



nekmag.

Magazin für Kommunikationswissenschaft

NEK
Netzwerk Essener Kommunikationswissenschaft e.V.

Editorial:

Lieber NEKler,

im November 2007 feierte unser Netzwerk seinen siebten Geburtstag. Ein schöner Anlass, um allen Beteiligten anerkennend auf die Schulter zu klopfen – für mehr als 300 Mitglieder, 26 gelungene Veranstaltungen und viele nette Abende. Wir alle haben eine Plattform geschaffen, auf der Kommunikationswissenschaftler aus Essen über ihre Studienzeit hinaus im konstruktivem Austausch miteinander verbunden bleiben können.

Auch das NEK-MAG feiert die Sieben – denn dies ist die siebte Ausgabe unseres Mitglieder-Magazins. Den Glückwünschen möchte ich die Bitte nachhängen, auch in Zukunft weiter aktiv an beidem – Netzwerk und Magazin – mitzuwirken.

Bleibt einander verbunden,



Sebastian Meißner

Inhalt:

4 NEK-Kolumne

Aus dem Leben eines Tagelöhners: Ein ganz und gar unakademischer Arbeitsbericht.

8 NEK-Jobprofil

Marketing & Communications Manager

10 NEK-News

Nek goes XING!

11 NEK-Titelthema

Jens Loenhoff: „Kommunikationstechnologie, Multimodalität und Kommunikationstheorie: Perspektiven für die Forschung“

14 NEK-Kongress

„Kommunikationswirkung – Inspektion eines Begriffs“
– ein Nachbericht

18 NEK-Lesetipp

Sabine Dittrich: „Intentionen – eine Studie zum Kommunikationsbegriff“

19 NEK-Auszeichnung

Initiator und Ratgeber Professor Dr. H. Walter Schmitz





NEK-KOLUMNE

Aus dem Leben eines Tagelöhners: Ein ganz und gar unakademischer Arbeitsbericht



*„Arm am Beutel, krank am Herzen,
schleppt' ich meine langen Tage.
Armut ist die größte Plage,
Reichtum ist das höchste Gut!“*

(J. W. Goethe „Der Schatzgräber“)

*„Wahr aber bleibt, dass die größten
Ungerechtigkeiten von denen ausgehen,
die das Übermaß verfolgen,
nicht von denen, welche die Not treibt.
Man wird ja nicht Tyrann, um nicht zu frieren.“*

(Aristoteles)

Äonen, mindestens aber ein Menschenalter scheint es her, dass hierzulande Studierende gleich welcher Glaubenszugehörigkeit, politischen Heimat und sozialen Herkunft nahezu unbehelligt und ganz im Sinne des Humboldtschen Bildungsideals ein weitestgehend den Büchern zugewandtes Leben führten – frei von finanzieller Drangsal und den damit zwangsläufig verbundenen Existenznöten.

So mancher stöhnte bereits leise in sich hinein, als noch hinter vorgehaltener Hand über die Einführung flächendeckender Studiengebühren an hiesigen Universitäten diskutiert wurde. Und in der Tat, die häufig euphemistisch auch als Hochschulbeiträge bezeichneten Studiengebühren haben den Studienverlauf vieler auf eine Weise umgekrempelt, wie man es vor wenigen Jahren nicht hätte ahnen können. Es ist ein offenes Geheimnis, dass es vor allem die Finanznot öffentlicher

Haushalte war, derentwegen eine Aufhebung des Verbots von Studiengebühren in Betracht gezogen werden musste, zumindest aber die Verabschiedung eines einmal auf den Weg gebrachten und in diese Richtung zielenden Gesetzentwurfes nicht unwahrscheinlicher machte. Wie dem auch sei. Bei der Umsetzung des Gesetzentwurfes zur Einführung von Studiengebühren haben sich aus Studentensicht jedenfalls kleinere Konstruktionsfehler eingeschlichen, sind die universitären Rahmenbedingungen dergestalt gesetzt worden, dass sie ihrerseits den ewigen Widerstreit zwischen Pflicht und Neigung in einer Studiensituation verschärfter Erwerbsnotwendigkeit haben kulminieren lassen.

Nun will mir dies nicht als der rechte Ort erscheinen, die hochschulpolitischen Dimensionen besagter Studiengebühren zur Gänze auszuleuchten und zu bewerten, wiewohl die Kolumne – ganz zu Recht, wie ich im Übrigen finde – weithin hohes Ansehen dafür genießt, auch strittige Fragen anzuschneiden. Dennoch müssen wir uns hier, möchte man nicht Gefahr laufen, den mir zugedachten Raum hoffnungslos zu überschreiten, was angesichts der gebotenen Differenziertheit, mit der dieses überaus heikle, zudem ideologisch verminte Thema anzugehen ist, und selbst bei allergrößter sprachlicher Verknappung, zu verhindern nahezu unmöglich ist, mit dem knappen, aber dafür mehrfach an der Realität geeichten Hinweis bescheiden, dass sowohl Höhe als auch Umfang der Beiträge in einem zur Lebenswirklichkeit der Studenten krass ungenügenden Verhältnis stehen, ja sogar den Eindruck erwecken, in völliger Verkenntnis der Wohn- und Arbeitssituation der Betroffenen an diesen vorbei definiert worden zu sein.

Was die Kolumne dagegen leisten kann, ist, an einem Einzelfall – gewissermaßen modellhaft und jenseits aller faktographischer Genauigkeit – zu zeigen, welche lebenspraktischen Konsequenzen sich aus einer solchen Mehrbelastung ergeben können, wenn, wie in vielen Fällen, keine fürstliche Apanage am Monatsanfang das geplünderte Konto wieder auffüllt, die eigenen vier Wände aber trotzdem finanziert, der Kühlschrank bestückt werden muss. Ganz zu schweigen von etwaigen Anschaffungen für die Uni. Kurz: Man selbst für kleine Inseln der Ruhe und des Lernens über Monate hinweg gezwungen ist, in Betrieben, die zu allem Überfluss in der Regel auch noch im 3-Schicht-Rhythmus organisiert sind, tagein, tagaus niedere Arbeit zu verrichten, sprich: von seiner Hände Arbeit zu leben. Es aus eigener Kraft schaffen zu wollen – so klug ist man mittlerweile –, ist nicht bloß hoffnungslos romantisch, sondern setzt darüber hinaus eine so schnell nicht zu überbietende Selbstüberschätzung voraus, die jeden Tag aufs Neue an der Wirklichkeit zerschellt und (ähnlich wie bei einer Sollbruchstelle) zerschellen muss. Natürlich immer vorausgesetzt, man möchte

nicht bis über beide Ohren verschuldet ins Berufsleben starten, dadurch dass man bei einer Bank oder an anderer Stelle (es gibt derlei mittlerweile viele) um einen großzügigen Kredit in Höhe eines fabrikneuen Kleinwagens nachgesucht hatte. Was war passiert?

Durch den permanenten Zwang, Rücklagen für die Studiengebühren zu bilden, wurde recht schnell offenbar, dass ein Nebenjob auf 400 € Basis zum Bestreiten des Lebensunterhaltes doch eher knapp kalkuliert war, es sei denn, man findet Gefallen an dem Gedanken, die letzten Tage des Monats sich von Fensterkitt und ähnlichem zu ernähren. Denjenigen unter euch, die nun einwenden mögen, weshalb man denn nicht nach einem einfachen Bürojob, sagen wir, so nine-to-five-mäßig, Ausschau gehalten habe, statt über einen langen Zeitraum ölig-verschmierte Fabrikhallen zu seinem Lebensmittelpunkt zu machen, denen sei knapp beschieden, dass jene überwiegend mit den zum Leben als viel zu kärglich befundenen 350 bis 400 € vergütet waren. Eine andere Lösung musste also her, und zwar schnell, schließlich lief einem die Zeit buchstäblich davon und der Schuldenberg wuchs und gedieh aufs prächtigste.

Rückblickend möchte man darin einen fast schon natürlichen Geschehnisablauf erkennen, an dessen Ende nur mehr der Weg in die moderne Lohnklaverei blieb. Man nahm Zuflucht zur Ultima ratio arbeitsmarktpolitischer Instrumente: der Leiharbeit. Immerhin eine prosperierende Branche mit Zukunft, wie man hört. War das nun der lang ersehnte Silberstreif am Horizont, die, nun ja, berühmt-berüchtigte Strickleiter aus dem sozialen Elend?

Umdüstert von schweren Gedanken und mit einer gehörigen Portion Angst im Nacken machte man sich folglich auf den Weg zur nächst gelegenen Zeitarbeitsfirma. So viel Schreckliches hatte man bisher über die Vampire des Arbeitsmarktes gelesen, dass schon beim bloßen Gedanken daran, helle Panik unwillkürlich im Gedärm sich festzukrallen begann. Doch Bange machen gilt nicht! Wer nicht in grimmer Armut verbleiben möchte, sieht sich gezwungen, neue Erwerbsquellen zu erschließen. Warum also nicht eine Leiharbeitsfirma? Heißt es nicht, es sei das Privileg der Jugend, Torheiten zu begehen!? Wobei man sich doch ernstlich fragen muss, inwiefern dieser eherne Satz auch heute noch, zumal in Zeiten einer fortgeschrittenen Leistungsgesellschaft, in der es doch allein und ausschließlich darum geht, sich gegen die Stürme der Globalisierung zu wappnen, inwiefern also dieser dem Volksmund abgelauschte Merksatz auch heute noch zum Kernbestand zeitlos funkelder Spruchweisheiten gehört, an deren Wahrheitsgehalt auch Jahrhunderte nach ihrem Aufkommen zu zweifeln

niemand wagt. Und als hätte es noch eines Beweises bedurft, folgt denn die Ernüchterung auch auf dem Fuße. Aber der Reihe nach!

