

„Strategische Kommunikation im Spannungsfeld von Intention und Emergenz“

Tagung der DGPK-Fachgruppe PR und Organisationskommunikation vom 5.-7. November 2015

Ort: Hansestadt Greifswald

Ausrichter: Stefan Wehmeier – Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald

Dennis Schoeneborn – Copenhagen Business School

Programm der Tagung

Donnerstag, 5.11.

ab 19.30 Get Together Brasserie Herrmann
Gützkower Straße 1, 17489 Greifswald (<http://www.brasseriehermann.de>)

Freitag, 6.11.

Alfried Krupp Wissenschaftskolleg Greifswald, Martin-Luther-Straße 14, 17489 Greifswald

08.30-09.00	Registrierung im Krupp Kolleg
09.00-09.15	Begrüßung
09.15-10.15	Keynote (Mette Morsing, Copenhagen Business School)
10.15-10.30	Kaffeepause
10.30-12.30	Panel I (4 Papers)
12.30-13.30	Mittagessen

13.30-15.30 Panel II (4 Papers)
15.30-16.00 Kaffeepause
16.00-17.30 Panel III (3 Papers)
17.30-17.45 Pause
17.45-19.00 Fachgruppenversammlung
Ab 19.30 Abendessen (Theatercafé, Anklamer Str. 108, 17489 Greifswald - <http://tc-hgw.de/>)

Samstag, 7.11.

Ernst-Moritz-Arndt-Universität, Hörsaal 1, Rubenowstraße 1, 17489 Greifswald

09.00-10.30 Panel IV (3 Papers)
10.30-10.45 Kaffeepause
10.45-12.45 Panel V (4 Papers)
ab 12.45 Tagungsende & Farewell-Lunchpakete
ab 14.00 Freizeit-Angebot (optional): Besichtigung Ozeaneum, Stralsund (bitte bei Anmeldung angeben) (<http://www.deutsches-meeresmuseum.de/ozeaneum/>)
Kosten ca. 25-30 (inklusive Ticket und Zugfahrt)

Zug in Richtung Hamburg: 13:22 Uhr

Zug in Richtung Berlin: 14:37 Uhr

Zug nach Stralsund zum Ozeaneum:

entweder 13:22 oder 14:02 – die Entscheidung darüber fällt nach der Anmeldung

Freitag, 6.11.

Alfried Krupp Wissenschaftskolleg Greifswald, Martin-Luther-Straße 14, 17489 Greifswald

Ab 08:30 Registrierung

09:00-09:15 Begrüßung

09:15-10:15 Keynote: Mette Morsing, Copenhagen Business School

***CSR communication between intentionality and emergence:
Insights from theory and practice***

10:15-10:30 Kaffeepause

Panel I: Strategische Kommunikation: Begriffskritik und Neubetrachtung (10:30-12:30)

Begriffe sind Programm – Blindstellen und Probleme PR-wissenschaftlicher Begriffszentrierung
Mark Eisenegger

Strategische Kommunikation als Spiel: Was wir lernen, wenn wir öffentliche strategische Kommunikation als Spiel verstehen
Olaf Hoffjann

Zwischen Emergenz und Intention: zum wissenschafts- und sozialtheoretischen Status strategischer Kommunikation
Oliver Raaz & Anke Oßwald

Meet the Blind Spot: Aktivistische Strategiekonzepte als Irritation und Inspiration für die strategische Kommunikation
Swaran Sandhu

12:30-13:30: Mittagessen

Panel II: Strategische Kommunikation und strategisches Management (13:30-15:30)

Führung in der strategischen Kommunikation
Janne Stahl

Strategisches Management als Kernelement strategischer Kommunikation? – Aktuelle qualitative und quantitative Befragungsergebnisse zum Zusammenhang von Management-Skills und strategischem Kommunikationserfolg
Lars Rademacher, Holger Sievert & Anna Weber

Differentielle Rezeption und nichtintendierte Effekte – Zur (fehlenden) Widerspruchsfreiheit bei der Erfüllung der Zielfunktionen von Kommunikationsmanagement

Jens Woelke

Die Strategie als Schwelle: Von der Taktik zur Strategischen Kommunikation

Markus Wiesenberg

15:30-16:00: Kaffeepause

Panel III: Strategische Kommunikation, Organisation und Polyphonie (16:00-17:30)

Die Konstruiertheit von Organisationen im Kommunikationsmanagement: Vorschlag eines „Entity-Agent Framework“

Alexander Buhmann & Diana Ingenhoff

CSR-Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Resonanzfähigkeit und Grenzmanagement

Hannah Trittin

Was macht emergente Kommunikationsstrategien strategisch relevant? Versuch einer Konzeptklärung

Peter Winkler

17:30-17:45 Pause

17:45-19:00: Fachgruppenversammlung

Ab 19:30: Abendessen im Theatercafé

Samstag, 7.11.

EMAU Greifswald, Hörsaal 1, Rubenowstr. 1, 17489 Greifswald

Panel IV: Strategische Kommunikation und Komplexität (09:00-10:30)

Corporate Advertising in Deutschland: Verortung einer Kommunikationsdisziplin an der Schnittstelle.
Erste Ergebnisse einer Praktikerbefragung
Benedikt Spangardt

Emergente Meme – Nicht-intendierte Effekte strategischer Organisationskommunikation
Jens Seiffert

Mehr Komplexität wagen. Aktuelle Annäherungen an einen steuerungsrelevanten Begriff in der PR-
Theorie
Anke Oßwald & Oliver Raaz

10:30-10:45: Kaffeepause

Panel V: Strategische Kommunikation in speziellen Organisationskontexten (10:45-12:45)

Strategien der Onlinekommunikation von Gründungsunternehmen: Eine Status-quo-Betrachtung
Sigrid Bekmeier-Feuerhahn, Christian Rudeloff, Jana Kollat & Jörg Sikkenga

Zwischen Intention und Emergenz – Mittelstandskommunikation im Spannungsfeld kontroverser
Strategieparadigmen
Luisa Winkler, Maria Borner, Sophia Charlotte Volk & Ansgar Zerfaß

Strategische Kommunikation für gesellschaftliche Akzeptanz – Emergenz und Institutionalisierung von
Projektkommunikation bei Infrastrukturprojekten
Felix Krebber

Motive und Strukturen. Eine Analyse der motivationalen und strukturellen Dynamiken in der Online-
Kommunikation politischer Interessenorganisationen
Paula Nitschke & Patrick Donges

12:45: Tagungsende und Lunchpakete