



REFRESH 2024

Die Konferenz zum Kommunikationsmanagement

12. April 2024 | Universität Leipzig

REFRESH – Die Idee

Wer in der Unternehmens- und Organisationskommunikation aktiv ist, erlebt täglich neue Herausforderungen. Kaum eine Profession verändert sich so schnell und dynamisch. Ebenso rasch entwickelt sich der Stand der internationalen Forschung im Themenfeld. Die REFRESH CONFERENCE ist eine eintägige Veranstaltung, die aktuelle praxisrelevante Studienergebnisse zur strategischen Kommunikation kompakt vermittelt sowie Alumni und Partner zum Austausch mit dem führenden Think-Tank zum Themenfeld in Deutschland einlädt. Am Puls der Zeit bleiben, neue Impulse erhalten, Wissen auffrischen – das ist das Ziel dieser jährlichen Veranstaltung am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig. Zusätzlichen Mehrwert bietet mehrmals jährlich der REFRESH NEWSLETTER mit Informationen zu Themen und Trends, Publikationen, Möglichkeiten zum Mitmachen und anderen Inhalten.

REFRESH – Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Eingeladen sind Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen, Nonprofit-Organisationen, Verbänden und anderen Organisationen sowie in Kommunikationsberatungen und -agenturen. Die Veranstaltung wendet sich nicht an Studierende. Insbesondere angesprochen sind Absolventinnen und Absolventen der Studiengänge des Instituts.

REFRESH – Die Eckdaten

Termin: Freitag, 12. April 2024, 9:00 bis 15:30 Uhr

Ort: Westbad Leipzig, Odermannstraße 15, 04177 Leipzig
Anreise: 20 min. mit Tram vom Hbf. Leipzig / 15 min per Taxi

Teilnahme: inkl. Mittagessen und Kaffee/Getränken: 250.- EUR

Sonderpreis für Alumni und Partner: 35.- EUR inkl. Mittagessen und Kaffee/Getränken
(gilt für Absolvent/-innen der Studiengänge Master Communication Management, Bachelor Kommunikationsmanagement/PR und Magister KMW mit PR-Schwerpunkt/Abschlussarbeit am Institut, für frühere Doktoranden und Mitarbeiter/-innen sowie für Partner des Lehrbereichs)



REFRESH 2024 – Das Programm

09:00 Uhr **Teilnehmerregistrierung und Kaffee**

09:30 Uhr **Eröffnung der Tagung**

Was sind derzeit die wichtigsten Themen und Trends in der internationalen Forschung zum Kommunikationsmanagement? Was gibt es Neues am Institut und wie können Alumni sich einbringen? Die Gastgeber vermitteln einen Überblick und eröffnen den Dialog.

- *Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Professor für Strategische Kommunikation*
- *Univ.-Prof. Dr. Christian P. Hoffmann, Professor für Kommunikationsmanagement*
- *Univ.-Prof. Dr. Cornelia Wolf, Professorin für Online-Kommunikation*
- *Univ.-Prof. Dr. Alexander Godulla, Professor für Empirische Kommunikations- und Medienwissenschaft*

09:50 Uhr **Start-up Communication Compass – Bedeutung und Leistung strategischer Kommunikation in Scale-up-Unternehmen**

Die Etablierung strategischer Kommunikation spielt in Start-ups eine zentrale aber häufig untergeordnete Rolle, auch wenn diese schon in frühen Phasen, z. B. in der Interaktion mit Investorinnen und Investoren sowie Kundinnen und Kunden ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist. Kommunikationsverantwortliche kommen häufig erst in einer späteren Phase im Wachstumsprozess von Start-ups oder ausgelöst durch kritische Ereignisse hinzu, so dass diese mit spezifischen Herausforderungen konfrontiert sind. In einem Forschungstransferprojekt wurden Kommunikationsverantwortliche in 30 Scale-Ups interviewt, um das Leistungsportfolio der Kommunikation in wachsenden Start-ups erstmals ganzheitlich zu erfassen und entlang ihres Beitrags zu Unternehmensentwicklung und -erfolg im Rahmen des ersten Start-up-Communication Compass zu clustern. Dies erlaubt es auch, Besonderheiten der strategischen Kommunikation in Start-ups in Abgrenzung zu Ansätzen herauszuarbeiten, die für etablierte Unternehmen entwickelt und getestet sind.

- *Univ.-Prof. Dr. Cornelia Wolf, Professur für Onlinekommunikation*
- *Daniel Ziegele, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Lehrstuhl für Strategische Kommunikation*
- *Judith Funke, Studentin M.A. Communication Management*

10:30 Uhr **Was andere im Unternehmen über Kommunikationsabteilungen denken – und welche Strategien CCOs nutzen, um ihre Teams intern zu positionieren**

Die Lage für viele Kommunikations-Profis in Unternehmen ist geradezu paradox. Einerseits wird überall unterstrichen, dass Kommunikation in konfliktreichen Zeiten für den Unternehmenserfolg immer wichtiger wird. Andererseits steigen die interne Wertschätzung und v.a. die verfügbaren Ressourcen kaum, wenn sie nicht sogar gerade drastisch gekürzt werden. Was sind die Gründe? Und was kann man tun? In einem Forschungstransferprojekt wurden 1.147 Top-Manager, Middle Manager und Mitarbeitende in Großunternehmen zu ihren Einschätzungen der jeweiligen Kommunikationsabteilung befragt. Die Ergebnisse sind ebenso spannend wie ernüchternd. Es gibt dringenden Handlungsbedarf. Deshalb wurden in einem zweiten Schritt 30 erfahrene Kommunikationsleiterinnen und -leiter (CCOs) interviewt. Wie sie vorgehen, um in der eigenen Organisation das Wirken des eigenen Teams zu verdeutlichen, Akzeptanz und Respekt und schlussendlich Einfluss zu gewinnen, wird in dieser Präsentation skizziert.

