

17. interdisziplinäre Tagung des Forschungsnetzwerkes Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation – European Cultures in Business and Corporate Communication (EUKO)

EUKO 2017

Kommunikation und Digitalisierung

19. bis 21. Oktober 2017 | Frankfurt am Main



17. interdisziplinäre Tagung EUKO 2017

17. interdisziplinäre Tagung des Forschungsnetzwerkes Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation – European Cultures in Business and Corporate Communication (EUKO) vom 19.-21. Oktober 2017 an der FOM Hochschule für Oekonomie und Management, Hochschulzentrum Frankfurt am Main.

Die siebzehnte interdisziplinäre Tagung der in europäischer Zusammenarbeit betriebenen Forschungs Kooperation EUKO wird im Jahr 2017 in Frankfurt am Main unter dem Rahmenthema „**Kommunikation und Digitalisierung**“ stattfinden. Das Symposium stellt den Versuch dar, bewusst Forscher und Praktiker aus verschiedenen Fachbereichen unter einem gemeinsamen Themenspektrum zusammenzuführen. Die Beiträge können entweder in Deutsch oder in Englisch gehalten werden.

Das Forschungsnetzwerk EUKO veranstaltet kontinuierlich seit dem Jahr 2001 jährlich in der zweiten Jahreshälfte eine **internationale und interdisziplinäre Tagung** an wechselnden Universitäten bzw. Hochschulen in Europa und mit wechselnden Gastgebern, zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten der Werbe- und Wirtschaftskommunikation. Die Tagungsbände werden jeweils in der gleichnamigen **Publikationsreihe** des Netzwerkes „Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation“ (**Springer VS**) publiziert. Nähere Informationen zum Forschungsnetzwerk EUKO finden Sie unter:

www.wirtschaftskommunikation.net



Thema: Kommunikation und Digitalisierung

Unter dem **Begriff der Digitalisierung**, oft auch als digitale Revolution bezeichnet, versteht man die Autonomisierung, Flexibilisierung und Individualisierung bestehender (Unternehmens-)Prozesse, die durch digitale Technologien und innovative Geschäftsmodelle hervorgerufen werden. Als Folge dieser Entwicklung kam es im Laufe der Jahre zu Trends wie beispielsweise Big Data oder Cloud Computing, einem enorm wachsenden Einsatz mobiler Endgeräte, sogenannter „mobile devices“, sowie der Entstehung von intelligenten, selbststeuernden Prozessen.

In der zunehmend **digitalen Kommunikation** werden die Kanäle und Plattformen immer zahlreicher. WhatsApp, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Snapchat, kommerzielle Blogs – um nur einige externe Kanäle zu nennen – wetteifern um die Aufmerksamkeit verschiedener Zielgruppen. Hinzu kommen die eigenen digitalen Kanäle der Unternehmen: Unternehmensblogs, Wikis, digitale Presseräume, Online-Foren oder traditionelle E-Mails. Den Möglichkeiten, digital zu kommunizieren, scheinen kaum noch Grenzen gesetzt. Wie geht die Unternehmens- und Marketingkommunikation mit dieser Komplexität um? Was, wo, wann und wie gut funktioniert, wo welche Zielgruppen am besten erreicht werden können und welche technischen Möglichkeiten es überhaupt gibt, Inhalte zu produzieren und zu distribuieren, kann und wird Thema der Tagung sein.

Die Tagung geht dabei von einem **weiten Verständnis** der beiden Begriffe „Kommunikation“ und „Digitalisierung“ aus. Willkommen sind vor allem Vortragsthemen mit neuen Ansätzen und Studien, die beide Themen verknüpfen. Es sei explizit erwähnt, dass Beiträge **aus allen Wissenschaftsbereichen** – den Kommunikationswissenschaften, den Wirtschaftswissenschaften, der Informatik, der Psychologie, den Ingenieurwissenschaften, den Rechtswissenschaften, usw. – willkommen sind, und das sowohl im Bereich der Grundlagenforschung als auch im Bereich der angewandten Forschung.

Beispiele für interessante **Themenfelder** können Entwicklungen und Erkenntnisse in folgenden Bereichen sein:

- Digitalisierung als Gegenstand der Kommunikation
- Veränderungen der Kommunikation durch Digitalisierung
- Kommunikation zum Abbau von Reaktanzen gegenüber digitaler Kommunikation
- Rechtliche Besonderheiten digitaler Kommunikation
- Neue Geschäftsmodelle und digitale Transformation der Unternehmenskommunikation
- Potenzial digitaler Technologien für die Werbe- und Wirtschaftskommunikation
- Digitale Medien in der internen und externen Unternehmenskommunikation
- Nutzeranforderungen digitaler Medien
- Veränderter Medienkonsum aufgrund des digitalen Wandels der Medien
- u.v.m.