Anfangs redete man sich das ganze noch schön, schließlich könne man ja jederzeit in das angestammte Milieu zurückkehren, und überhaupt, war man nicht vielmehr ein Agent, der für die gute Sache stritt und in bester Wallraff-Manier Unternehmen infiltrierte, um dann den Finger auf die Schwachstellen zu legen und in der nächsten Buchveröffentlichung im selbstgerecht-anklagenden Ton das Schweinesystem zu geißeln auf dem Hintergrund unzureichender Arbeitssicherheit in der metall-verarbeitenden Industrie. In dieser Hinsicht gäbe es dort sicherlich eine Menge aufzudecken, allein im arbeitsmedizinischen Bereich. Au weia!

Ein offenkundiger Selbstbetrug, der, wie nicht anders zu erwarten, auch nicht allzu lange währte. Mut jedenfalls, musste man mir in dieser Sache sicherlich zubilligen, wozu ich mir in Erinnerung rief, dass es beispielsweise dem großen deutschen Philosophen Ernst Bloch zu Beginn seines amerikanischen Exils ähnlich ergangen war. Während jener weiland Teller wusch und Papier bündelte, um es gut verschnürt anschließend auf zum Abtransport bereitstehende Wagen zu verladen, fertigte ich Reflektoren, stellte Klängen her oder arbeitete in der Kontrakt-Logistik. Da waren doch offenkundig Parallelen! Vielleicht nicht vom Aufgabenprofil her, wohl aber von der Vergütung.

Unglücklicherweise entstieg, während ich solchen Gedanken nachhing, der im tiefen Schlummer vermuteten Wunderkammer meines Gedächtnisses aus mir bis heute nicht nachvollziehbaren Gründen ein Aperçu Blochs, ja schob sich wie von Geisterhand über die Schwelle meines Bewusstseins ein Satz des linkshegelianisch argumentierenden Denkers, den ich in einem Brief Blochs aus jenen wechselvollen Jahren in Amerika an seinen ebenfalls im Exil weilenden Freund Teddy Adorno glaube gelesen zu haben –, und wonach – sinngemäß – Millionäre mit der Tätigkeit (gemeint ist das Tellerwaschen Anm. d. Verf.) begonnen haben, die ich (Ernst Bloch Anm. d. Verf.) jetzt ausführe, Philosophen indes damit aufhören. Eine Einsicht, die wenig dazu angetan war, meine Stimmung aufzuhellen. Zualtererst aber wollte man sich mit dem erwirtschafteten Geld ein finanzielles Polster schaffen, im besten Falle ein Fundament anlegen, mit dem im Rücken sich dann bequemer der Abschluss betreiben ließ. Taugte nicht einmal das als Aussicht? Obwohl, was heißt hier eigentlich Fundament!? Aufwands- und Ertragsrelation stehen für einen Leiharbeiter in einem umgekehrt proportionalen Verhältnis. Sein Erwerbsleben wird im Wesentlichen von neoliberalen Technokratenvokabeln wie Mindestlohngesetz, Versorgungslücke, Schichtarbeit und Flexibilität bestimmt. Besonders letztere stellt hohe Anforderungen an

einen selbst, ist es doch eher die Regel als die Ausnahme, die – grässliches Wort! - Entleihfirma im Monatsturnus zu wechseln. Das ständige sich Einarbeiten müssen in neue Tätigkeitsfelder wäre dabei eine fast vernachlässigbare Größe, gäbe es da nicht den kleinen, aber entscheidenden Unsicherheitsfaktor, dass man mit jedem Wechsel in ein bereits bestehendes Arbeitsgefüge mit einer fest verfigten sozialen Grammatik eindringt. Nach Problemen braucht man da gar nicht erst lange Ausschau halten. Den Geringsten unter den Geringen, der Klasse der working poor flicht die Mitwelt (Obacht: der Ausdruck „Mitwelt“ wird hier arglistigerweise in einer explizit heideggerianischen Verwendungsweise gebraucht! Siehe, Sein und Zeit' § 26 S. 118) nun mal keine Kränze. Das halte ich für ausgemacht!

Alles andere wäre aber auch verwunderlich angesichts des gesellschaftlichen Status' der Leiharbeiter, die als Teil einer arbeitsmarktpolitischen Verfügungsmasse, noch dazu nur unzureichend mit Kündigungsschutz bedacht und stets unter dem geforderten Mindestlohn arbeitend, sich in den Betrieben, so die Erfahrung, ausnahmslos am Ende der Befehlskette wiederfinden, selbst vom Stammpersonal aus demselben Funktionsbereich noch siriusweit entfernt.

Wer seinen Wehrdienst als Abiturient abgeleistet hat, kann erlauben, wovon ich spreche. Ist es einem durch viel Geschick und Geduld wider Erwarten dann doch einmal gelungen, das Vertrauen der Stammarbeiter zu gewinnen, ist man auch schon abbeordert und zum nächsten Einsatzort entsandt worden. Wenn überdies noch die Entlohnung weit unter dem ortsüblichen Niveau liegt, und man sich infolgedessen mehr schlecht als recht mit einer sittenwidrigen Vergütung durchs Leben schlagen muss, geht selbst dem tumbesten Leiharbeiter auf, dass sich im Niedriglohnsektor keiner für höhere Aufgaben empfiehlt. Entsprechend hoch ist denn auch der Frustrationspegel. Nicht zuletzt auch deshalb, weil man als soi-disant-Subotnik, der zur Erhaltung des Status quo regelmäßig den Samstag als Arbeitstag hinzunimmt, durch die ewige Abfolge von Früh- Spät- und Nachtschicht ein dem seiner Freunde zumeist entgegen-gesetztes Leben führt. Und zwar auf dem der Erde abgewandten Seite des Mondes.

Am schwersten aber wiegt vor allen anderen Verwerfungen der schleichende Identitätsverlust, zu dem der erhöhte Erwerbsdruck einen erheblichen Beitrag leistet; an das Besuchen von Seminaren ist jedenfalls schon seit geraumer Zeit nicht mehr zu denken. Um mögliche Missverständnisse gleich im Keim zu ersticken: Nein, ich bin ganz gewiss nicht jenem Typus Student zuzurechnen, dem jeglicher Ehrgeiz fremd und hedonistische Daseinsfreude alles ist. Mitnichten. Aber auch hier gilt: Was zu viel ist, ist zuviel! Denn zumindest was den Broterwerb

betrifft, darf mir Integrität in den Absichten unterstellt werden. So gibt unsereins, das unabwendbare Los schulternd, das gleich einem im alttestamentarischen Furor verhängten Gottesurteil – unbarmherzig und un-widerruflich - in das erwerbsmäßig ehemals beherrschbare Studentenleben herein-brach, an den Toren der Fertigungshallen dieser Welt seine frühere, mittlerweile obsolet gewordene Identität ab. Was nicht weiter schlimm ist, schließlich bekommt man sogleich eine neue: die des Leiharbeiters auf Zeit. Ein Lebenskonzept, welches, soviel sei hier verraten, nicht weit trägt. Unnötig auch in diesem Zusammenhang zu erwähnen, dass, wer durch dieses unter dem Unstern der Leiharbeit stehende Stahlbad der Disziplin gegangen ist, es am heimischen Schreibtisch nur schwerlich noch vermag wohlkomponierte Wissenschaftsprosa zu produzieren. Erst recht keine, die wissenschaftlichen Standards genügt.

So wie es den ein oder anderen auch verwundern mag, dass die in Universitätsseminaren und durch eigene Lektüre mühsam beigelegenen gebietseigenen Begrifflichkeiten der Kommunikationswissenschaft, „individuelle Welttheorie“, „strukturelle Kopplung“, „autopoietische Systeme“, „Innen-Außen-Dichotomie“, „illokutionärer Akt“, um nur wenige zu nennen, mit deren Hilfe man sich auf dem Campus gegenseitig die Welt erklärt, im Leben eines Leiharbeiters, vorsichtig formuliert, eher von nachgeordneter Bedeutung sind. Vielmehr treten sie nach und nach ins zweite wenn nicht gar dritte und vierte Glied zugunsten einer einzigen, dafür aber sämtliche Arbeitsprozesse durchdringenden Realie: der Stückzahl!

