

Das „Forschungszentrum Politische Kommunikation (ZPK)“ an der Zeppelin Universität Friedrichshafen

Strategien des politischen Kommunikationsmanagements für Forschung, Lehre und Praxis

Das Forschungszentrum Politische Kommunikation (ZPK) wurde im Sommer 2014 mit dem Ziel gegründet, die Strategiefähigkeit von Organisationen (Unternehmen, Verbänden, Stiftungen, NGOs) in der Kommunikation mit Politik und Verwaltung in Forschungsprojekten zu untersuchen, in den grundständigen BA- und MA-Studienprogrammen zu stärken und sich gleichzeitig als Vermittler an der Schnittstelle von Theorie und Praxis zu positionieren. Zudem ist das ZPK eine Plattform für den kritischen Dialog und Austausch von Forschern und Praktikern der Politischen Kommunikation.



Foto: Max Münz

Prof. Dr. Markus Rhomberg

Zeppelin Universität Friedrichshafen
Professor für Politische Kommunikation
Wissenschaftlicher Leiter des Forschungs-
zentrums Politische Kommunikation (ZPK)
E-Mail: markus.rhomberg@zu.de

Das ZPK ist ein Institut an der Zeppelin Universität Friedrichshafen, einer privaten Stiftungsuniversität mit vom Wissenschaftsrat verliehenem Promotions- und Habilitationsrecht. Die Zeppelin Universität verfolgt einen ausgeprägten interdisziplinären Ansatz in der Kombination von Medien-, Kommunikations-, Politik- und Wirtschaftswissenschaft sowie Soziologie und Psychologie und sieht sich selbst als gesellschaftlichen Akteur, der eine intensive Verbindung von Wissenschaft und Management pflegt.

Aufgaben und Organisation

Politische Kommunikation ist mehr als die Kommunikation mit politischen Akteuren. Das ZPK untersucht deshalb einerseits innovative Strategien im Management von politischer Kommunikation. Andererseits beschäftigt sich das ZPK aber auch mit medienpolitischen und medienökonomischen Fragestellungen, etwa mit der Zukunft und der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland oder mit innovativen Strategien der Finanzierung von Qualitätsjournalismus.

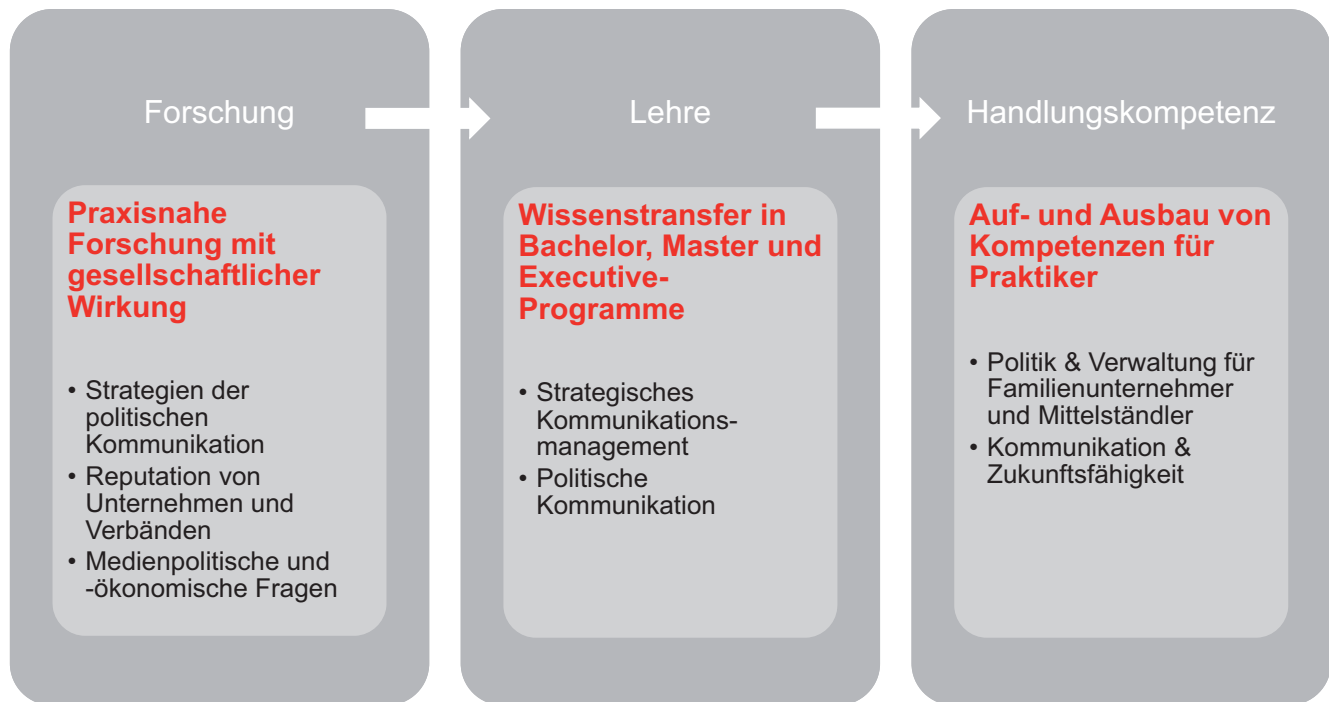
Die Ergebnisse dieser Analysen sollen nicht nur in wissenschaftlichen Studien aufbereitet, sondern auch in die Praxis transferiert werden. Dies geschieht in innovativen Lehrformaten für Studierende und Praktiker.

