



AKADEMISCHE GESELLSCHAFT
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

Nähe trotz digitaler Distanz

Neue Ansätze für die externe Kommunikation

Prof. Ulrike Röttger, 25. November 2022



Deutsche Telekom AG ✓

@deutschetelekom · Telecommunication corp

Home About Videos Photos More ▾

About

See all

i Hier gibt's Aktuelles über die Deutsche Telekom. Bei Fragen zu Produkten und Services: www.facebook.com/telekomhilft (Impressum: www.telekom.com/impressum)

👍 116,083 people like this including 7 of your friends

📁 127,867 people follow this

Deutsche Telekom AG ✓
4d · 🌐

Sportpaket oder lieber die Grundausstattung? Netzgeschichten-Moderatorin Toni Scheurlen stellt sich ihr nächstes Auto mithilfe von Augmented Reality zusammen. 🚗 💖

sieht so ein virtuelles Auto halt ziemlich echt aus.

TONI SCHEURLEN
Moderatorin
0:14 / 4:11

10 5 Comments 16 Shares

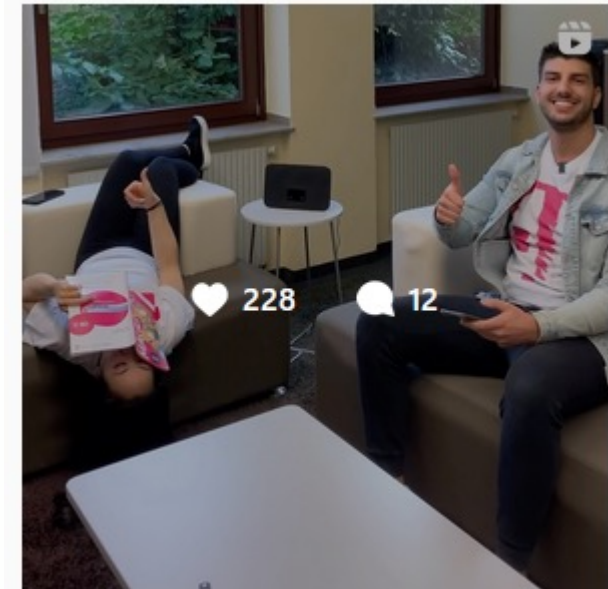
Jürgen Krenkler
seit heute wird man vom Kundenservice aus Ludwigshafen als Arschloch bezeichnet. Daher werde ich dass einzige vernünftige tun und die ganze Verträge die ich bei der Telekom habe Kündigen
Like Reply 1d

Deutsche Telekom AG ✓
Guten Abend, solch ein Verhalten tolerieren wir nicht. Es tut mir leid, dass Sie dieses Serviceerlebnis durchmachen mussten. Möchten Sie mir bitte via PN -> <http://m.me/telekomhilft> schildern, was genau vorgefallen ist? Und um welches Anliegen ging es ... See more

Telekom-hilft
Product/service
Like Reply 1d

Yvonne Rixx
Die Werbung gegen Hass,der Text 🙄 einfach nur widerlich. Kein Wunder,das die Jugend von heute immer mehr Respektlos wird.🙄🙄🙄🙄
Like Reply 4d

Deutsche Telekom AG ✓
Mit dem Spot wollen wir auf das Thema Hass im Netz aufmerksam machen und Hass ist leider an vielen Stellen im Netz an der Tagesordnung. Es gibt viele, die Hass verbreiten und wenige die sich laut dagegen aussprechen. Deswegen steht der Spot für mehr di... See more
Like Reply 3d



Digitale Beziehungen

- In digitalen Kommunikationsarenen gewinnen Rezipient*innen an Bedeutung und die Ansprüche an Unternehmen verändern sich
 - “Audiences demand an active, participative role in the communication process” (Ferguson, 2017, p. 323).
 - Auch unerwünschtes Verhalten wie z.B. dark participation gewinnt an Bedeutung (Winterlin et al., 2020)
 - Nutzende agieren vermehrt untereinander (in Netzwerken) (O’Connor & Shumate, 2018; Yang & Saffer, 2019)



Wie gestalten Unternehmen digitale Beziehungen?

Welchen Nutzen bergen digitale Beziehungen für Unternehmen?

Wie können Unternehmen den Partizipations-Ansprüchen gerecht werden?

Wie kann Stakeholder-Nähe unerwünschte Kommunikation reduzieren?

Welche Vorteile lassen sich durch Stakeholder-Nähe erzielen?

Welche Formate eignen sich um intensiven Kontakt aufbauen zu können?