Auf ein noch Monate danach allergrößte Verunsicherung in mir auslösendes Kuriosum oder sollte ich sagen: Mysterium sei an dieser Stelle noch hingewiesen: die Anordnung der Fertigungsmaschinen bei einem Reflektorenhersteller aus dem Rheinisch-Bergischen Raum. Mit dieser hatte es nämlich eine besondere, auf den ersten Blick nicht unbedingt gleich ersichtliche Bewandtnis. Das späte, unabweislich machanalytisch orientierte Werk Michel Foucaults enthält unter anderem die für seine Verhältnisse erstaunlich flüssig zu lesende Monographie mit dem eindrücklichen, ja beinahe schon ehrfurchtsheischenden Titel ‚Überwachen und Strafen‘. Darin beschreibt Foucault das sog. Benthamsche Panopticon. Eine Gefängnisarchitektur, die von ihrer Anlage her so konzipiert war, dass die darin eingerichteten Zellen potentiell jederzeit vom Wachhabenden einzusehen waren. Mit der Konsequenz, dass sich die Insassen in keinem Moment unbeobachtet fühlen konnten.

Für Foucault die Urszene einer Gesellschaft im Übergang von der Fremd- hin zur Selbstüberwachung mit dem Effekt einer unbewusst ablaufenden Selbst-disziplinierung bei jedem einzelnen. Was soll ich sagen, das seltsam leere Büro des Pro-

duktionschefs, das neben einem stets aufgeräumten, an der Grenze zum Aseptischen sich bewegenden Schreibtisch mit Computer und einem im dunklen Holzton gehaltenen Regal, das trotz überquellender Auftragsbücher nur eine Handvoll abgegriffener Ordner sein Eigen nannte, darüber hinaus bloß noch ein einziges, immerzu leicht schräg an der Wand hängendes Landschaftsbild samt goldenem Rahmen beherbergte, ein - so scheint es - aus längst versunkener Zeit wie durch einen Schleier zu uns sprechendes Pastell auf leicht genarbttem Papier, knorrige, sanft gegen eine Dünenerhebung gedrückte Windflüchter und allerlei seltsame Strandvegetation zeigend. Dieses Büro also wies von der Lage her ebenfalls die für das Panopticon so charakteristischen Merkmale auf. Von dort waren sämtliche Arbeitsplätze gut einsehbar, so dass dem an der Maschine Schaffenden stets das unguete Gefühl beschlich, dem kühl kalkulierenden Blick des Abteilungs-verantwortlichen ausgesetzt zu sein. Eine Analogie, die zu Denken gibt. Schließlich werden, so die Wahrscheinlichkeit, derlei raumarchitektonische Überlegungen totaler Kontrolle künftig in der Entscheidungsmatrix professioneller Einrichter von Arbeitsplätzen eine immer größere Rolle spielen.

Aber es gab auch Momente seltenen Glücks, etwa dann, wenn der schmerzbäuchige Schichtführer aus Polen sehnsuchtsvoll zu nächtlicher Stunde (3-Schicht-Rhythmus!) seine tränenfeucht verschleierte Augen gegen die mit Metallstreben verzierte Betondecke richtete und aus der Tiefe seines Leibes - den mächtigen, nun sich bedrohlich aufblähenden Embonpoint als Resonanzkörper nutzend - zu heimatlichen Volksweisen anhob, die man in ihrer kristallinen Schönheit längst und auf ewig verschüttet glaubte. Eingehüllt in den Zauber fremden Wohlklangs konnte es zuweilen passieren, dass vor unserem inneren Auge – befeuert durch die gesangliche Darbietung unseres Vorarbeiters - die masurische Seenplatte samt ihrer schilfumstandenen Uferländer und den sich weit bis ins Hinterland ausdehnenden wild duftenden Kiefernwäldern erschien, bevor auch sie mit dem Verstummen des traditionellen Liedguts in warm flutenden Farben langsam verdämmerte.

Selbst manch knurriem älteren Herrn konnten ob einer solchen Fülle des Wohllauts die Augen hernach wässrig werden, bis auch er die hervorquellenden Tränen nicht mehr zurückzuhalten vermochte; und auch aus den hinteren Teilen der Fabrik ließ sich der ein oder andere wohlige, tief empfundene Seufzer vernehmen, noch ehe der letzte Ton verklungen war. Zum Steinerweichen schön!

Irgendwann ist man schließlich bei der steten Ausrichtung am Zieldreieck bestehend aus der Deckung von akuten Versorgungslücken, Lerneffizienz in puncto Studium und der

Aufrechterhaltung eines halbwegs intakten Soziallebens vom Weg abgekommen und verloren gegangen. Den anderen, aber nicht zuletzt auch sich selbst.

Abschließend sei mit einer gewissen Melancholie noch an den Ausdruck „Prekariat“ erinnert. Mein persönliches Unwort des Jahres 2006, noch vor „Parallelgesellschaft“, das ebenfalls unbedingt in diesen Zusammenhang gehört. Aber zurück zur Prekarität. Die als feststehende Wendung zunehmend in Mode kommende Worthülse hat in den Medien zuletzt eine fast beispiellose Begriffskarriere hingelegt, wodurch sie unseligerweise bis in die Alltagskommunikation hinein diffundieren konnte. Was zuvor abstrakt war, ist inzwischen bittere Realität. Doch auch in Zukunft wird es weit und breit keine Maßnahmen zur Eindämmung der Leiharbeit geben. Daran wird nicht der beißendste Spott, nicht der grimmig-unflätigste Humor je etwas ändern. Soviel ist gewiss.

Was alles passieren kann, wenn ein – zumindest in nomineller Hinsicht – Universitätsangehöriger und ein nach eigener Aussage bisher ausschließlich mit Gelegenheitsjobs sich über Wasser haltender Kosovo-Albaner sommers in der Pause der Nachtschicht bei gefühlten 40° Außentemperatur und in Erprobung des diskursethischen Ansatzes herrschaftsfreier Kommunikation nach Habermas sich über ein im ersten Augenblick völlig unverfänglich erscheinendes Allerweltsthema heillos überwerfen, das und vieles andere mehr, erzähle ich euch dann beim nächsten Mal.

Nur soviel: Es stand Spitz auf Knopf!

Stephan Radtke ist NEK Mitglied seit 2003





Marketing & Communications Manager



Das Berufsbild des Marketing & Communications Managers Europe umfasst im Fall der Kommunikationswissenschaftlerin Yasmin Lindner-Dehghan Manchadi M.A., die diese Position für einen internationalen IT-Hersteller bekleidet, die Verantwortung für sämtliche Kommunikationsaktivitäten des Unternehmens auf dem europäischen Markt.

Diese beinhalten in diesem konkreten Fall alles Subsumierbare unter den Kategorien Produkt- und Unternehmens-Marketing inklusive Event-Management sowie Produkt- und Corporate-PR.

Die Verantwortung für das Tätigkeitsfeld Marketing bedeutet dabei hauptsächlich Folgendes:

- Erstellung oder Freigabe von marketing- und vertriebsrelevanten Dokumenten, wie z.B. Portfolio- und Unternehmensdarstellungen, Werbeanzeigen, Datenblättern, Preislisten, Aufklebern, Schildern, Installationsanleitungen, Advertorials etc.
- Redaktion und Layout-Verantwortung für die firmeneigenen Webseiten sowie Unterstützung der Kunden hinsichtlich der Präsentation der firmeneigenen Produkte auf deren Webseiten
- Organisation von Messepräsenzen
- Realisierung von Promotion-Aktionen

Der Bereich PR beinhaltet in diesem Fall in der Hauptsache:

- Proaktive PR-Arbeit, wozu insbesondere das Monitoren von Redaktionsplänen und entsprechendes Agieren ebenso gehört wie das Beobachten des Marktes, des Mitbewerbs sowie die permanente Aktualität und Aufrechterhaltung der Pressekontakte
- Verfassen, Layouten und Distribuieren von Pressemitteilungen, Newslettern etc.
- Organisation und Durchführung von Presse-Touren
- Planung und Durchführung der Markteinführungen von Produkten

Ein weiterer Bestandteil der Tätigkeit des Marketing & Communications Managers Europe ist die Koordination mit der Unternehmenszentrale mit Sitz in Japan (Osaka, Tokio) sowie mit den Schwestergesellschaften in den USA (Salt Lake City, Santa Anna) und China (Peking), einhergehend mit Informationsbeschaffung und dem Teilen von Informationen zur Schaffung globaler Synergien. Zum entsprechenden Austausch werden neben persönlichen Treffen aller weltweiten Marketing- und PR-Verantwortlichen Videokonferenzen, eMail, Telefon und ein gemeinsam nutzbarer Server genutzt.

Anforderungen

Für die erfolgreiche Ausfüllung dieses gesamten Tätigkeitsfeld ist ein Generalist notwendig. Man muss sowohl Marketing- als auch PR-Tools beherrschen. Ein abgeschlossenes Studium erleichtert zudem zum einen den professionellen und erforderlichen exakten Umgang mit Sprache, was ein zentraler Bestandteil der Tätigkeit ist.

Zum anderen befähigt einen insbesondere ein Magisterstudium dazu, sich selbst und einen so vielschichtigen Bereichen organisieren zu können. Kommunikationsstärke vor allem in der Muttersprache – in diesem Fall der internationalen Vernetzung und europäischen Ausrichtung auch möglichst in weiteren Sprachen – ist ebenso bedeutsam, da man das Unternehmen sowohl auf mündlichem als auch schriftlichem Wege nach außen vertreten muss und dieses an der entsprechenden Darstellung gemessen wird.