Um diese Fülle an Aufgaben leisten zu können, ist das ZPK als Plattform organisiert, die im Kern aus dem Lehrstuhl für Politische Kommunikation an der Zeppelin Universität besteht, die aber für jedes Thema Experten „ins Boot holt“. Unter anderem liefert das Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen (FIF), ebenfalls an der Zeppelin Universität angesiedelt, unternehmerische Expertise. Ihre Kompetenzen in der Politik- und Verwaltungswissenschaft bringen ferner in das ZPK ein: Dr. Markus Müller, Honorarprofessor für Politik- und Verwaltungswissenschaft an der Zeppelin Universität, das Department Politische Kommunikation an der Donau Universität Krems sowie das Internationale Netzwerk Politische Kommunikation (netPol). Für medienpolitische Fragestellungen arbeitet das ZPK eng mit Dr. Josef Krieg (Josef Krieg & Partner) zusammen. Die Praxisperspektive wird u. a. durch die Zusammenarbeit mit der Kommunikationsberatung Hering Schuppener betont.

Arbeitsfelder des ZPK

Darauf aufbauend konzentriert sich die Arbeit des ZPK auf drei Bausteine: (1) Unabhängige praxisnahe Forschung mit gesellschaftlicher Wirkung, (2) Wissenstransfer in die universitäre Bildung, (3) Auf- und Ausbau von Handlungskompetenzen für Praktiker.

Abb. 1: Arbeitsfelder des „Zentrums für Politische Kommunikation“



Quelle: ZPK

Arbeitsfeld Forschung

Die Experten des Forschungszentrums betreiben unabhängige praxisnahe Forschung mit gesellschaftlicher Wirkung und untersuchen politische Kommunikationsprozesse mit den folgenden Schwerpunkten:

- Analysen öffentlicher Debatten in traditionellen und digitalen Medien
- interne Kommunikations- und Willensbildungsprozesse von Organisationen und Interessenverbänden
- öffentliche und nicht-öffentliche Formen politischer Kommunikation
- Wahrnehmung und Reputation von Unternehmen und Verbänden
- Strategien der politischen Kommunikation
- Evaluation von Kommunikationsstrategien
- Medienpolitische Fragen zur zukünftigen Gestaltung und Finanzierung von privaten und öffentlich-rechtlichen Medienorganisationen
- Innovationen zur Finanzierung von Qualitätsjournalismus

Forscher am ZPK und am Lehrstuhl für Politische Kommunikation haben dafür u. a. folgende Studien erstellt und publiziert:

- Strategisches Framing von Akteuren in der Vermögenssteuer im Bundestagswahlkampf 2013: <https://www.zu.de/institute/fif/news/2015-07-09-pfifig-03-2015.php>
- Öffentliche Debatte in Deutschland zum 2-Grad-Klimaziel: <https://www.zu.de/lehrstuehle/polkom/news/umweltbundesamt.php>
- Klimaskepsis in Deutschland: <https://www.zu.de/lehrstuehle/polkom/news/paper-klimaskepsis.php>

Gleichzeitig hat sich das ZPK gemeinsam mit Partnern in der medialen Debatte zur Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland positioniert (<http://www.epd.de/fachdienst/fachdienst-medien/schwerpunktartikel/oeffentliches-gut>) sowie zur Frage der Finanzierung von Qualitätsmedien im europäischen Kontext (<https://euobserver.com/opinion/129999>).

Arbeitsfeld Lehre

Politische Kommunikation ist eine interdisziplinäre Schnittstelle, die bereits heute in den BA- und MA-Studiengängen sowie dem „Executive Master for Family Business & Entrepreneurship“ mit Seminarangeboten an der Zeppelin Universität präsent ist. Dieses Angebot soll stark ausgebaut werden, insbesondere bereichert um den Transfer von wissenschaftlichen Erkenntnissen zu innovativen Formen und

Forschung + Lehre

Strategien der politischen Kommunikation in universitären Formaten. Dies geschieht im Praxis-Dialog mit Experten aus dem Feld in den folgenden Formaten:

- Grundständige BA- und MA-Lehre: Studiengänge Communication, Culture & Management, Politics, Administration & International Relations sowie Sociology, Politics & Economy. Dafür wurden programmübergreifend folgende Module eigens entwickelt: Politische Kommunikation & Strategisches Kommunikationsmanagement.
- Berufsbegleitende Programme: Executive Master for Family Entrepreneurship (eMA FESH), Executive Master in Intersektoraler Führung & Governance (eMA INTERSEK) und Executive Master of Retailing (eMA R). Dafür wurden die beiden folgenden Module initiiert: Strategisches Medien- und Kommunikationsmanagement, Unternehmen und ihre Umwelt.

