

Call for Papers

Interne Kommunikation im Wandel Theoretische Konzepte und empirische Befunde

21. Jahrestagung 2014 der Fachgruppe PR/Organisationskommunikation der
Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPuK)

30. Oktober bis 1. November 2014, Hochschule Pforzheim

Einreichungsschluss für Abstracts: 15. Mai 2014

Interne Kommunikation ist ein Feld, das sowohl von der Public Relations- als auch der Organisationskommunikationsforschung bearbeitet wird: Im Sinne von „Internal Relations“ bezeichnet der Begriff die Kommunikation eines Unternehmens mit seinen Mitarbeitern bzw. allgemeiner einer Organisation mit ihren Mitgliedern. Im breiteren Verständnis erfasst er die gesamte formale und informelle Kommunikation, die innerhalb einer Organisation auf den verschiedenen Ebenen stattfindet.

Im deutschsprachigen Raum erfährt interne Kommunikation als Forschungsfeld verstärkte Aufmerksamkeit. Die kommunikationswissenschaftliche Theoriebildung konnte aber mit dem Tempo, in dem sich die Praxis unter dem Eindruck des sozialen, ökonomischen und medialen Wandels verändert hat, nicht Schritt halten. In vielen Organisationen hat sie in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen – ein Trend, der nach Ansicht von Kommunikationsfachleuten weiter anhalten wird (Zerfaß et al 2011). Verantwortliche für interne Kommunikation nehmen eine zunehmende Komplexität in Unternehmen und in deren Umfeld wahr (Spachmann/Huck-Sandhu 2013): Die Ansprüche und Erwartungen der Mitarbeiter an Kommunikation steigen. Die Grenzen zwischen „innen“ und „außen“ verschwimmen spätestens mit Social Media immer stärker (ebd.). In der Folge verändern sich nicht nur Funktionen und Ziele der internen Kommunikation, sondern auch ihre Rolle und Einbindung in die gesamten Kommunikationsprozesse einer Organisation. So sehen etwa Buchholz und Knorre (2012: 35ff.) die Kernfunktion der Kommunikationsarbeit darin, Organisationsmitgliedern in Zeiten volatiler Rahmenbedingungen Orientierungssicherheit zu bieten.

Für die PR- und Organisationskommunikationsforschung entstehen neue Anknüpfungspunkte, während zugleich viele Grundfragen, mit denen sie sich bislang nur ansatzweise beschäftigt hat, weiter fortbestehen. Ziel der Jahrestagung ist es, aktuelle Entwicklungen in der internen Kommunikation zu thematisieren und in ihrer Bedeutung für das Forschungsfeld zu diskutieren. Die Tagung will eine Plattform für theoretische und empirische Arbeiten sowie für neue und kritische Perspektiven auf Kernfragen der internen Kommunikation bieten. Die folgenden sieben Themenblöcke bilden den Rahmen hierfür:

1. Zwischen Organisationskommunikation und PR: Welche Position nimmt die interne Kommunikation in der PR- und Organisationskommunikationsforschung ein? Wo bestehen Forschungslücken? Wie lässt sich die interne Kommunikation unter dem Eindruck jüngerer Entwicklungen beschreiben? Tragen bestehende Verständnisse auch in Zeiten des Wandels oder ist eine Neudefinition notwendig? Wie lässt sich interne Kommunikation aus Perspektive unterschiedlicher Theorien modellieren? Welchen Beitrag kann dabei die PR-Forschung und welchen die Organisationskommunikationsforschung leisten? Wo bestehen Schnittmengen, wo zeigen sich Widersprüche? Wie beeinflussen unterschiedliche Organisationsverständnisse das Verständnis von interner Kommunikation?

2. Zwischen Innen und Außen: Wie (un-)durchlässig sind organisationale Grenzen? Inwiefern haben sich Funktionen, Ziele und Bezugsgruppen, aber auch Strukturen und Prozesse der internen Kommunikation verändert? Wie beeinflusst externe Kommunikation die interne Kommunikation und umgekehrt? Verschwimmen Grenzen zwischen „innen“ und „außen“ – lösen sie sich in bestimmten Bereichen gar ganz auf? Welchen Einfluss haben dabei insbesondere die sozialen Medien? Wann und wie wird interne Kommunikation nach außen getragen, z. B. durch Mitarbeiter? Inwiefern fließen externe Entwicklungen z. B. über eine systematische Umweltbeobachtung in die Kommunikationsarbeit ein? Wie sehen Grenzformen interner Kommunikation, z. B. in neuen Organisationsformen wie Netzwerken oder Clustern, aus?