Ziele

Ziel der Tätigkeit des Marketing & Communications Managers Europe ist die Steigerung der Aufmerksamkeit für das Unternehmen als Marke sowie für seine Produkte, zum einen innerhalb der entsprechenden Medien und zum anderen innerhalb der Zielgruppe, welche in diesem Fall hauptsächlich im Business-Bereich in Gesamteuropa zu sehen ist.

Vorbereitung durch das Studium

Das Magisterstudium im Allgemeinen ist ein wichtiger Förderer von Organisationsfähigkeit, das kommunikationswissenschaftliche Studium im Speziellen eine gute Grundlage zu einem souveränen Umgang mit Sprache und Kommunikation.

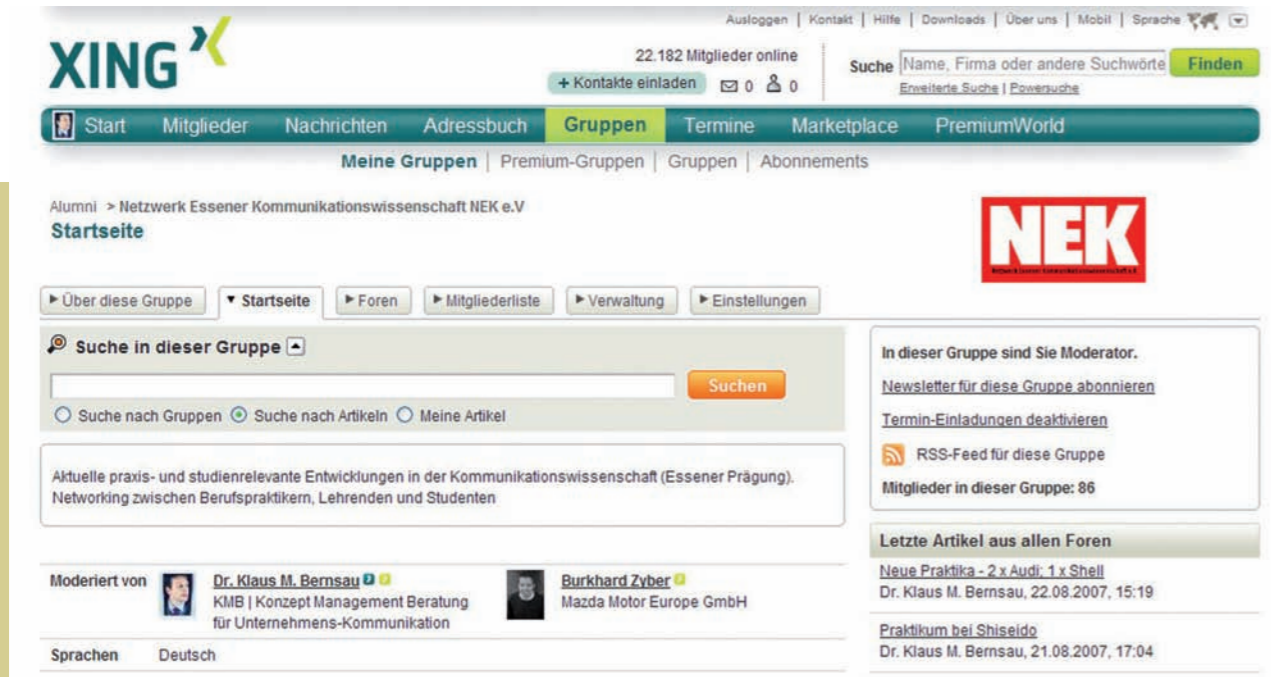
Weitere hilfreiche Aspekte für dieses Tätigkeitsfeld sind das Studium der Nebenfächer Marketing und Psychologie. Betriebswirtschaftliche und Marketing-Grundkenntnisse, wie sie im Essener Magister-Nebenfach Marketing gelehrt werden, bieten eine gute Grundlage für die Bearbeitung und Beurteilung marketingrelevanter Themen. Das Nebenfach Psychologie befähigt zur Einschätzung von Wirkungen in einer kommunikationswissenschaftliche und Marketing-Know-how ergänzenden Weise.

Und nicht zuletzt haben im Fall von Yasmin Lindner-Dehghan Manchadi eine Vielzahl von studienbegleitenden Tätigkeiten und Praktika einen wichtigen Anteil am nötigen beruflichen Erfahrungsschatz und Kenntnisstand. Sie hat viele Jahre in der Marketing-Abteilung eines Radiosenders gearbeitet, wovon sie fünf Jahre im dortigen Event-Management eigenständig Events organisiert und durchgeführt hat.

Zusätzliche berufsrelevante Erfahrungen und Kenntnisse erwarb sie durch journalistische Tätigkeiten für ein Print-Magazin, im Kompetenzzentrum Wissensmanagement und E-Learning für einen Bildungsanbieter sowie als studentische Mitarbeiterin und Tutorin in Projekten an den Lehrstühlen für Kommunikationswissenschaft sowie für Marketing und Handel der Universität Duisburg-Essen.

Yasmin Lindner-Dehghan Manchadi M.A.





NEK-NEWS

NEK goes XING!

Ohne XING geht heute (fast) garnichts mehr. XING gehört zu den weltweit führenden OSNs (Online Social Networks) für Geschäftsleute. Manch einer kennt es vielleicht noch unter dem alten Namen openBC. Seit Ende April ist auch NEK e.V. mit einer eigenen Gruppe in XING präsent.

Mit der Gruppe in XING wollen die beiden Moderatoren Klaus Bernsau und Burkhard Zyber das Angebot und den Nutzen des NEK für all die Mitglieder ausbauen, die schon mit beiden Beinen im (außeruniversitären) Kommunikations-Beruf stehen.

Die technischen Möglichkeiten von XING wie ausführliche Personen-Profile, Suchfunktionen, Direkt-Nachrichten zwischen Mitgliedern, Newsletter und Chats ergänzen ideal das Angebot des NEK e.V. Website (www.nek-netz.de) und der zahlreichen offline Aktivitäten.

Wer wissen will, was ein ehemaliger Kommilitone macht, den Erfahrungsaustausch unter Kommunikationsexperten oder kompetente Unterstützung fürs Team oder für Projekte sucht und dazu auf die Expertise der NEK-Mitglieder zurückgreifen möchte, wird mit XING fündig. Aktuell sind schon knapp 90 NEK-Mitglieder in der Gruppe registriert. Wie bei allen Netzwerken steigt der Nutzen exponentiell mit der Zahl der Mitglieder, d.h.:

alle NEKler, die sowieso schon XING-Nutzer sind, sollten auf alle Fälle der Gruppe beitreten: https://www.xing.com/net/nek_netz/. Aber auf für alle anderen NEK-Mitglieder lohnt es sich, die Gruppe und XING mal anzuschauen.

Ein Tipp: Lasst Euch zu XING einladen, dann könnt Ihr gleich mehr Möglichkeiten austesten, als wenn Ihr Euch nur einfach selber anmeldet. Und wer keinen aktiven XING-Nutzer kennt, der kann diesen Link verwenden: <http://www.xing.com/go/invita/63161>.

Absolut ungefährlich, versprochen!



NEK-TITELTHEMA

Jens Loenhoff: „Kommunikationstechnologie, Multimodalität und Kommunikationstheorie: Perspektiven für die Forschung“



Der Zusammenhang zwischen Formen der Massenkommunikation und modernen Reproduktions- und Verbreitungstechnologien ist schon seit längerer Zeit Gegenstand zahlreicher Forschungsanstrengungen. Dabei ist den Bezügen zwischen interpersonaler Kommunikationsforschung und den Möglichkeiten solcher Kommunikationstechnologien eher weniger Aufmerksamkeit zuteil geworden.

Dass diesen Technologien bei der Ausgestaltung zukünftiger Kommunikationsverhältnisse eine immer größere Bedeutung zukommt, dürfte außer Frage stehen, auch und gerade weil komplexe soziale Ordnungen ohne derartige technische Vermittlungen kaum mehr möglich sind.

Einer der zukünftigen Schwerpunkte meiner Forschung wird sich daher mit dem Problem befassen, welchen Veränderungen menschliche Kommunikationsprozesse unterliegen, wenn sie unter Stützung insbesondere durch multimodale Kommunikationstechnologien realisiert werden und wie diese hinsichtlich ihrer Auswirkungen zu bewerten sind. An diese Problemstellung schließt sich nahtlos die Frage an, welche Nutzungs- und Anwendungspotentiale für jeweils unterschiedliche Kontexte zu erwarten oder zu empfehlen sind.

Die zukünftige Forschung auf diesem spezifischen Gebiet wird sich dementsprechend

- a) mit multimodalen und interaktiven Kommunikationstechnologien als Erkenntnisgegenstände kommunikationswissenschaftlicher Forschung,
- b) mit solchen Technologien als Substitution humaner Akteure und schließlich

c) mit modernen Technologien als Instrumente empirischer Kommunikationsforschung befassen.

