimler-Tochterunternehmen car2go im Einsatz und beriet bei der Unternehmensberatung Lautenbach Sass Kommunikationsabteilungen zu Strategie, Organisation und Personalentwicklung. Die Alumna des Leipziger Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft unterrichtet Studierende im Fach Kommunikationsmanagement und engagiert sich im Bundesvorstand der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) sowie im Deutschen Rat für Public Relations (DRPR).</p> <p><i>Sven Lindenhahn</i> ist Global Director Strategic Advisory bei Staffbase und ein führender Experte für Intranet und Mitarbeiterkommunikation. Er hat Wirtschaftsinformatik an der Universität Magdeburg studiert und zuvor bei T--Systems Multimedia Solutions gearbeitet. Mit seiner langjährigen Erfahrung als Berater unterstützt er Unternehmen jeder Größe bei der Implementierung von Intranets und Digital-Workplace-Lösungen.</p> <p><b>„Potenziale cloud-basierter Plattformen für die Medienarbeit“</b></p> <p>Steffen Börner, Teamlead Software Sales DACH, Cision Germany</p> <p><i>Cision</i> ist ein weltweit führender Anbieter von Technologien und Informationen für PR-, Marketing- und Social-Media-Management mit Niederlassungen in 24 Ländern in Nord- und Südamerika, EMEA und APAC. Cision unterstützt über 75.000 Unternehmen und Organisationen, darunter 84 % der Fortune 500, dabei, Kunden und Stakeholder zu identifizieren, mit ihnen in Kontakt zu treten und sich zu vernetzen, um Geschäftsergebnisse zu erzielen. Ermöglicht wird dies durch tiefgreifendes Fachwissen, exklusive Datenpartnerschaften und Produkte wie CisionOne, Brandwatch und PR Newswire.</p> <p><i>Steffen Börner</i> leitet den Softwarevertrieb von Cision Germany. Nach seiner Ausbildung zum Kaufmann für Tourismus und Freizeit und dem Studium des Tourismusmanagements wirkte er ab 2013 zunächst in seiner Heimatstadt Dresden als Leiter Vertrieb &amp; Kooperationen bei der Dresden Information GmbH, bevor er 2018 als Account Manager zum Fachverlag FVW Medien in Hamburg und 2020 zu Cision nach Frankfurt wechselte.</p> <p><i>Literatur: Harden, 2022</i></p>
	<p>18:15–18:45</p> <p>Diskussion mit den Gastreferenten</p>
28.01.2025	<p>17:15–18:00</p> <p>Integrierte Kommunikationsarbeit auf digitalen Plattformen</p> <p><i>Literatur: Holtzhausen et al, 2021b</i></p>
	<p>18:00–18:40</p> <p>Ergebnisdiskussion Aufgabe 10 Metaverse-Kommunikation</p>
	<p>18:40–18:45</p> <p>Abschluss der Veranstaltung</p>

## Kontakt

Hinweise zur Sprechstunde und zu den Kontaktdaten von Professor Zerfaß: <https://bit.ly/StratKomm>

## Literatur

- Fuhrberg, R. (2022). Kommunikationsagenturen als Dienstleister und Berater: Auswahl, Rollen, Normen und Konflikte. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 743–758). Springer Gabler.
- Harden, L. (2022). Dienstleister für die Unternehmenskommunikation: Analyse, Distribution, Organisation, Evaluation. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 759–778). Springer Gabler.
- Holtzhausen, C., Fullerton, J. A., Lewis, B. K., & Shipka, D. (2021a). *Principles of strategic communication*. (Chapter 10: Traditional media). Routledge.
- Holtzhausen, C., Fullerton, J. A., Lewis, B. K., & Shipka, D. (2021b). *Principles of strategic communication*. (Chapter 11: Evolving media). Routledge.
- Krüger, F. (2022). Storytelling. In P. Szyszka, R. Fröhlich & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (4. Aufl.). [https://doi.org/10.1007/978-3-658-28149-6\\_54-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-28149-6_54-1)
- Röttger, U. (2022). Kommunikationskampagnen planen und steuern: Thematisierungsstrategien in der Öffentlichkeit. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 519–540). Springer Gabler.
- Wiesenberg, M., & Verčič, D. (2021). The status quo of the visual turn in public relations practice. *Communications*, 46(2), 229–252.
- Zerfaß, A. (2022). Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder und Wertschöpfung. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 29–87). Springer Gabler.
- Zerfaß, A., & Dühring, L. (2022). Kommunikationsmanagement als Profession: Strukturen, Handlungsfelder, empirische Befunde. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 205–232). Springer Gabler.
- Zerfaß, A., Lautenbach, C., & Sass, J. (2022). Organisation der Kommunikationsfunktion: Grundmodelle und Benchmarking. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 619–638). Springer Gabler.

Weitere Quellen als Überblickstexte oder als Grundlage für die Übungsaufgaben werden im Laufe des Semesters ergänzt – die Veranstaltung wird erstmals angeboten und sukzessive ausgearbeitet.