Schlüsselfaktoren der digitalen Kommunikation

(Quelle: Institute of Electronic Business e.V. 2013)

Organisatorisches

Call for Papers

Bei Interesse daran, einen Vortrag zu halten, ist vorab ein Abstract im Umfang von maximal 2.500 Zeichen inkl. Leerzeichen als Word-Dokument (*.doc) in deutscher oder englischer Sprache per E-Mail mit dem Betreff „EUKO 2017“ bei der Tagungsleitung einzureichen. Die Abstracts werden allen Konferenzteilnehmer/innen zu Beginn der Konferenz in einem Abstract-Band ausgehändigt.

Bitte nutzen Sie bei einer Einreichung ausschließlich die von uns zur Verfügung gestellte Formatvorlage unter fom.de/EUKO2017.

Die Vorträge während der Tagung dauern 30 Minuten (inkl. Diskussion). Die Tagungssprachen sind nach bisheriger Tradition Deutsch und Englisch. Bitte beachten Sie, dass erfahrungsgemäß mit hoher Wahrscheinlichkeit die meisten Vorträge in Deutsch stattfinden werden.

Zeitplan

- bis 31.07.2017: Einreichung Abstract
- bis 31.08.2017: Information über Annahme oder Ablehnung durch die Tagungsleitung
- Mitte September: Information über das Tagungsprogramm durch die Tagungsleitung
- bis 20.09.2017: Anmeldung (mit oder ohne Vortrag) durch die Teilnehmenden

Tagungsort und Kontakt

FOM Hochschule für Oekonomie & Management
gemeinnützige Gesellschaft mbH
Hochschulzentrum Frankfurt am Main
Franklinstraße 52 | 60486 Frankfurt am Main
fom.de/EUKO2017

Tagungsleitung

Prof. Dr. Marcus Stumpf

Professor für Betriebswirtschaft,
insbesondere Marketing und
Markenmanagement
E-Mail: marcus.stumpf@fom.de



Tagungsbeitrag

Der Tagungsbeitrag beträgt einheitlich 95,00 Euro und ist für alle Teilnehmer/innen verpflichtend. Er beinhaltet die Teilnahme an allen Vorträgen, die Konferenzunterlagen (Abstract-Band) und das Catering an den Veranstaltungstagen.

Darüber hinaus werden optional im Rahmenprogramm Restaurantbesuche usw. auf eigene Rechnung angeboten.

Anmeldung

Zur Anmeldung nutzen Sie bitte das unter fom.de/EUKO2017 hinterlegte Formular.

Hotelunterkunft

Zimmerangebote sind für Sie in der Nähe des Veranstaltungsortes in den Hotels Ibis Hotel Frankfurt City Messe (zwei Stationen mit Tram 17 vom Veranstaltungsort) sowie Mercure Hotel & Residenz Frankfurt Messe (5-10 Minuten Fußweg vom Veranstaltungsort) reserviert. Diese sind zu den angegebenen Konditionen **bis zum 20.09.** unter folgendem Link buchbar:

<https://www.frankfurt-tourismus.de/Sonderkontingente/EUKO-2017>

Diese Sonderkontingente sind nur über dieses Reservierungssystem buchbar, nicht direkt im Hotel. Für Buchungsrückfragen wenden Sie sich bitte direkt an Frau Annika Teitge vom Frankfurt Convention Bureau. Sie ist telefonisch erreichbar unter 069/21 23 08 08 oder per E-Mail unter a.teitge@infofrankfurt.de.

Ablauf

geplanter Tagungsablauf

- Do., 19.10.2017 10:30 Uhr
ab 13:00 Uhr
14:00-18:00 Uhr
ab 19:30 Uhr
Besichtigung der **Europäischen Zentralbank** (EZB)
Registrierung und Imbiss
Vorträge
gemeinsames Abendessen*
- Fr., 20.10.2017 09:00-18:00 Uhr
ab 19:30 Uhr
Vorträge und Poster-Session
gemeinsamer Mittagsimbiss
Conference Dinner*
- Sa., 21.10.2017 09:00-12:00 Uhr
Vorträge
gemeinsamer Mittagsimbiss

Je nach Anzahl der Vorträge können Änderungen im Zeitplan auftreten.