→ a) Kommunikationstechnologien als Erkenntnisgegenstände kommunikationswissenschaftlicher Forschung: Die Kommunikationspraxis zeitgenössischer Gesellschaften ist ganz maßgeblich durch moderne Technologien gestützt. Selbst in traditionell schriftlose kulturelle Lebensformen dringen diese nahezu gleichzeitig mit deren Literalisierung vor.

Die mit diesem Phänomen näher befassten Teilbereiche sozialwissenschaftlicher Forschung stimmen in ihren Diagnosen darin überein, dass die soziale Ordnung differenzierter Sozialsysteme ohne die Bezugnahme auf diese Kommunikationstechnologien überhaupt nicht mehr begriffen werden kann. Hinsichtlich Erklärung, methodischem Zugang, Bewertung und Prognose freilich handelt es sich um eine komplexe und stark ausdifferenzierte Forschungslandschaft mit heterogenen disziplinären Erkenntnisinteressen.

Anders als Techniksoziologie, Medienpsychologie, Medienpädagogik etc., die primär mit nachgeordneten Zwecken und Folgen bereits funktionierender Technologie befasst sind, wendet sich die hier ins Auge gefasste kommunikationswissenschaftliche Forschung einer noch viel grundlegenden Problemstellung zu, da sie nicht nur nach den ermöglichenden Bedingungen technischer realisierter Verständigungsprozesse fragt, sondern deren Formen in einen systematischen Zusammenhang mit den fundamentalen Strukturen zwischenmenschlicher Kommunikation stellt, um von dort her Fragen der Nutzung, der Aneignung und der Optimierung zu klären.

Erst wenn diese Grundstrukturen hinreichend verstanden sind, lassen sich nämlich auf diese zugeschnittene technische Lösungen konzeptualisieren, die Kommunikationsprozesse tatsächlich zu unterstützen und zu optimieren in der Lage sind. Trotz bisheriger erfolgreicher Forschungen etwa zur audiovisuellen Fernkommunikation, zu Multimediaanwendungen oder zur Internetkommunikation zeichnet sich hier nicht nur ein erhebliches und bisher noch weitgehend unausgeschöpftes Potential für den weiteren Ausbau des Alleinstellungsmerkmals der Essener Kommunikationswissenschaft ab, sondern auch Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Disziplinen sowie verschiedenen Anwendungsbereichen.

→ b) Multimodale und interaktive Kommunikationstechnologien als Substitution humaner Akteure: Mit der Entwicklung von Software-Agenten, den so genannten Embodied Conversati-

onal Agents eröffnet sich zudem ein von der in Deutschland vertretenen Kommunikationswissenschaft bisher noch wenig bearbeitetes Forschungsfeld, in dem Grundlagenforschung, Methodenreflexion und Anwendungsbezug in einem engen wechselseitigen Verhältnis stehen. Kaum eine Kommunikationstechnologie hat in den letzten Jahren so explizit auf die Forschungsergebnisse zur interpersonalen Kommunikation zurückgegriffen wie die Entwicklung computergenerierter Interaktanten, die in bestimmten Kontexten die vollständige technische Substitution eines Interaktionspartners ermöglichen will.

Die technische Simulation kommunikativer Kompetenz durch „anthropomorphe Schnittstellen“, wie die Softwareagenten auch genannt werden, stimuliert allerdings nur dann die Bereitschaft der Nutzer, diesen personale Eigenschaften zuzuschreiben und sie unter bestimmten Bedingungen auch als reale Kommunikationspartner zu behandeln, wenn die technische Realisierung den multimodalen Eigenschaften „natürlicher“ Kommunikation unter den Bedingungen körperlicher Anwesenheit sehr nahe kommt.

Daraus ergibt sich unmittelbar, dass die technologische Entwicklung in hohem Maße auf die Kenntnisse der sensomotorischen Fundamente, der Verlaufsformen und der Funktions- und Akzeptanzbedingungen zwischenmenschlicher Kommunikation angewiesen ist. Neben Informatikern, Linguisten und Kognitionspsychologen sind an der Entwicklung von Softwareagenten in letzter Zeit zunehmend auch Kommunikationswissenschaftler beteiligt, wie etwa die Arbeit der Forschergruppe „Embodied Communication“ am Zentrum für Interdisziplinäre Forschung (ZIF) in Bielefeld gezeigt hat.

→ c)

Kommunikationstechnologien als Instrumente der empirischen Kommunikationsforschung: Der vermehrte Einsatz digitaler Aufzeichnungstechnologien sowie die computergestützte Verarbeitung audiovisueller Daten haben seit einiger Zeit zu einem verstärkten Bewusstsein der mitunter in den Sprach- und Kommunikationswissenschaften verdrängten Komplexität interaktionsförmiger Kommunikation geführt.

Konzepte multimodaler Diskursanalyse mit erweiterten Notations- und Transkriptionssystemen bemühen sich derzeit um die immer genauere Erfassung des simultanen Gebrauchs multipler symbolischer Ressourcen und ihrem wechselseitigen funktionalen Zusammenhang, doch macht die Entwicklung digitaler Transkriptions- und Notationssysteme erst langsam Fortschritte. Dabei besteht ein Hauptproblem der Entwicklung nicht nur darin, dass zahlreiche Systeme in zum Teil nur

unzureichendem Maße Transkriptionskonventionen (HIAT, GAT, DIDA, CHsAT etc.) unterstützen, sondern auch in den immer noch unzulänglichen Einsichten in das Zusammenspiel der unterschiedlichen multimodalen und multisensoriellen Dimensionen interpersonaler Kommunikation, dem auch in der bisherigen Theoriebildung erst in jüngster Zeit Aufmerksamkeit geschenkt wurde. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung eröffnet die Forschung zu Kommunikationstechnologien als Instrumente der empirischen Gesprächsforschung auch Möglichkeiten, an der Entwicklung solcher Aufzeichnungs- und Analyseinstrumente mitzuarbeiten, die den explikativen Erfordernissen eines multimodalen Interaktionsparadigmas vollständig Rechnung tragen.

Für eine interdisziplinäre Forschung, wie sie durch die in Essen vertretene Kommunikationswissenschaft und von den dort lehrenden Wissenschaftlern betrieben wird, ist kennzeichnend, dass sie es in ihrer alltäglichen Arbeit häufig mit vielfältigen empirischen Befunden, Forschungsansätzen und Methoden zu tun hat. Umso wichtiger ist es für den Erkenntnisfortschritt, dass die heterogenen Aspekte kommunikativen Handelns durch eine hinreichend komplexe Theorie- und Modellbildung aufeinander bezogen werden können.

Der damit verbundene Bedarf an methodologisch-konzeptioneller Grundlagenreflexion kann allerdings immer nur durch systematische Theoriebildung gedeckt werden. Insofern ist kommunikationswissenschaftliche Forschung immer auch eine Arbeit mit und an Begriffen. Nur dadurch können Einzel Forschungen und Einzelergebnisse miteinander in ein explikativ ertragreiches Verhältnis gesetzt werden. Und nur auf der Basis theoretischer Ansätze lassen sich die Grundstrukturen menschlicher Kommunikation, ihre konstitutiven Voraussetzungen und typischen Verlaufsformen deskriptiv und analytisch hinreichend herausarbeiten.

Jenseits der Frage nach der für anwendungsorientierte Forschung angemessensten Modellbildung besteht auf grundlagentheoretischer Ebene anhaltender Reflexionsbedarf hinsichtlich der Bewertung von akteurorientierten und systemorientierten Zugängen zu kommunikativen Phänomenen. Der Zusammenhang zwischen Intentionalität, dem wechselseitigen Bezug kognitiver und kommunikativer Prozesse sowie den jenseits der Absichten und individuellen Vorstellungswelten der Kommunikatoren liegenden Strukturen (Sprache, nichtsprachliche Zeichensysteme, Gesellschaft, Kultur, Geschichte etc.) lässt weiterhin Raum für begriffliche Bestimmungen, die komplementär oder auch kompetitiv weiterentwickelt werden müssen. Dazu zählt im Übrigen auch die Funktion vorbegrifflicher Konzepte über Sprache und Sprechen für die Konstrukti-

on von Kommunikationstheorien. Hier liegt der Vergleich zwischen Kommunikationsmodellen nahe, die durch die Evolution der Alphabetschrift induziert sind, mit denjenigen Konzepten, die im Kontext ideographischer Schriftsysteme, wie wir sie etwa aus China und partiell auch aus Japan kennen, und damit aus ganz anderen semiotischen Vergegenständlichungspraxen entstanden sind. Vor dem Hintergrund der wissenschaftshistorischen Erfahrung, dass vorreflexive und damit kulturell und historisch situierte Alltagskonzepte in die jeweils aktuelle wissenschaftliche Theoriebildung eingehen, eröffnet sich schließlich die Frage nach dem Universalitätsanspruch abendländischer Kommunikations- und Sprachtheorien, zumal sich im Kontext anderer kultureller Lebensformen zum Teil keine unserer abendländischen Sprach- und Kommunikationswissenschaft vergleichbare Reflexion herausgebildet hat.