- *Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Lehrstuhl für Strategische Kommunikation*
- *Jana Brockhaus, Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Lehrstuhl für Strategische Kommunikation*
- *Simona Gulich, Studentin M.A. Communication Management*

11:10 Uhr **Kaffeepause**



11:30 Uhr **„Das habe ich so nie gesagt!“ Strategien im kommunikativen Umgang mit Deepfakes**

Christian Sievers handelt mit betrügerischen Investment-Geschäften. Papst Franziskus posiert wie ein Rapper in einer pompösen weißen Daunenjacke. Boris Johnson prügelt sich im Parlament mit Polizisten. All das sind Beispiele für von künstlichen Intelligenzen erstellten Fälschungen, die frei erfundene Ereignisse scheinbar real erscheinen lassen. Diese Deepfakes spielen auch im Kommunikationsmanagement eine zunehmende Rolle. Wer eine Organisation in der Öffentlichkeit vertritt, kann jederzeit zur Zielscheibe eines Deepfakes werden. Doch wie hoch sind die realen Risiken, wie lassen sie sich einschätzen – und wie können Sie abgewehrt werden?

- *Univ. Prof. Dr. Alexander Godulla, Professur für Empirische Kommunikations- und Medienforschung*

12:10 Uhr **Mittagspause und Lunch**

Im Restaurant Olea, Dreilindenstraße 1, 04177 Leipzig (5 min. Fußweg vom Westbad entfernt)

14:00 Uhr **Günter-Thiele-Preis und Günter-Thiele-Forschungsstipendium 2024**

Die Günter-Thiele-Stiftung für Kommunikation & Management an der Universität Leipzig vergibt jährlich zwei Preise zur Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses: Den mit 1.000 EUR dotierten Günter-Thiele-Preis für die beste Masterarbeit an der Universität Leipzig in den Themenbereichen Kommunikationsmanagement, Public Relations oder strategische Kommunikation. Sowie das mit 1.500 EUR dotierte Günter-Thiele-Forschungsstipendium für Promovierende. Der Preis ist nach Dr. h.c. Günter F. Thiele benannt, der sich seit den 1990er Jahren für die PR-Forschung engagiert. Die Preisträger(-innen) werden ihre Projekte kurz vorstellen und so einen Einblick in die aktuelle Nachwuchsforschung geben.

- *Prof. Dr. Günter Bentele, Juryvorsitzender und stv. Vorsitzender des Vorstands, Günter-Thiele-Stiftung für Kommunikation & Management*

14:30 Uhr **Perspektivenvielfalt im Journalismus: Gründe, Grenzen und Herausforderungen für Kommunikatoren**

Vorwürfe einseitiger Berichterstattung dürften so alt sein, wie der Journalismus selbst. Besonders häufig ist im öffentlichen Diskurs der Vorwurf zu vernehmen, der Journalismus weise einen politischen Links-Bias auf. Doch ist das wirklich so? Was besagt der Stand der Forschung zur Einseitigkeit oder Vielfalt der Perspektiven im Journalismus? Was könnten Ursachen, was Folgen von Einseitigkeiten im Journalismus sein? Der Vortrag bietet einen Überblick über empirische Analysen zur Perspektivenvielfalt im Journalismus – und reflektiert Implikationen insbesondere für die strategische Kommunikation.

- *Univ.-Prof. Dr. Christian Hoffmann, Professur für Kommunikationsmanagement*

15.10 Uhr **Wrap-up**

15:15 Uhr **Ende der Veranstaltung**

Hinweis: Ab 16.00 Uhr findet am gleichen Abend das LPRS-Forum 2024 im Westbad statt.

REFRESH – Die Anmeldung

Die Teilnehmerregistrierung und Organisation für den REFRESH 2024 übernimmt der LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V.

Bitte melden Sie sich bis zum **5. April 2024** unter <https://www.cognitoforms.com/LPRSEV/AnmeldungREFRESH2024> online an.

Fragen zur Organisation können Sie jederzeit gerne an anmeldung@lprs.de / www.lprs.de richten.



REFRESH – Die Gastgeber

Universität Leipzig | Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Lehrbereich Communication Management
Nikolaistraße 27–29, 04109 Leipzig

Aktuelle Informationen und Publikationen finden Sie u.a. unter:

Projekte und Publikationen des Teams; aktueller Jahresbericht

Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation

Center for Research in Financial Communication

Günter-Thiele-Stiftung für Kommunikation & Management

www.communicationmanagement.de

www.akademische-gesellschaft.com

www.financialcommunication.org

www.guenter-thiele-stiftung.de

REFRESH – Der Newsletter

Schon registriert? Stimmen Ihre Kontaktdaten noch? Unterstützen Sie die Alumniarbeit des Instituts und teilen Sie uns unter <https://bit.ly/CMGT-ALUMNI> kurz Ihre Daten mit, um den REFRESH NEWSLETTER für Alumni kostenfrei zu erhalten.

REFRESH – Das Alumni-Netzwerk

Melden Sie sich in unserer LinkedIn-Gruppe an unter <https://bit.ly/REFRESH-LinkedIn> und bleiben Sie mit uns in Kontakt.