

Corporate Communicative Responsibility*

Kommunikation als Ziel und Mittel unternehmerischer Verantwortungswahrnehmung – Studienergebnisse aus Österreich

FRANZISCA WEDER UND MATTHIAS KARMASIN**

Corporate Communicative Responsibility

The comparison of the data of four manager surveys 1995, 2006, 2007 and 2009 in Austria embedded in the international discussion about CSR- and sustainability practices shows that there is awareness of the necessity of the corporate responsibility of business, but that possibilities to act are restricted. However, the results show that communication is both a means and an end, when it comes to new potentials of integrating ethical and entrepreneurial acting. The increased consciousness for and reflection of ethical internal and external communication is described as 'return of value-based management'.

Keywords: corporate responsibility, ethics, executives and morality, organizational communication

1. Einleitung

Die Dynamik der heutigen Mediengesellschaft konstituiert sich über Kommunikation, die sich wiederum in der Öffentlichkeit manifestiert. Aus einer medien- und kommunikationswissenschaftlichen Perspektive ist dabei nicht nur auf die so genannte ‚Medialisierung‘ zu verweisen (vgl. exemplarisch Jarren et al. 2000; Löffelholz/Quandt 2003; Krotz 2007; Weder 2008), sondern vor allem auf die veränderte Rolle der Organisationen in den öffentlichen Kommunikationsprozessen. Einen Anknüpfungspunkt bietet hier die Unterscheidung einer Organisation von Gesellschaft nach Luhmann (2000); Organisationen grenzen sich durch Eigengesetzlichkeiten – speziell die Kategorie der Entscheidung – von sozialen Systemen der Gesellschaft ab. Entscheidungen basieren auf Entscheidungsprämissen, neben Programmen und Personen sind dies die

* Beitrag eingereicht am 25.01.2010. Nach doppelt verdecktem Gutachterverfahren angenommen am 8.11.2011.

** Ass.-Prof. Dr. Franzisca Weder, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Klagenfurt, Universitätsstr. 65-67, A-9020 Klagenfurt, Tel.: +43-(0)463-2700-1803, Fax: +43-(0)463-2700-1899, E-Mail: Franzisca.Weder@uni-klu.ac.at, Forschungsschwerpunkte: Kommunikationswissenschaft, Organisationskommunikation, Öffentlichkeitsforschung, CSR, Kommunikationsmanagement, Medienmanagement.

Univ. Prof. Dr. Matthias Karmasin, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Klagenfurt, Universitätsstr. 65-67, A-9020 Klagenfurt, Tel.: +43-(0)463-2700-1803, Fax: +43-(0)463-2700-1899, E-Mail: Matthias.Karmasin@uni-klu.ac.at, Forschungsschwerpunkte: Medienökonomie, Organisationskommunikation, Medienmanagement, Wirtschafts- und Unternehmensethik.