Prof. Dr. phil. Jens Loenhoff studierte Soziologie, Kommunikationsforschung und Phonetik, Psychologie und Philosophie an den Universitäten Düsseldorf und Bonn. Im Jahre 2000 erwarb er an der Universität Essen die *venia legendi* für das Fach „Kommunikationswissenschaft“.

Von 2002 bis 2007 war er Professor für Interkulturelle Kommunikation am Fachbereich „Angewandte Sprach- und Kulturwissenschaft“ der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Nach der Annahme eines Rufes an die Universität Duisburg-Essen im Frühjahr 2007 ist er Inhaber eines Lehrstuhls am dortigen Institut für Kommunikationswissenschaft.

„Kommunikationswirkung – Inspektion eines Begriffs“ am 16. Januar 2007 an der Universität Duisburg Essen, Campus Essen

Am 16. Januar dieses Jahres hatte das Netzwerk Essener Kommunikationswissenschaft (NEK e.V.) zu seinem ersten Kongress geladen. Der Kongress stand unter der interdisziplinären und leicht provokativen Überschrift „Kommunikationswirkung – Inspektion eines Begriffs“. Die insgesamt 13 Redner und Diskussionsteilnehmer von 4 verschiedenen Universitäten sowie 7 unterschiedlichen Unternehmen decken ein extrem breites Spektrum an theoretischen Ansätzen und praktischen Erfahrungen ab. Entsprechend vielschichtig waren die Einsichten und munter die Diskussion.

In ihrem Grußwort ging die Vorsitzende des NEK e.V., Dr. Claudia Schirrmeyer, auf die Bedeutung des Austauschs zwischen wissenschaftlicher Forschung und kommunikativer Praxis ein, dem sich das NEK besonders verschrieben hat. Besonders wies sie auf die Erfolge hin, die das NEK bei einer tiefen Verzahnung von Theorie und Praxis hat.

Es gehe weniger um die Diskussion weniger Experten auf Seiten der Universität und von Unternehmen, vielmehr etabliere man in Essen einen breiten Dialog, der von den Studierenden bis zu den Absolventen des Faches in verschiedensten Positionen und unterschiedlichsten Aufgaben reicht. Kommunikationswissenschaftliches Netzwerken im Sinne des NEK e.V. geht Fragen wie „Was soll mal aus mir werden?“ ebenso an wie „Welche aktuellen Forschungsprojekte helfen mir bei meiner Arbeit als Kommunikationsprofi?“ Professor H.W. Schmitz betonte in seinem Grußwort ebenfalls die Bedeutung und Vorreiterrolle der Alumni-Arbeit des NEK im Bereich der Geisteswissenschaften. In seiner Überleitung zum Kongresssthema bemerkte Professor

Schmitz kritisch mit einem Blick auf die Wirkungsfixierung der kommunikativen Praxis, dass Kommunikationswirkung keineswegs in allen gängigen Kommunikationstheorien eine zentrale Kategorie sei, explizit erwähnte er die Gesprächsanalyse. Ferner betonte er, dass das dem Wirkungsbegriff möglicherweise implizite Stimulus-Response-Prinzip für den Gegenstand der Kommunikation auf alle Fälle zurückzuweisen ist. Der Hoffnung auf einfache Erklärungsversuche und Hilfsmittel, die mancher der anwesenden Studierenden und Praktiker möglicherweise mitgebracht hatte, erteilte er damit gleich eine Absage.

Dr. Klaus M. Bernsau, einer der Mitorganisatoren des Kongresses und Inhaber einer Beratung für Unternehmenskommunikation, ging in seinem Impulsreferat auf verschiedene Ebenen der Kommunikationswirkung ein. Er verknüpfte dabei den seiner Ansicht nach legitimen Anspruch kommunikativer Unternehmen auf Wirkungen im ökonomischen Zusammenhang mit dem kommunikationswissenschaftlichen Ansatz von Gerold Ungeheuer, der in Kommunikation wie in Kommunikationswissenschaft gleichermaßen Problemlösungshandeln sieht. Aus diesem Blickwinkel postulierte Dr. Bernsau nicht nur Auftrag und Anspruch für das NEK: „mehr Wirkung für die Kommunikationswissenschaft“, vielmehr zeigte er auf, dass seiner Meinung nach Geistes- und Sozialwissenschaft, namentlich die Essener Kommunikationswissenschaft eine wesentlich zentralere Rolle bei der Lösung aktueller menschlicher und sozialer Fragestellungen einfordern muss und kann. Was auch zudem hervorragend ins 2007er Jahr der Geisteswissenschaften passe. Er zeigte dies am Streit der Kulturen, wirtschaftlichen Auseinandersetzungen um Arbeitsplätze und an der Klimadiskussion auf.

Abschließend folgerte er, dass um diesen hohen Ansprüchen gerecht zu werden, eine Veränderung im Diskursverhalten wissenschaftlicher Institutionen eintreten müsse. Der hierarchiefreie Diskurs müsse an die Stelle institutioneller Grabenkämpfe und Karrierenetzwerke treten, was letztlich wiederum zum gesellschaftlichen Problemlösungshandeln führe.

Dirk Liesenfeld, einer der Geschäftsführer von VAISPER, einem auf Customer-Relation-Management (CRM) spezialisiertem Beratungsunternehmen, vermittelte einen Einstieg in die Praxis daten- und datenbankgestützter Information. Er zeigte dabei insbesondere auf, dass ein prozessuales, aus Erfahrungen lernendes Vorgehen deutlich bessere Ergebnisse erziele als rein mit dem Gesetz der großen Zahl operierende. Wichtig war Liesenfeld auch, dass Lernen und Erkenntnisgewinn in starkem Maße über menschliche Interpretation durch Fachleute oder auch gesunden Menschenverstand erfolgt und weniger durch Algorithmen. Dies belegte er mit zahlreichen

plastischen Beispielen aus dem Bereich der Telekommunikation und der Pharmaindustrie. Er machte allerdings auch deutlich, dass CRM zwangsläufig mit einem stark abstrahierten und reduzierten, dafür aber kalkulierbaren und maschinell operationalisierbarem Kommunikationswirkungsbegriff arbeitet.

Stephan Meyer, der Inhaber der Denkstelle in Friedrichsdorf/Taunus, setzte sich unter dem Motto „Don't kill the messenger“ mit verschiedensten Effekten und Vorurteilen auseinander, wie Gesprächsteilnehmer oder Präsentatoren durch ihre Person selbst die Kommunikationswirkung beeinflussen. Insbesondere ging er dabei auf Projektionen ein, die wir Menschen auf unser Gegenüber vornehmen, ohne dass jene für diese einen Grund oder auch nur einen Anknüpfungspunkt gegeben haben. Stephan Meyer steuerte so einen völlig anderen Faktor möglicher Kommunikationswirkung bei: das nicht direkt kommunikative, sprach- oder zeichengebundene Verhalten. Zudem machte er deutlich, dass eine Kommunikationswirkung keinesfalls nur vom so genannten Sender beeinflusst wird, vielmehr entsteht sie zu nicht unerheblichen Teilen beim Interpretieren, der wahrscheinlich selten den Überbringer, aber dafür doch häufig die Botschaft selbst existenziell verändert.

Im letzten Vortrag vor der Pause berichtete Christian Seifert, Vorsitzender der Geschäftsführung der Deutschen Fußball Liga, Frankfurt, über die Entwicklungen und Wirkungen des Kommunikationsprodukts „Fußball-Bundesliga“. Er machte deutlich, dass sich die DFL als Unternehmen an ökonomischen Wirkungsgrößen orientieren muss, insbesondere an Besucherzahlen in den Stadien, Zuschauerzahlen an den Fernsehgeräten und an vor diesem Hintergrund realisierbaren Lizenz- und Rechthonoraren. Aus Seiferts Ausführung wurde aber ersichtlich, dass er die positive Entwicklung der letzten Jahre auf konkretes kommunikatives Verhalten zurückführt.

Zum einen ist die Bundesliga (1 + 2) im ‚Free-TV‘ verblieben, im Vergleich zu anderen Fußball-Ligen international oder anderen Sportarten national, zum Zweiten wurde in den letzten Jahren, sicher mit Fokus auf die WM 2006, der Charakter der Stadien und des Live-Events Fußball erneuert und breiten Zielgruppen, auch gerade Frauen, erschlossen. Dies – so die Theorie des Praktikers Seifert – führt zu einer gegenseitigen Verstärkung, die ein für Deutschland einzigartiges nationales Kommunikationsereignis schafft.

Nach der Pause gingen in einer Podiumsdiskussion Dr. Jürgen K. Fröhlich, Adrian Schaffranitz, Michael Schmahl und Dr. Klaus M. Bernsau den Faktoren für eine Akzeptanz oder Nicht-Akzeptanz von kommunikationswissenschaftlicher Theorie in der Praxis nach. Sie stießen dabei auf folgende Aspekte:

die Praxis steht sicher unter einem Budgetdruck, der wissenschaftliche Untersuchungen zur Entscheidungsvorbereitung oder zum Erkenntnisgewinn nur bedingt finanzierbar macht. Allerdings scheinen auch die Geschwindigkeit bzw. Langsamkeit klassischer akademischer Forschung ein starkes Hindernis für die Akzeptanz in der freien Wirtschaft zu sein. Die Essener Kommunikationswissenschaft musste sich in der Diskussion den Vorwurf einer zu großen Distanz zu den aktuellen Fragen sowohl der Kommunikationswirtschaft (Medien, Internet, Design, Werbung, Unterhaltung u.a.) als auch der Kommunikationsbereiche der Unternehmen allgemein gefallen lassen. Allerdings wurde einer Hinwendung zur reinen Ausbildung von Berufspraktikern, wie sie an anderen Hochschulen forciert wird, von den Podiumsteilnehmern ebenfalls eine Absage erteilt. Hier sah man kritisches und intellektuelles Erkenntnispotential in Gefahr.

