



Virtualisierung von Stakeholder-Dialogen

Untersuchung von Herausforderungen und Erfolgsfaktoren am Beispiel von Nachhaltigkeitsdialogen

Leitung: Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Universität Leipzig

Laufzeit: 01.01.2021 – 31.12.2021

Problemstellung und Relevanz

Die Organisation von Stakeholder-Dialogen ist in der Kommunikationspraxis seit vielen Jahren etabliert. Viele Unternehmen nutzen den persönlichen, vertraulichen und themenzentrierten Austausch mit externen Interessensträgern in geschützten Räumen zum Beziehungsaufbau, zum Kennenlernen anderer Positionen und zur Vorklärung von Handlungsoptionen. Know-how dazu gibt es sowohl in Kommunikations- und CSR-Abteilungen (z. B. bei BASF, Bayer, Bosch, Schäffler) als auch bei spezialisierten Dienstleistern (z. B. IFOK Berlin, IMUG Hannover).

Bei Stakeholder-Dialogen handelt es sich um Kommunikationsformate, die zentral für die Legitimation und damit für die strategischen Erfolgspotenziale eines Unternehmens sind. Aktuell zeigt sich dabei eine doppelte Herausforderung: einerseits wird Nachhaltigkeit als zentrales Thema im Austausch mit etablierten und neuen Stakeholdern (z. B. Fridays for Future) immer wichtiger, z. B. mit Blick auf die künftigen Rahmenbedingungen für die deutsche Wirtschaft; andererseits wird der persönliche Austausch während der Pandemie erschwert und es müssen digitale Ersatzformate entwickelt werden.

Ziele der Studie

Ausgehend von dieser Problemstellung ergibt sich die Forschungsfrage: *Wie lassen sich Stakeholder-Dialoge erfolgreich virtualisieren?* Diese Fragestellung soll am Beispiel von Nachhaltigkeitsdiskursen beantwortet werden. Hierzu werden bereits heute Dialoge geführt, u. a. zur Reduktion des CO₂-Ausstoßes bei der Produktion oder im Vertrieb, zum Tierschutz, zum Einsatz erneuerbarer Energien und viele mehr. Die Erkenntnisse zu virtuellen Stakeholder-Dialogen lassen sich zudem auf weitere Themen (z. B. Infrastruktur- und Standortthemen), übertragen und sollen im Ausblick generalisiert werden. Die Ziele der Studie sind a) die Dimensionen und Voraussetzungen zu erfassen, um Stakeholder-Dialoge zu virtualisieren; b) eine allgemeine Übersicht zu Prozessen und Erfolgsfaktoren für virtuelle Stakeholder-Dialoge zu erstellen; c) die Grenzen virtueller Stakeholder-Dialoge zu identifizieren.

Forschungsdesign

Zum Jahresbeginn soll zunächst ein Überblick des aktuellen Wissensstands geschaffen werden. Dabei werden einerseits Prozesse und Erfolgsfaktoren für Stakeholder-Dialoge identifiziert und systematisiert und zum anderen die Dimensionen und Voraussetzungen für die Virtualisierung von Dialogkommunikation herausgearbeitet. Hierfür ist eine interdisziplinäre Literaturanalyse notwendig.

Ab April 2021 sind Experteninterviews mit verantwortlichen Personen in Unternehmenskommunikation-, CSR- oder Public-Affairs-Abteilungen geplant, die Stakeholder-Dialoge durchführen bzw. sich künftig damit auseinandersetzen möchten. Konkret sollen die Befragten sich im ersten Schritt zu Einflussfaktoren und Gestaltungsmöglichkeiten für das bereits bekannte Format der Stakeholder-Dialoge äußern. Diese Ergebnisse werden dann gemeinsam diskutiert, inwiefern sich Faktoren und Bedingungen durch Virtualisierung verändern.



Eigene Erfahrungen mit virtuellen Dialogen sind daher nicht notwendig. Die gemeinsame Diskussion im Forschungsprozess hat den Vorteil, dass konkrete Ergebnisse im Austausch mit Expert:innen geschaffen werden und Wissen gebündelt wird.

Zentral für die erfolgreiche Durchführung der Studie ist die Stichprobe. Diese soll möglichst breit und heterogen zusammengesetzt sein. Dazu sollen neben Expert:innen aus Unternehmen (insb. Kommunikatoren an der Schnittstelle zu Nachhaltigkeitsfragen) auch Berater:innen und Wissenschaftler:innen gehören.

Ergebnisse

Im Kontext der Akademischen Gesellschaft sollen die Ergebnisse sowohl für die Leitungsebene als auch für die Mitarbeiter:innen der Kommunikations- und CSR-Abteilungen aufbereitet werden. Zum einen wird zum Projektabschluss ein Ergebnisbericht publiziert, der einen kompakten Überblick mit Handlungsempfehlungen gibt. Zum anderen sollen die Ergebnisse vertiefend mit interessierten Unternehmensvertreter:innen diskutiert werden – beispielsweise bei einem (virtuellen) Expertenworkshop. Weiterhin sollen die Kernaussagen in Branchenmedien veröffentlicht werden.

Im wissenschaftlichen Kontext sind Konferenzbeiträge und Journal-Publikationen im Bereich Kommunikationsmanagement ebenso wie im Bereich CSR, Nachhaltigkeitsmanagement und Business Ethics denkbar. Die aktuelle Renaissance von Stakeholder-Dialogen, die Dringlichkeit der Virtualisierung und die vorgesehene Methodik machen die Ergebnisse vielfach interessant.

Mitwirkung und Mehrwert für die Unternehmenspartner der Akademischen Gesellschaft

Die Förder:innen sind eingeladen, an der Studie teilzunehmen indem verantwortliche Personen benannt werden und und umso durch die Teilnahme am Ergebnisprozess zu profitieren. Sie bekommen vorab Einblicke zur Virtualisierung von Stakeholder-Dialogen und können diese durch das Einbringen der unternehmensspezifischen Erfahrungen mitgestalten.

Alle Förder:innen erhalten Zugang zu den Ergebnissen in Form einer Broschüre und die Möglichkeit die Ergebnisse im Rahmen eines Expertenworkshop zu vertiefen. Darüber hinaus lassen sich ggf. auch Unternehmensbesuche, Hintergrundgespräche, Transfer- und Vertiefungsprojekte realisieren.

Ansprechpartner

Daniel Ziegele, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaften, Universität Leipzig
Tel.: +49 341 97 35050; E-Mail: daniel.ziegele@uni-leipzig.de