

Hate Speech, Daten-PR und Digitale Verantwortung: Vielfältige Themen auf der KoMaktuell 2021

Lingen (Ems), 19.04.2021 – Bereits zum zweiten Mal fand am vergangenen Samstag das Branchenevent „KoMaktuell – Trends im Kommunikationsmanagement“ der studentischen PR-Initiative KommunikOS in digitaler Form statt. Auch in diesem Jahr konnte der Verein wieder hochkarätige Speaker*innen für die Veranstaltung gewinnen und diskutierte mit gestandenen PR-Profis, Young Professionals und Studierenden über aktuelle Themen wie Daten-PR, Corporate Digital Responsibility, Wissenschaftsjournalismus und Hassrede im Netz.

Spätestens seit der Corona-Pandemie hat die digitale Kommunikation an Bedeutung gewonnen. Für den studentischen PR-Verein KommunikOS ein Grund, digitale Themen in den Mittelpunkt der diesjährigen KoMaktuell zu rücken. Gleich zu Beginn erwartete die rund 100 Teilnehmenden eine digitale Neuerung: Statt der gängigen digitalen Konferenztools hatte sich KommunikOS für die Nutzung von Veertly, einer Plattform, die einen interaktiveren Austausch zwischen den Besucher*innen ermöglichte, entschieden. Damit zeigte sich bereits zu Anfang: Die KoMaktuell soll nicht nur interessante Entwicklungen der Kommunikationsbranche beleuchten, sondern auch Raum für Gespräche und die Vernetzung der Teilnehmenden schaffen.

Auch die Vereinsvorsitzende Wiebke Neyrat wies in ihrer Begrüßung darauf hin, dass die KoMaktuell einen Ort des virtuellen Austausches darstellen soll. Während eines kurzen Rückblicks auf das vergangene Jahr lobte sie die erfolgreiche Vereinsarbeit und erzählte, dass trotz der widrigen Umstände so viele Online-Workshops wie noch nie angeboten werden konnten. Ferner bedankte sie sich bei den aktiven Mitgliedern für ihr großes Engagement und für die intensive Vorbereitung der KoMaktuell. Anschließend übergab Neyrat das Wort an KommunikOS-Mitglied Kim Reincke, die als Moderatorin wortgewandt durch den Tag führte. Reincke begrüßte als ersten Speaker Nico Kunkel. In seiner Keynote hob der freie Journalist und Gründer der PR-Nachwuchsinitiative 30u30 die Bedeutung von Netzwerken hervor. Diese seien im Idealfall ein großer Wissensspeicher, auf den bei Bedarf zurückgegriffen werden könne. Gleichzeitig riet er den Young Professionals und Studierenden: „Trennt euch von der Netzwerk-FOMO!“ Netzwerken aus Druck sei auf lange Sicht hin nicht erfolgsversprechend, so Kunkel.

Nach einer kurzen Networking-Pause, in der die Teilnehmenden die Tipps von Kunkel direkt anwenden konnten, begann die erste Session. Darin gab Isabelle Ewald, Referentin für künstliche Intelligenz bei Dataport, den Kommunikationsinteressierten Einblicke in die Relevanz von Daten-PR im Kommunikationsmanagement. So stellte sie beispielsweise die goldene Regel der Daten-Visualisierung vor: „Form follows function“. Außerdem betonte sie, dass sich anhand von Daten einzigartige Geschichten mit Unternehmensbezug erzählen lassen. Am Ende richtete Isabelle Ewald noch einen Appell an die Young Professionals und Studierenden: „Kommunikator*innen haben eine unglaublich große Verantwortung. Und Daten können weh tun. Das muss allen bewusst sein.“