Potentielle Formate

Virtuelle Stakeholder-Dialoge (Ziegele et al. 2022)

Metaverse (Hollensen et al. 2022; Buhalis et al. 2022)

Geschlossene Kommunikationsräume (Rettler et al. 2023)

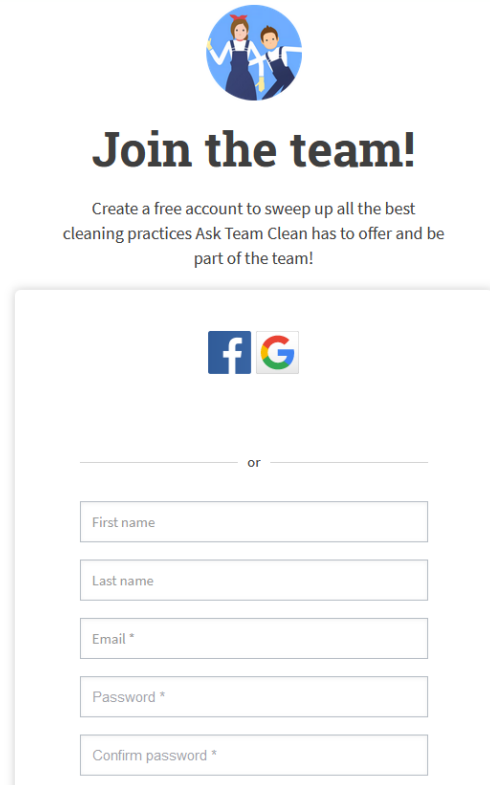



AKADEMISCHE GESELLSCHAFT
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION



Being close by being closed?

*Potenziale geschlossener Kommunikationskanäle für die
Gestaltung digitaler Beziehungen und Communities*

Beispiele geschlossener Kommunikationskanäle




Join the team!
Create a free account to sweep up all the best cleaning practices Ask Team Clean has to offer and be part of the team!

_____ or _____

First name

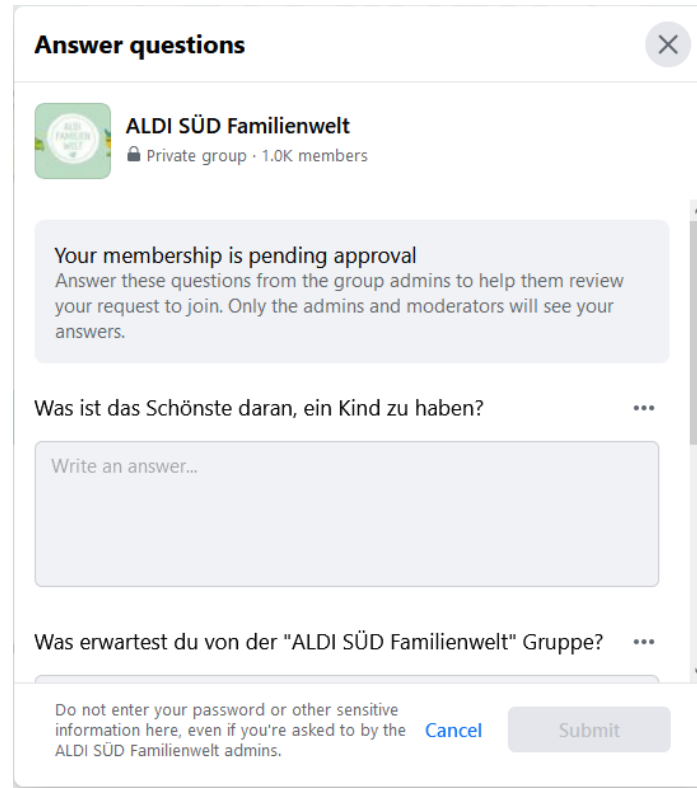
Last name

Email *


Password *

Confirm password *

Own-domain-channels



Answer questions ✕

 **ALDI SÜD Familienwelt**
Private group · 1.0K members

Your membership is pending approval
Answer these questions from the group admins to help them review your request to join. Only the admins and moderators will see your answers.

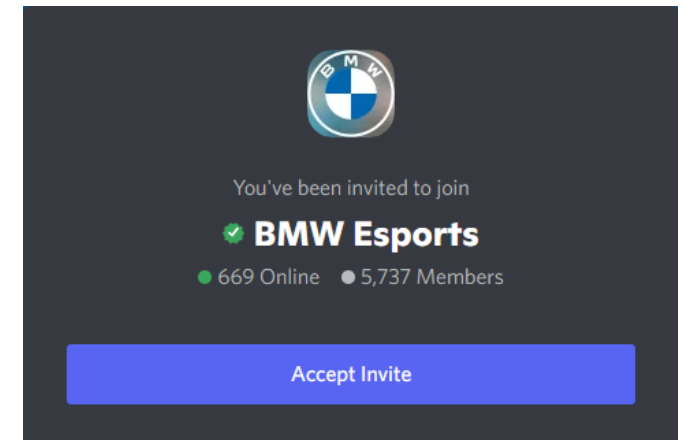
Was ist das Schönste daran, ein Kind zu haben? ...


Write an answer...

Was erwartest du von der "ALDI SÜD Familienwelt" Gruppe? ...