3. Zwischen Management und Mitarbeitern: Wie schlagen sich Aspekte wie Macht, Hierarchie und Abhängigkeit in der internen Kommunikation nieder? Bildet die Dichotomie zwischen „oben“ und „unten“ die Praxis interner Kommunikation adäquat ab – oder bedarf es angesichts kultureller und technologischer Änderungen neuer Rahmungen? Wie stark lässt sich interne Kommunikation überhaupt „steuern“? Inwiefern unterliegt sie dem strategischen Kommunikations-Controlling oder herrschen nicht hinterfragte Wirkungsannahmen vor? Wo verlaufen Grenzlinien, etwa zur Führungs-, Regel- oder Netzwerkkommunikation? Wie lässt sich interne Kommunikation in den größeren Kontext der Organisationskommunikation einbetten?

4. Zwischen Tradition und Innovation: Welche Funktionen und Ziele, welche Strukturen und Prozesse kennzeichnen die interne Kommunikation heute – und wie haben sie sich in den letzten Jahren und Jahrzehnten verändert? Welche Instrumente und Medien werden eingesetzt? Wie haben sich Digitalisierung und Ökonomisierung in Kommunikationsarchitektur und -kultur, v. a. im Intranet niedergeschlagen? Inwiefern haben sich dadurch Rolle, Funktion und redaktionelle Kontexte der traditionellen internen Medien, z. B. der Mitarbeiterzeitschrift verändert? Welche Unterschiede zeigen sich hier z. B. nach Organisationstyp, -größe oder Kommunikationskultur? Welche innovativen Lösungen oder Instrumente existieren in der Praxis – bzw. in welchem Bereich bestünde Bedarf?

5. Zwischen Abhängigkeit und Eigenständigkeit: Wie ist interne Kommunikation organisiert? Wovon hängen Zuordnung, Ressourcenausstattung, Kompetenzen etc. ab und wie machen sie sich im Ergebnis bemerkbar? Welchen Beitrag leistet sie z. B. zum Strategieprozess in Organisationen? Wie ist der Status Quo bei Professionalisierung und Selbstverständnis? Wo erfolgt die Grenzziehung (oder Kooperation) mit anderen Disziplinen wie z. B. Personal, Management oder Controlling? Welcher fachliche Hintergrund und welche Kompetenzen liegen bei den handelnden Akteuren vor und wie gestaltet sich deren Arbeitsteilung? Und: Welchen Anteil haben externe Berater, z. B. Organisationsentwicklung oder Kommunikationsberatung, auf die Konzeption und Umsetzung interner Kommunikation?

6. Zwischen Passiv und Aktiv: Welche Ansprüche und Erwartungen haben Mitarbeiter heute an interne Kommunikationsprozesse? Welche Rolle spielen Rückkanäle in die zentralen Medien und Austauschprozesse zwischen Mitarbeitern? Wie gestaltet sich Dialogkommunikation? Auf welche Weise und über welche Kanäle können Mitarbeiter selbst aktiv kommunizieren, und welche Rolle spielt dabei interne Kommunikation, z. B. als Coach oder Enabler? Welche Leistungen erbringt sie für Mitarbeiter und Führungskräfte? Wie hat sich das Mitarbeiterbild in der internen Kommunikation verändert?

7. Zwischen Anspruch und Wirklichkeit: Welche paradigmatischen Annahmen liegen der Kommunikation in Organisationen zugrunde? Welche Bilder von der Organisation werden im Rahmen interner Kommunikation vermittelt? Wie sieht die Praxis interner Kommunikation in Organisation, Non-Profit-Organisationen, Behörden etc. aus? Welche empirischen Ergebnisse liegen für die Kommunikator-, Rezipienten- und inhaltliche Perspektive vor? Welche Ziele verfolgen z. B. Kommunikationsfachleute, welche Strategien und Techniken setzen sie ein? Welche Ansprüche und Erwartungen haben unterschiedliche Bezugsgruppen an die Kommunikation? Wie nutzen und bewerten sie Instrumente und Medien? Welche Methoden eignen sich besonders zur Erforschung der internen Kommunikation?