Um neue kommunikative Entwicklungen und Tätigkeitsfelder drehte sich auch die zweite Session, die den Titel „Corporate Digital Responsibility – neue Aufgaben für Kommunikationsmanager*innen warten“ trug. Carsten Rossi, Geschäftsführer bei Kammann Rossi, verriet im Verlauf, warum Corporate Digital Responsibility (CDR) aus seiner Sicht eine Schatzkiste für Kommunikationsmanager*innen darstellt. Ein wichtiger Bestandteil dieser Schatzkiste sei das digitale Wohlbefinden. Dieses Themenfeld werde in Zukunft deutlich an Relevanz gewinnen. In der Implementierung von CDR-Initiativen sei in einem Unternehmensumfeld darauf zu achten, dass es sich hierbei um Change-Projekte handle. Daher schlug Rossi folgenden Dreiklang vor: Awareness schaffen, Wissen verbreiten und Mitarbeitende involvieren.

Großes Potenzial sieht der Kommunikationsprofi im strategischen Storytelling, wodurch CDR sinnvoll unterstützt werden könne.

Während es sich bei Corporate Digital Responsibility um ein zukunftsträchtiges Entwicklungsfeld handelt, ist das Fachgebiet von Dr. med. Martina Lenzen-Schulte momentan in aller Munde, denn seit der Corona-Pandemie wird dem Wissenschafts- und Medizinjournalismus sehr viel Aufmerksamkeit zuteil. Lenzen-Schulte, die unter anderem als Redakteurin beim Deutschen Ärzteblatt arbeitet, bot unter dem Motto „Das Leben zwischen Fakten und News“ im Laufe ihres Vortrags Einblicke in die Vielseitigkeit ihres Redaktionsalltags. Den Young Professionals und Studierenden gab sie mit auf den Weg: „Transparente und klare Kommunikation ist immer das A und O – nicht nur im Wissenschaftsjournalismus“.

Passend hierzu ging es auch in der Abschlussdiskussion um Transparenz. Diese widmete sich der Frage, wie mit Hate Speech im Netz umgegangen werden soll. Zu Gast waren Timo Lommatzsch (Geschäftsführer segmenta:futurista), Barbara Costanzo (Vice President Group Social Engagement, Deutsche Telekom), Tiemo Wölken (SPD-Politiker und Abgeordneter im Europäischen Parlament) und Sophia Johanna Schlosser (promoviert an der ETH Zürich, Co-Autorin einer Studie zu Hassrede in Deutschland). Die Diskussion wurde vom stellvertretenden Vorsitzenden des Vereins Marcel Landwehr geleitet. Auf die Frage: „Wie können Unternehmen Hate Speech begegnen?“, riet Sophia Johanna Schlosser, Hatespeech als ein elementares Problem in der Gesellschaft ernst zu nehmen. Timo Lommatzsch konkretisierte, dass Unternehmen anstreben sollten, eine Kultur zu schaffen, in der offen über Ängste, auch in Zusammenhang mit Hassnachrichten, geredet werden kann. Ergänzend hierzu forderte Barbara Costanzo, Kommunikationsmanager*innen stärker im Bereich Community-Management weiterzubilden und bei Hasskommentaren auch juristisch tätig zu werden. Zum Abschluss der Diskussion waren sich die vier Podiumsgäste einig: Hate Speech ist und bleibt eine der größten Herausforderungen in der digitalen Kommunikation. Tiemo Wölken brachte dies prägnant auf den Punkt: „Hass darf nicht stehen bleiben.“

Gesponsert wurde die digitale KoMaktuell 2021 von der ROSEN Gruppe aus Lingen.

Über KommunikOS:

Der Verein „KommunikOS – Kommunikationsmanagement-Studierende am Campus Lingen e.V.“ wird von Studierenden der Hochschule Osnabrück am Standort Lingen getragen. Zentrales Ziel des Vereins ist es, ein Netzwerk mit Alumni, anderen PR-Initiativen und der Kommunikationsbranche aufzubauen. Außerdem bietet KommunikOS die Möglichkeit, Studieninhalte in der Praxis anzuwenden und Lingen als Studienstandort in der Öffentlichkeit zu stärken. Der gemeinnützige Verein besteht seit Januar 2017.