Do not enter your password or other sensitive information here, even if you're asked to by the ALDI SÜD Familienwelt admins. [Cancel](#)



Closed groups on open platforms





You've been invited to join

 **BMW Esports**

 669 Online  5,737 Members

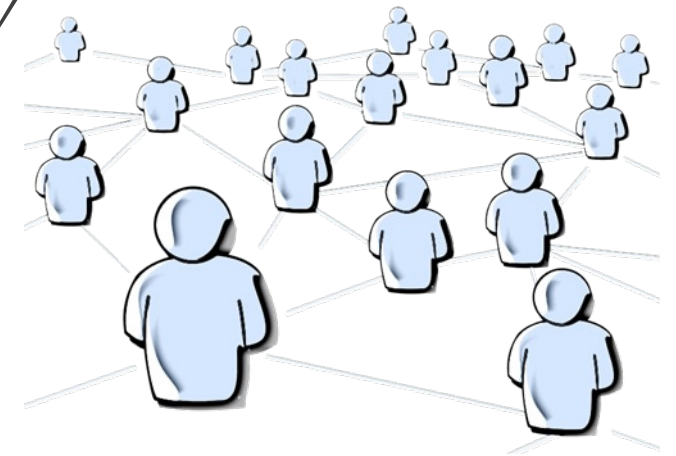
Third-party-channels

Social Capital Ansatz zur Einordnung von Beziehungen

- Mit Blick auf PR kann Social Capital bezeichnet werden als *“ability organizations have to create, maintain, and use relationships to achieve organizational goals”*

(Hazleton & Tydings, 2021, S. 489)

- Social Capital besteht aus zwei Komponenten (Bourdieu, 1986):
 - Der Anzahl an Beziehungen einer Entität (Quantität)
 - Die möglichen Ressourcen die einer Entität durch die Beziehung zugänglich werden (Qualität)



Organisationale Vorteile durch geschlossene Kanäle

- In geschlossenen Kommunikationskanälen eher wenig Beziehungen (**Quantität**), diese sind dafür in der Regel enger (**Qualität**)
- **Nähe** in den Beziehungen zur Organisation und zwischen Nutzenden
- Kommunikation als **produktiv** und **positiv** beschrieben
- **Unerwünschtes Verhalten** (trollen, Hasskommentare, etc.) wird als verschwindet gering beschrieben
 - Möglicher Erklärungsgrund: **Zugangsbeschränkungen**
- Kanäle ermöglichen Zugang zu bestimmten Ressourcen, die sonst vielleicht verwehrt blieben (z.B. **hohes Innovationspotential**)



Abschließende Thesen

Die Pflege qualitativ hochwertiger digitaler Beziehungen wird zu Unrecht oft vernachlässigt.

Nähe aufzubauen bedarf einen regelmäßigen, reziproken und ausgeprägten Kontakt.

Auch die Orchestrierung des Kontakts von Nutzenden untereinander muss von der Unternehmenskommunikation stärker beachtet werden.



AKADEMISCHE GESELLSCHAFT
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Kontakt

Prof. Ulrike Röttger

Lennart Rettler

Institut für
Kommunikationswissenschaft

Institut für
Kommunikationswissenschaft

ulrike.roettger@uni-
muenster.de

lennart.rettler@uni-
muenster.de

Literatur

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–258). Greenwood.
- Buhalis, D., Lin, M. S. & Leung, D. (2022). Metaverse as a driver for customer experience and value co-creation: implications for hospitality and tourism management and marketing. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2022-0631>
- Ferguson, S. D. (2017). Audience-Centered Approaches to Strategic Planning: Accessing Social Capital Through Sharing Platforms on Social Media. In N. Pfeffermann & J. Gould (Eds.), *Strategy and Communication for Innovation* (pp. 317–330). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-49542-2_19
- Hollensen, S., Kotler, P. & Opresnik, M. O. (2022). Metaverse – the new marketing universe. *Journal of Business Strategy*. Vorab-Onlinepublikation. <https://doi.org/10.1108/JBS-01-2022-0014>
- O'Connor, A., & Shumate, M. (2018). A Multidimensional Network Approach to Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 399–416. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1452242>
- Rettler, L., Röttger, U., & Viertmann, C. (2023). Being close(d). How community management on closed communication channels contributes to social capital. (*Communication Insights*, Issue 17). www.academic-society.net
- Stieglitz, S., Zerfass, A., Ziegele, D., Clausen, S., & Berger, K. (2022). Communications Trend Radar 2022.: Language awareness, closed communication, gigification, synthetic media & cybersecurity (*Communication Insights*, Issue 14). Academic Society for Management & Communication.
- Wintterlin, F., Schatto-Eckrodt, T., Frischlich, L., Boberg, S., & Quandt, T. (2020). How to Cope with Dark Participation: Moderation Practices in German Newsrooms. *Digital Journalism*, 8(7), 904–924. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1797519>
- Yang, A., & Saffer, A. J. (2019). Embracing a network perspective in the network society. *The Dawn of a New Paradigm in Strategic Public Relations*, 45(4). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101843>
- Ziegele, D., Kurtze, H. & Zerfaß, A. (2022). Zwischen Aufbruch und Konvention. Grundlagen und Grenzen virtueller Stakeholder-Dialoge in der strategischen Kommunikation von Organisationen. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*, 70(4), 383–403. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2022-4-383>