Überdies ist der Ansatz der Essener Kommunikationswissenschaft gerade als Alleinstellungsmerkmal in der Landschaft der bundesdeutschen Kommunikationswissenschaften zu betrachten. Reine Medienwissenschaften und Publizistikstudiengänge gibt es sozusagen en masse. Desweiteren wurde angesprochen, dass wohl der Leidensdruck der Praxis, was mangelndes Wissen über das Phänomen ‚Kommunikation‘ oder grosso modo mangelnde Kommunikationswirkung angeht, noch nicht so groß sei, dass man sich verstärkt und in einer breiteren Herangehensweise der Wissenschaft bedienen will. Dazu kommt – für eine Kommunikationswissenschaft überraschend – ein Vermittlungsproblem, insofern, als sich die Kommunikationswissenschaft schwer tut, der Wirtschaft ihr Potential zu vermitteln. Insbesondere aus dem Publikum wurde hier der Essener Kommunikationswissenschaft im Vergleich zu anderen Instituten und Universitäten ein besonderes Versäumnis vorgeworfen.

Der weit verbreitete Vorwurf der Praxisferne scheint merkwürdig insofern als explizit praxisorientierte Veranstaltungen, wie sie etwa auch von NEK angeboten werden, wenig besucht werden. Andererseits darf man in diesem Zusammenhang den angebotenen Zweig zur Unternehmenskommunikation im Fach nicht außer Acht lassen. Hier wären auch einzelne Initiativen z.B. von Mitgliedern des NEK wünschenswert. Die grundsätzliche systemimmanente Differenz, dass es Unternehmen um das Management von Kommunikationsprozessen innerhalb ihrer ökonomischen Kategorien geht, während Wissenschaft um Erkenntnisgewinn nach den Maßstäben akademischer Praxis sucht, konnte dann nur noch gestreift werden. Danach nahmen sich zwei Studierende bzw. frische Absolventen direkt der theoretischen Durchdringung der praktischen Frage nach Kommunikationswirkung an.

Als erstes stellte die Essenerin Silke Lenz ihre Untersuchung zur Rolle der Kommunikationswissenschaft innerhalb eines Kommunikationscontrollings vor. Frau Lenz hat dabei ausgehend von einer der zentralen Theorien der Essener Kommunikationswissenschaft, der Theorie Gerold Ungeheuers, ein Prozessmodell der Unternehmenskommunikation abgeleitet. Sie machte dabei deutlich, dass an dieser Stelle kommunikationswissenschaftliche Untersuchungen z.B. nach den Kategorien von Verstehen und Verständigung viel Potential im Sinne eines Controllings bieten können. Die Überführung von Erfolgen, Potentialen oder Defiziten obliegt dann wiederum einer Betriebswirtschaftslehre. Trotzdem ließ Frau Lenz auf geldwerte kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisse hoffen.

Hieran unmittelbar knüpfte – obwohl völlig unabhängig davon entstanden – die Arbeit und die Präsentation von Frau Daphne Moser von der TU Freiberg an. Frau Moser fokussierte ihre Überlegungen auf den Bereich der Unternehmensmarke als Spezialfall sowohl von Unternehmen wie auch von Unternehmenskommunikation an sich. Sie zeigte auf, dass es zahlreiche Versuche von Seiten der Betriebswirtschaft gibt, kommunikativen Unternehmenswert zu fassen, ohne dass Einheit über Vorgehen oder Modelle besteht. Frau Moser stellte den Corporate Brand Census von Taikn genau vor. Auch hier wird ein Prozessmodell aufgestellt – genauer ein Phasenmodell – aus dem in mehreren Bewertungen Erfolgsfaktoren, so genannte Markenwerttreiber, abgeleitet werden. Aus diesen Treibern wird über Indizierung ein (relativer) Markenwert gewonnen. Die möglichen Ergänzungen und Synergien zum kommunikationswissenschaftlich verankerten Ansatz von Frau Lenz waren augenfällig.

Den dritten Vortrag zur Verknüpfung von kommunikationswissenschaftlicher Theorie mit unternehmerischer Praxis lieferte Professor Guido Ipsen von der Universität Dortmund. Mit der Semiotik bot er zudem eine weitere theoretische Herangehensweise an. Professor Ipsen stellte vor, wie er mittels der semiotischen Kategorielehre und des Zeichenprozessmodells von C.S. Peirce Designprodukte, insbesondere Produktverpackungen evaluiert. Er betonte, dass die peircesche Semiotik, die er scharf von strukturalistischer Semiologie abtrennte, sich gerade durch das prozesshaft-dynamische vom statischen Strukturalismus unterscheidet und dadurch besonders für eine Wirkungsanalyse geeignet sei. Professor Ipsen kritisierte die vorherrschende begriffliche Unsauberkeit und Halbbildung, wenn es um Semiotik gehe, was dem Erfolg der Semiotik schade. In seinen Beispiele zeigte er, wie ikonische, rhematische Qualitäten oder das ‚Legizeichen-Sein‘ einer Verpackung die Kommunikationswirkung positiv oder negativ beeinflussen können. Damit wird zusätzlich zu den peirceschen Kategorien

bzw. mit ihnen auf interdisziplinäres kulturwissenschaftliches Wissen zurückgegriffen. Methodisch werde in seiner Praxis eine semiotische Untersuchung in der Regel in Kombination mit qualitativen Befragungen oder Interviews eingesetzt. Das schütze zum einen vor individuellen Fehleinschätzungen innerhalb der Kategorisierungen, zum anderen sei das ein Zugeständnis an die (noch) mangelnde Marktfähigkeit des ‚Produkts‘ Semiotik und an das Sicherheitsbedürfnis des Unternehmensmanagements.

Die schwere Aufgabe, den breiten Strauß der Inspektionen zu beschließen und auch zu bündeln, übernahm dann Dr. Carsten Ackermann von Epson in Meerbusch. Dr. Ackermann gelang es dabei, den Bogen von der Semiotik, die er ebenfalls für eines der wirkungsvollsten, wenn auch noch nicht ausgeschöpften Instrumente der Markenanalyse hält, zurück zur Unternehmensmarke zum Kommunikationsprozess, weiter zur klassischen Werbung und zu harten Maßzahlen der Erinnerungen zu schlagen, und damit von der Theorie zurück zu den praxisnahen Vorträgen des Vormittags. Er vertrat die These, dass Kommunikationswirkung im unternehmerischen Umfeld als komplexes Produkt aus inhaltlichen (semantischen bzw. semiotischen) und Prozessqualitäten zu sehen ist, das aber vor dem Hintergrund ökonomischer Möglichkeiten und Notwendigkeiten zu interpretieren ist.

Die Herausforderung liegt darin zu untersuchen, was ‚gute Werbung‘ in Anlehnung an Ungeheuers ‚gutes Gespräch‘ ist, und wie eine solche z.B. ein gesetztes Kommunikationsbudget wirkungsvoller machen kann. Wobei Dr. Ackermann darauf hinwies, dass seiner Erfahrung nach Budget und somit Präsenz ein absoluter Wirkungsfaktor sei, den inhaltliche, gestalterische oder Prozessfaktoren nur in Grenzen relativieren können, was er am Druckermarkt veranschaulichte.

Abschließend kann festgehalten werden, dass der erste NEK-Kongress eine sehr vielschichtige, manchem vielleicht zu heterogene Inspektion des Begriffs ‚Kommunikationswirkung‘ geliefert hat. Aber wer genauer zugehört und hingesehen hat, konnte die faszinierend vielen und dichten Verbindungen zwischen den Vorträgen erkennen, die zum einen erahnen lassen, wie komplex doch die Aufgabe einer kommunikationswissenschaftlichen Aufarbeitung von Wirkung von Unternehmenskommunikation sein wird, die zum anderen aber eben auch das hohe Potential einer Essener Kommunikationswissenschaft andeuten. Der Kongress hat dabei deutlich gemacht, dass Essener Kommunikationswissenschaft dabei nicht als lokale Schulbildung zu verstehen ist, sondern eine Leitidee einer offenen Denk- und Herangehensweise an Kommunikation ist, die gerade offen ist für Wissen und Fragen anderer Fächer, Fakultäten

und Professionen, die sich aber auch deswegen nicht mit dem oberflächlichen oder üblichen zufrieden gibt. Der Kongress ist aber auch eine Aufforderung, diese Fragen gemeinsam anzugehen, da sie alleine oder gar gegeneinander nicht annähernd verstanden geschweige denn beantwortet werden können.

