



Forschungsstelle der DIPLOMA Hochschule
Verantwortungsorientierte Kommunikation

Ansprechpartner:



Prof. Dr. Karla Sponar
Leiterin Forschungsstelle VK
Dekanin „Medienwirtschaft
und Medienmanagement“

Medienwirtschaft@diploma.de
forschung-vk@diploma.de
Tel.. 05652. 58 777-18



Dr. Andreas W. Hohmann
Leiter Marketing-Archiv
stv. Leiter Forschungsstelle VK
Dozent für Medienwirtschaft
und Marketing für NGOs und Initiativen

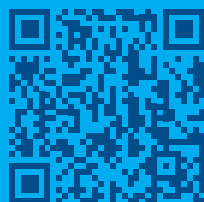
forschung-vk@diploma.de



Forschungsstelle
**„Verantwortungsorientierte Kommunikation“
und Marketing-Archiv**

**im Studiengang
„Medienwirtschaft und Medienmanagement“
DIPLOMA Hochschule –
University of Applied Sciences**

DIPLOMA Hochschule - Hauptsitz Bad Sooden-Allendorf
Am Hegeberg 2, 37242 Bad Sooden-Allendorf



→ www.diploma.de/forschung-vk-medienwirtschaft



Private staatlich anerkannte Hochschule
University of Applied Sciences

Forschungsstelle „Verantwortungsorientierte Kommunikation“

Handeln in komplexen Industrie-
gesellschaften ist risiko- und konfliktreich.
Dabei wächst der Vermittlungsbedarf in der Öffent-
lichkeit in allen Bereichen des Lebens und Wirtschaftens. Wenn
Kommunikation auf Verständigung zielt, sind Verantwortung und Vertrauen
Hauptprinzipien in der Kommunikation. Auch PR und Marketing werden daran
gemessen.

Diese Forschungsstelle will Analysen zur Kommunikation unter diesen Aspek-
ten in verschiedenen Bereichen anstoßen. Damit ergeben sich umfassende
Möglichkeiten, die Verantwortung der Kommunikation auf Mikro, Meso- und
Makroebene zu untersuchen, sowie dabei kulturelle, soziale, wirtschaftsethi-
sche und politische Bezüge herauszuarbeiten.
Zu einem wichtigen Forschungsanliegen zählt beispielsweise das Interesse
an der Frage: Inwieweit die PR nicht nur gesellschaftliche Verantwortung
wahrnehmen, sondern sogar Voraussetzungen dafür schaffen kann, indem
sie die Vermittlerrolle zwischen Umfeld und Organisation nach Kriterien wie
Wahrhaftigkeit und gegenseitigem Verständnis aufbaut.

Am Beispiel institutionalisierter öffentlicher Kommunikation lässt sich
untersuchen: Was sagen z. B. Marketing-Produkte und Werbe-Instrumen-
te über das Selbstbild der Auftraggeber und über das dahinterliegende
Verständnis von Verantwortung aus? Wie wandeln sich Männer- und Frauen-
bzw. Menschenbilder? Wie schlägt sich das etwa in Texten, Multimedia und
Kampagnen nieder?



Marketing-Archiv

Marketing-Produkte werden in der Regel nicht lange aufbewahrt, geschweige
dann archiviert. Dabei sind sie aufschlussreiche Zeugnisse einer Außen- und
Selbstdarstellung, ästhetischer Auffassungen, gestalterischer Wirkung und
technischer Machart.

Dieses bundesweite Marketing-Archiv wurde 2016 im Studiengang „Medien-
wirtschaft und Medienmanagement“ der DIPLOMA Hochschule mit dem Ziel
gegründet, einen Fundus aus allen Marketing-Bereichen zu systematisieren.
Es dient als Grundlage für die Forschungsstelle „Verantwortungsorientierte
Kommunikation“ und wird kontinuierlich erweitert.

Ein kleiner Fundus wechselnder Exponate befindet sich am Hauptsitz der
DIPLOMA Hochschule in Bad Sooden-Allendorf. Der zentrale Bereich wird digital
eingepflegt.