



Universität
Zürich ^{UZH}

Seminar Unternehmenskommunikation

Session 4: Externe Kommunikation

Dr. Dennis Schoeneborn

Universität Zürich

dennis.schoeneborn@uzh.ch



Krisenkommunikation

Zusammenfassung wesentlicher Erkenntnisse

Zunehmend wichtiges Forschungsfeld; allerdings hauptsächlich geprägt durch Einzelfallstudien; daher Notwendigkeit allgemeiner Theoriebildung

Coombs (2007) schlägt die “Situational Crisis Communication Theory” (SCCT) vor → Unternehmen sollen flexibel und situationsgerecht auf Krisen reagieren

Es gibt verschiedene Krisenarten (z.B. nach Verlauf oder Attribuierung von Verantwortlichkeit) und je passende Kommunikationsreaktionsmassnahmen

Wichtige Erkenntnis aber auch, dass Kommunikatoren – je nach Krisenart – jedoch auch nicht jede Krise “schönreden” bzw. “retten” können

Daher Versuch des präventiven Screenings von potenziellen Krisenthemen durch Massnahmen des „Issue Monitoring/Management“ (incl. „weak signals“)



CSR-Kommunikation

Zusammenfassung wesentlicher Erkenntnisse

Globalisierung/”post-nationale Konstellation”: Unternehmen operieren zunehmend staatenübergreifend und dabei in z.T. rechtsfreien Räumen

Hieraus erwachsen neue Anforderungen an Unternehmen, sich gegenüber der (globalen) Öffentlichkeit zu legitimieren, z.B. durch CSR-Kommunikation

Erwartungen an Unternehmen sind jedoch vielfältig und können einander widersprechen, daher kann es sinnvoll sein, verschiedene Kommunikationspraktiken zu kombinieren (Scherer et al., 2012)

Wichtig ist, dass keine zu grosse Diskrepanz zwischen Aussendarstellung und internen Organisationspraktiken bestehen (vgl. NSI-Konzept des „decoupling“)

Der CCO-Ansatz (Schoeneborn et al., 2011) betrachtet die externe und interne Dimension der CSR-Kommunikation als zwingend miteinander verknüpft, da Organisationen erst im Zusammenspiel kommunikativ konstituiert werden



Organisatorisches & nächste Schritte

Nächste Sitzung: MO, 23.04., 16.15-19.30 Uhr

- Integrierte Kommunikation & Polyphonie (K.Erdrich/V.Meier)
- Mobile Media (S.Klüber/J.Krause)
- Knowledge Media (C.Grau/K.Guirguis)
- Social Media (F.Tritten/R.Wigger)

Lektüre bis zur nächsten Sitzung (vgl. Seminarreader):

- 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.
- Orlikowski, W. J. (2007). Sociomaterial practices: Exploring technology at work. *Organization Studies*, 28(9), 1435-1448.