Begrüßt werden Beiträge der PR- und Organisationskommunikationsforschung sowie aus angrenzenden Disziplinen wie z. B. Organisationsforschung, -soziologie, -psychologie, Managementforschung und Personalwesen. Theoretische Beiträge sind ebenso willkommen wie Ergebnisse aus qualitativen und quantitativen Studien sowie Befunde aus der Bearbeitung und Begleitung von Projekten in der Praxis. Zudem sind Beiträge erwünscht, die quer zu den o. g. Blöcken liegende Forschungsfragen beleuchten oder innovative Perspektiven auf das Feld eröffnen.

Einreichung von Themenvorschlägen

Beiträge zum oben beschriebenen Tagungsthema können in deutscher oder englischer Sprache eingereicht werden. Forschungsberichte aus übergreifenden Vorhaben (soweit noch nicht veröffentlicht) sind willkommen. Vortragsvorschläge mit konkretem Bezug zum Tagungsthema sollten einem der oben genannten Themenfelder zugeordnet und auf eine Vortragsdauer von maximal 20 Minuten ausgelegt sein. Sie sind als Abstract [ca. 4.000 bis 5.000 Zeichen inkl. Leerzeichen; aufgeteilt in a) Deckblatt mit Vortragstitel, Name/n und Kontaktangaben sowie b) anonymisierter Textteil mit Vortragstitel – bitte auch die automatischen Dateiinformationen anonymisieren!] bis zum 15. Mai 2014 als PDF-Dokumente per Email einzureichen an simone.huck-sandhu@hs-pforzheim.de.

Bei den Tagungsbeiträgen muss es sich um Originalbeiträge handeln, die bisher in der Form nicht veröffentlicht oder auf einer Tagung präsentiert wurden. Dies ist auf dem Deckblatt ausdrücklich zu erklären. Allerdings ist es möglich, aus bereits publizierten und präsentierten Arbeiten einzelne Aspekte herauszugreifen, um sie in einem neuen Zusammenhang vertiefend zu bearbeiten. Diese Vorgehensweise muss aus dem Abstract hervorgehen. Das Abstract soll explizit auf die folgenden Aspekte eingehen: (a) Ziel des Beitrages, (b) detaillierte Informationen zum Methodendesign (insbesondere Angaben zur Fallzahl sowie dazu, in welchem Stadium sich die Studie zum Zeitpunkt der Abstract-Einreichung befindet und welche Ergebnisse bei der Tagung realistisch betrachtet vorgestellt werden sollen) sowie (c) eine Begründung, warum der Beitrag einen relevanten Erkenntnisfortschritt im jeweiligen Diskurs darstellt.

Mit der Einreichung erklären sich alle Autoren bereit, im Falle einer Akzeptanz des Vorschlags an der Tagung teilzunehmen. Eine durchgehende Anwesenheit aller genannten Referenten wird im Sinne eines fruchtbaren inhaltlichen Diskurses erwartet. Die Präsentationen sollen auf max. 20 min ausgelegt sein. Es ist vorgesehen, die Beiträge in einem Tagungsband zu publizieren. Um eine zeitnahe Erscheinung sicherzustellen, wird die Deadline für die Beiträge bereits kurz nach der Tagung sein.

Die Auswahl der Tagungsbeiträge erfolgt in einem anonymen Peer-Review-Verfahren durch jeweils zwei Gutachter. Es gelten die in der DGPUK üblichen Auswahlkriterien (Bezug zum Tagungsthema, theoretische Fundierung, Relevanz der Fragestellung, Originalität, Angemessenheit der Methode bzw. Vorgehensweise, Klarheit und Prägnanz der Darstellung).

Zeitplan

Die Ergebnisse des Reviewverfahrens werden allen Einreichenden bis zum 30. Juni 2014 bekannt gemacht. Das Programm wird voraussichtlich bis zum 15. Juli 2014 veröffentlicht. Zu diesem Zeitpunkt folgen dann auch alle weiteren Informationen zum Tagungsort, zu den Kosten und zu Hotelvorschlägen und flankierenden Aktivitäten. Die Tagung wird am Donnerstag, den 30. Oktober 2014 um 19.00 Uhr mit einem Get-Together beginnen und am Samstag, den 1. November 2014, gegen Mittag enden. Tagungsort ist die Hochschule Pforzheim.

Tagungsleitung

Prof. Dr. Simone Huck-Sandhu
Katrín Hassenstein M.A.
Hochschule Pforzheim
Tiefenbronner Straße 65
75175 Pforzheim
Tel.: +49 (0)7231 28-6598
simone.huck-sandhu@hs-pforzheim.de
www.hs-pforzheim.de