Rahmenprogramm

Neben den Vorträgen ist ein zum Thema passendes, attraktives Rahmenprogramm geplant, u.a. sind hier folgende Punkte vorgesehen:

- **Keynote: „Digital Storytelling: It's the relevant story, smarty-pants!“**
Digital Storytelling ist mehr als die Produktion digitaler Formate für Plattformen im Netz. Es geht darum, Relevanz zu kreieren, Themen zu setzen und die bevorzugte Informationsquelle für Interessengruppen zu werden. Wie ein neues Storytelling-Format für die Content-Strategie entwickelt und realisiert werden kann, erklärt Nico Reinhold in seinem Vortrag.



Nico Reinhold ist Co-Head Digital Communications bei der **Deutschen Bank**. Er ist verantwortlich u.a. für die Themen Content-Strategie, Content Marketing sowie digitales Storytelling. Zuvor war er für die Bank als Deputy Global Head of Emerging & Social Media sowie als Pressesprecher tätig.

- Vortrag: „Wie die FAZ digital investiert, ohne ihr Erbe zu verpassen“ (angefragt), Chefredaktion **Frankfurter Allgemeine Zeitung**
- u.a.m.

* Selbstzahlung, nicht im Tagungsbeitrag enthalten

FOM. Die Hochschule. Für Berufstätige

Die 1991 mit Unterstützung von Verbänden der Wirtschaft gegründete, staatlich anerkannte gemeinnützige FOM Hochschule verfügt über 28 Studienorte in Deutschland.

Als praxisorientierte Hochschule für Berufstätige fördert die FOM den Wissenstransfer zwischen Hochschule und Unternehmen. Dabei sind alle Studiengänge der FOM auf die Bedürfnisse von Berufstätigen und Auszubildenden zugeschnitten. Die hohe Akzeptanz der FOM zeigt sich nicht nur in der engen Zusammenarbeit mit staatlichen Hochschulen, sondern auch in zahlreichen Kooperationen mit regionalen mittelständischen Betrieben sowie mit internationalen Großkonzernen. Mit aktuell über 42.000 Studierenden ist die FOM die größte private Hochschule Deutschlands.

Forschungsnetzwerk Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation – European Cultures in Business and Corporate Communication (EUKO)

Die Kooperation EUKO wurde im Jahr 2000 auf Initiative der Abteilung Interkulturelle Wirtschaftsgermanistik des germanistischen Instituts der Universität Åbo Akademi in Zusammenarbeit mit der Universität Regensburg und der Wirtschaftshochschule Århus ins Leben gerufen. Bisher haben in konstanter Zusammenarbeit vor allem Universitäten und Wirtschaftshochschulen aus Darmstadt, Nijmegen, Århus, Åbo, Hamburg, Regensburg, Luzern, Salzburg, Riga und Eichstätt aktiv an der Weiterentwicklung der Kooperation teilgenommen. Auch viele anderen Universitäten und Organisationen sind in der Zwischenzeit in den Aktivitäten der Kooperation involviert. Ziel ist es, die Aktivitäten schrittweise auszudehnen. Die Kooperation organisiert jährliche Symposien in verschiedenen europäischen Ländern zu spezifischen Themen aus dem Bereich der interkulturellen Wirtschaftskommunikation. Die Kooperation sucht bewusst den Kontakt zwischen Forschung und Praxis aus den verschiedenen Bereichen des modernen Wirtschaftsalltags und fördert den Dialog aus interdisziplinärer und interkultureller Perspektive.

Der Grund zur Etablierung und ständigen Erweiterung dieser internationalen Kooperation ist die Einsicht, dass das heutige internationalisierte und vielschichtige Wirtschaftsleben vor Herausforderungen gestellt ist, die nicht immer lediglich aus der Perspektive eines einzelnen Fachbereichs in überzeugender Weise bemeistert werden können. Die Teilnehmer der Kooperation kommen u.a. aus den Bereichen Kulturtheorie, Sprachwissenschaft, Medien, Marketing, Organisationstheorie, Interkulturelle Kommunikation, Personalwesen und Kulturpsychologie.

Die Kooperation betreibt auch eine eigene wissenschaftliche Buchserie (Springer/VS). Ausgewählte Beiträge des Kongresses werden später in der Kooperationsreihe publiziert. Die offiziellen Sprachen der Kooperation auf den Kongressen und in den Publikationen sind Deutsch und Englisch.

Der Kongress hat zum Ziel, sowohl international hervorragende Forscher und Praktiker als auch angehende Wissenschaftler und Studenten zusammenzuführen. Der Kongress strebt auch nach Synergien zwischen den teilnehmenden Fachbereichen zu verschiedenen Anspruchsgruppen mit Relevanz für das heutige Wirtschaftsleben.