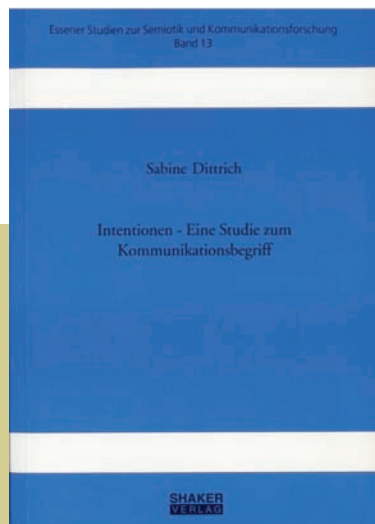
In diesem Sinne kann man gespannt auf die anvisierten Veröffentlichungen und Folgeveranstaltungen sein, denen man dann auch etwas mehr Zuspruch wünschen kann – nicht von Seiten der Referenten, hier war man gleich hochwertig besetzt, aber von Seiten der Zuhörer und Mitdiskutanten aus Studium, Lehre, Theorie und Praxis.

Klaus Bernsau
www.xing.com/profile/KlausM_Bernsau
kmb@kommunikation-kmb.de

Die Rolle der Kreativität wird einfach überschätzt! Konzepte by KMB

Zugegeben eine etwas provokante These. Aber Überraschung oder Anderssein als Selbstzweck, bloße Witzigkeit und andere Formen eitler Effekthascherei leisten keinen Beitrag zu wirksamer Kommunikation. KMB geht es um die ziel- und zielgruppenorientierte Kombination aller zur Verfügung stehenden Ideen, Mittel und Wege. Ob es alte, neue oder andere sind, ist dabei nicht wichtig, sondern es zählt allein, dass am Ende eine (noch) erfolgreichere Unternehmenskommunikation steht. Vereinbaren Sie einfach einen persönlichen Präsentationstermin und Sie werden überrascht sein, was Konzepte by KMB alles für Ihr Unternehmen bewegen können.

www.kommunikation-kmb.de
kmb@kommunikation-kmb.de



NEK-LESETIPP

Sabine Dittrich: „Intentionen - Eine Studie zum Kommunikationsbegriff“



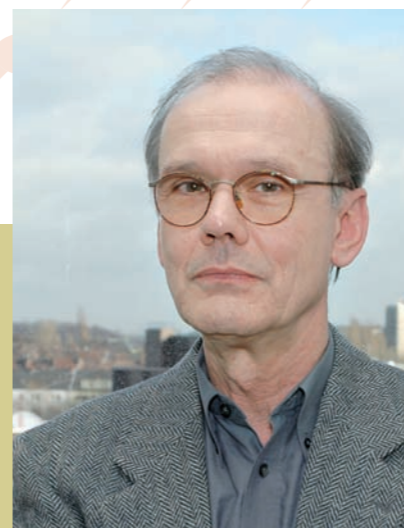
Das Vorliegen von Intentionen wird gemeinhin als dasjenige Merkmal bzw. als die spezifische Differenz angesehen, durch welche sich Handlungen von Verhalten unterscheiden. Trotz dieses weitreichenden Konsenses werden intentionalistische Handlungskonzeptionen in den empirischen Sozialwissenschaften wie auch in philosophischen Handlungstheorien mitunter argwöhnisch betrachtet. Schließlich ist es unbestritten, dass Intentionen zur Innenseite des Menschen gehören, und daher einer empirischen Untersuchung nicht - bzw. nur durch Äußeres vermittelt und somit niemals unverfälscht - zugänglich sind. Zudem wird moniert, dass intentionalistische Ansätze primär auf zweckrationale Handlungen rekurrieren und somit eine prinzipielle Idealisierung vornehmen: Es sei fraglich, wie rational, wie bewusst und wie zielstrebig unser Handeln im Alltag tatsächlich angelegt ist.

Was nun für Handlungen im Allgemeinen gilt, lässt sich ebenso auf Kommunikation beziehen. Will man nicht gemäß Watzlawicks berühmter Formel, dass man nicht nicht kommunizieren könne, jegliches Verhalten als Kommunikation qualifizieren, müssen Intentionen berücksichtigt werden, wodurch gleichsam Kritik heraufbeschworen wird: So wurde insbesondere durch Luhmanns Theorie sozialer Systeme wiederholt nahegelegt, dass Kommunikation als soziale Einheit nicht auf individuelle Bewusstseinsakte reduziert werden dürfe, dass also soziale und psychische Systeme in weitreichendem Maße als unabhängig voneinander betrachtet werden müssten. Handlungsmotive, die die Akteure ohnehin der Situation entnähmen und dies oftmals erst nachträglich, seien für die Kommunikation schlichtweg inexistent, solange sie nicht mitgeteilt und prozessiert würden. Zwar könne bei sprachlicher Kommunikation eine Intention zur Kommunikation vorausgesetzt werden, aber

die individuelle Mitteilungsentention stiftet nicht den Sinn der Mitteilung innerhalb des sozialen Systems.

Hiermit ist ein wichtiger Grundstein gelegt, Kommunikation und kommunikativen Handlungssinn als genuin soziale Phänomene anzuerkennen. Andererseits greift Luhmanns Kommunikationskonzept für eine Kommunikationswissenschaft, die nach den Bedingungen von Verständigung fragt, zu kurz: Das Prozessieren eines irgendwie verstandenen Handlungssinnes darf in diesem Rahmen nicht genügen, ließe sich anhand dessen doch nur feststellen, dass die Kommunikation fortgesetzt wurde, nicht jedoch, wie erfolgreich sie im Sinne einer wechselseitigen Verständigung verlaufen ist. Es stellt sich der Kommunikationswissenschaft daher die Aufgabe, einen Kommunikationsbegriff zu entwerfen, der sowohl die Sozialität des Kommunizierens vollends anerkennt als auch zugehörige Erfolgskriterien zu benennen vermag. Von der Auseinandersetzung mit Luhmanns Systemtheorie ausgehend und im Rückgriff auf soziologische (Weber, Schütz) und philosophische (Bratman) Handlungstheorien sowie Theorien des Meinens (Grice), Verstehens (Sperber, Wilson) und Kommunizierens (Ungeheuer, Meggle) wird in der vorliegenden Arbeit für die Relevanz eines komplexen Gefüges von modifizierbaren, relationalen Intentionen der Sprecher und Hörer argumentiert. Auf diese Weise soll die adäquate Begriffsbestimmung von gesprächsförmiger Kommunikation als wir-intentionaler Gemeinschaftshandlung vorangetrieben werden. Zugleich wird dabei die Relevanz der multiplen, dynamischen Intentionen für die Koordination des Kommunikationsprozesses durch die Akteure aus kommunikativer Perspektive entfaltet.

Über die Autorin: Sabine Dittrich studierte Kommunikationswissenschaft, Philosophie und Anglistik. Derzeit ist sie Promovendin der Kommunikationswissenschaft und wissenschaftliche Hilfskraft am Zentrum für Interdisziplinäre Studien an der Universität Duisburg-Essen. Zu ihren Arbeitsschwerpunkten zählen Theorien der Kommunikation in Dyaden und Kleingruppen sowie Kommunikationstrainingskonzepte. Für die der vorliegenden Publikation zugrundeliegende Arbeit Zur kommunikationswissenschaftlichen Relevanz eines intentionalen Kommunikationsbegriffs wurde ihr seitens des Fachbereichs Literatur- und Sprachwissenschaften der Preis für die semesterbeste Magisterarbeit verliehen.



NEK-AUSZEICHNUNG

Ausgezeichneter Netzwerker



Als erstes NEK-Mitglied wurde Professor Dr. H. Walter Schmitz die Ehrenurkunde verliehen. Schmitz hatte im Jahre 1999 die Gründung des Netzwerks Essener Kommunikationswissenschaft initiiert – zu einer Zeit, in der sich wahrlich kaum jemand an deutschen Hochschulen mit Alumni-Arbeit beschäftigte. Dieser Weitblick hat NEK in den mehr als sieben Jahren seines Bestehens als eingetragener Verein zu einer herausragenden Organisation an der Universität Duisburg-Essen gemacht.

In dieser gesamten Zeit hat Schmitz das Netzwerk in vielfältiger und vorbildlicher Weise unterstützt – als weiser Ratgeber, als Akteur in vielen Veranstaltungen und auch in logistischer Hinsicht. Sein Einsatz und Engagement für den Verband sind überall sichtbar. Wir gratulieren zur Ehrenmitgliedschaft und freuen uns auf viele weitere Jahre der guten Zusammenarbeit!

Prof. Dr. H. Walter Schmitz ist seit 1992 Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Duisburg-Essen.



Impressum:

Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichungen kann trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion vom Herausgeber nicht übernommen werden. Kein Teil dieser Publikation darf ohne die ausdrückliche schriftliche Genehmigung des entsprechenden Autors in irgendeiner Form reproduziert, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Auflage: 700 Exemplare
Hrsg: Netzwerk Essener Kommunikationswissenschaft e.V.
Universitätsstr. 12 45117 Essen
V.i.S.d.P.: Sebastian Meißner
Layout: Lisa Bucher bucher.lisa@gmail.com
Druckerei: www.print24.de