Arbeitsfeld Handlungskompetenz

Es geht um den Auf- und Ausbau von Handlungskompetenzen für Praktiker. Gemeinsam mit Experten befähigen die Mitglieder des ZPK Praktiker der strategischen und politischen Kommunikation zu professionellem Handeln. In der Lehre und Weiterbildung liegt der Fokus des Zentrums auf den Akteuren und der Logik politischer Kommunikation, auf Politikberatung, Reputationsmanagement, strategischer Kommunikation, Medientrainings sowie auf der Anwendung von Instrumenten der politischen Kommunikation.

Zu diesem Zweck startet im Herbst 2015 eine neu konzipierte Workshop-Reihe mit Experten aus Praxis und Wissenschaft.

Strategien der politischen und strategischen Kommunikation

Wie kommunizieren Unternehmen und Verbände erfolgreich mit Politik und Verwaltung? Wie gestalten Unternehmen Kommunikation zielgerichtet? Wie nutzen Organisationen die Medien zu ihren Gunsten? Wie handelt man strategisch in Veränderungsprozessen und Krisen?

Die erfolgreiche Planung und Umsetzung von Kommunikation mit den Anspruchsgruppen einer Organisation stehen im Zentrum der zweitägigen Workshops. In kleinen Seminargruppen lernen die Teilnehmer aus praktischer Perspektive – basierend auf wissenschaftlichen Erkenntnissen – Strategien, Taktiken und Instrumente der politischen und strategischen Kommunikation kennen, diskutieren anhand ausgewählter Fallstudien die Vor- und Nachteile dieser Strategien und wenden diese auf ihr eigenes Berufsfeld an.

Die Workshop-Reihe richtet sich an Praktiker der strategischen und politischen Kommunikation aus Unternehmen und Verbänden, vor allem aber an Unternehmer selbst. Folgende Veranstaltungen sind bereits terminiert:

Die Wiedergeburt des politisch denkenden Unternehmers. Politik und Verwaltung für Familienunternehmer und Mittelständler

Freitag, 13.11.2015, 10-18 Uhr &
Samstag, 14.11.2015, 9-17 Uhr
Dr. Josef Krieg & Prof. Dr. Markus Müller

Kommunikation und Zukunftsfähigkeit. Was moderne Kommunikation für Familienunternehmen bedeutet

Freitag, 04.03.2016, 10-18 Uhr &
Samstag, 05.03.2016, 9-17 Uhr
Felix Schönauer (Managing Partner Hering Schuppener) & Prof. Dr. Markus Rhomberg



Weitere Informationen unter
www.zu.de/zpk.

Konsumentenverhalten

Basis für Kommunikation und Markenführung



Die besten Artikel zum Thema Käuferverhalten

Transfer – Werbeforschung & Praxis steht seit 60 Jahren für wissenschaftlich fundierte und praxisrelevante Arbeiten aus den Bereichen Kommunikation und Marke und strebt den Austausch zwischen Forschung und Praxis an.

Das Buch *Konsumentenverhalten* vereint die herausragendsten Artikel aus den letzten zwei Jahrzehnten. Besonders bedeutende Aussagen der Theorie des Konsumentenverhaltens werden an konkreten Praxisbeispielen illustriert. Dieser Band profiliert sich durch viele Praxisbeispiele sowohl aus dem B-to-C als auch aus dem B-to-B-Bund wirft den weiteren Blick auf B-to-B-Werbung.

Von Involvement, Emotionen, Kognition und Bedürfnissen über Einstellungen, Werte und Lebensstile bis hin zu Informationserwerb und -verarbeitung sowie Entscheidungs- und Nachkaufverhalten werden in zwölf Kapiteln alle Aspekte des Konsumentenverhaltens untersucht.

Prof. Dr. Bernhard Heidele, Prof. Dr. Thorsten Teichert (Hrsg.): **Konsumentenverhalten**. Basis für Kommunikation und Markenführung
336 Seiten, vierfarbig, 68,90 Euro, New Business Verlag, Hamburg (2015), ISBN 978-3-936182-54-5

Ja, ich bestelle

Exemplare **KONSUMENTENVERHALTEN**
zum Preis von je € 68,90 zzgl. Versand.



Firma _____

Name, Vorname _____

Funktion _____

Straße _____

PLZ, Ort, Land _____

Telefon/Fax _____

E-Mail _____

Datum, Firmenstempel, Unterschrift _____