



REFRESH – Die Idee

Wer in Kommunikationsmanagement und PR aktiv ist, erlebt täglich neue Herausforderungen. Kaum eine Profession verändert sich so schnell und dynamisch. Ebenso rasch entwickelt sich der Stand der internationalen Forschung im Themenfeld. REFRESH ist eine eintägige Veranstaltung, die aktuelle praxisrelevante Studienergebnisse zur strategischen Kommunikation kompakt vermittelt und zum Austausch mit dem führenden Think-Tank zum Themenfeld im Deutschland einlädt. Am Puls der Zeit bleiben, neue Impulse erhalten, Wissen auffrischen – das ist das Ziel dieser jährlichen Veranstaltung der Universität Leipzig.

REFRESH – Die Teilnehmer

Eingeladen sind Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen, Nonprofit-Organisationen, Verbänden und anderen Organisationen sowie in Kommunikationsberatungen und -agenturen. Die Veranstaltung wendet sich nicht an Studierende. Insbesondere angesprochen sind Absolvent/innen der Studiengänge des Instituts.

REFRESH – Die Eckdaten

Termin: Freitag, 3. Mai 2019, 10.00 bis 16.00 Uhr

Ort: Universität Leipzig, Bibliotheca Albertina, Beethovenstraße 6, 04107 Leipzig
Großer Vortragssaal (Erdgeschoß links)

Kosten: Teilnahme inkl. Mittagsimbiss und Kaffee/Getränken: 395,- EUR
(bei Anmeldung bis zum 31.03.2019, bieten wir einen Early-Bird-Tarif für 375,- EUR an)

Kostenfrei für Absolvent/innen der Studiengänge Master Communication Management, Bachelor Kommunikationsmanagement/PR und Magister KMW mit PR-Schwerpunkt/Abschlussarbeit am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig, sowie für Partner des Lehrbereichs und des LPRS e.V. Der Mittagsimbiss ist nicht inbegriffen.



REFRESH 2019 – Das Programm

09:30 Uhr **Teilnehmerregistrierung und Kaffee**

10:00 Uhr **Eröffnung der Tagung**

Was sind derzeit die wichtigsten Themen und Trends in der internationalen Forschung zum Kommunikationsmanagement? Wie kann man seitens der Praxis eigene Ideen einbringen und welche Formen der Zusammenarbeit gibt es? Die Professoren des Lehrbereichs vermitteln einen Überblick und eröffnen den Dialog.

- Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Professur für Strategische Kommunikation
- Univ.-Prof. Dr. Christian P. Hoffmann, Professur für Kommunikationsmanagement
- Univ.-Prof. Dr. Alexander H. Godulla, Professur für Empirische Kommunikations- und Medienforschung
- Prof. Dr. Cornelia Wolf, Professur für Online-Kommunikation



10:20 Uhr **Strategische Kommunikation – Revisited: Irrungen, Wirrungen und Lösungen**

Jeder spricht heute von strategischer Kommunikation – aber was steckt eigentlich dahinter? Handelt es sich um alten Wein in neuen Schläuchen, kümmern sich alle PR-Praktiker und Content-Spezialisten nun statt um die operative Arbeit nur noch um Dinge, die für die Wettbewerbsfähigkeit und das Überleben ihrer Arbeitgeber oder Kunden bedeutsam sind? Was lernen Kommunikationsmanager der nächsten Generation in den weltweit entstehenden Studiengängen zu „Strategic Communication“, das nicht in den Vorgängerprogrammen zu PR und Advertising enthalten war? Und ist nicht die Idee schon längst wieder obsolet, weil Strategien in heutigen agilen Organisationen oft emergent entstehen und gar nicht mehr top down geplant werden? Ansgar Zerfaß gibt einen Überblick zur aktuellen Diskussion auf internationaler Ebene, warnt vor einer Überstrapazierung des Konzepts und zeigt an Beispielen auf, was strategische Kommunikation im Kern bedeutet und warum sie wichtig sind – und warum man die operative Kommunikation nicht vernachlässigen darf. Der Beitrag stützt sich auf Ergebnisse von Expertenrunden und Publikationen im Rahmen der International Communication Association (ICA) und des International Journal of Strategic Communication (IJSC).

- Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Professor für Strategische Kommunikation, Universität Leipzig



11:00 Uhr **Kaffeepause**

11:20 Uhr **Startup-Kommunikation im Internet: Aktuelle Trends und Erfolgsfaktoren**

Startups stehen bei ihrer Gründung vor zahlreichen Herausforderungen: Mit innovativen Ideen müssen sie den Grundstein für langfristig skalierbare Geschäftsideen legen, was langfristig zu hohem Wachstum führt. Zugleich bewegen sie sich häufig auf jungen oder auch noch gar nicht existenten Märkten. Dort konkurrieren sie nicht nur um Kunden und qualifizierte Mitarbeiter, sondern auch um das Interesse von Kapitalgebern. Neben Banken müssen oft Business Angels, Venture Capital Fonds und Acceleratoren mit ins Boot geholt werden. In dieser komplexen Gemengelage kann die Kommunikationsarbeit von Startups einen entscheidenden Erfolgsfaktor darstellen. Doch wie kompetent nutzen Startups im Internet die Spielregeln, die für eine erfolgreiche Kommunikation ausschlaggebend sind? Und welche Kriterien legen Förderer an die Kommunikationsstrategie eines Startups überhaupt an, um es ideell oder finanziell zu unterstützen? Basierend auf zwei aktuellen Studien erläutert Alexander Godulla den Beitrag, den Kommunikation zur Wertschöpfung von Startups leistet.

- Prof. Dr. Alexander Godulla, Professor für Empirische Kommunikations- und Medienforschung, Universität Leipzig

12:00 Uhr **Mittagspause**

Der Lunch im Restaurant Mio (Beethovenstraße 21, 3 Minuten Fußweg) ist für zahlende Teilnehmer/-innen der Veranstaltung im Preis inbegriffen. Dabei besteht die Gelegenheit, mit den Referenten und anderen Gästen ins Gespräch zu kommen. Für alle Teilnehmer bieten das Café Alibi in der Bibliotheca Albertina, die Cafeteria im gegenüber liegenden Geisteswissenschaftlichen Zentrum der Universität Leipzig und einige Restaurants in der direkten Umgebung die Gelegenheit, einen Imbiss einzunehmen.

13:20 Uhr **Günter-Thiele-Preis 2019**

Mit dem nach Dr. h.c. Günter F. Thiele, dem Nestor der deutschen PR-Beratungsbranche, benannten Preis werden jährlich die besten Abschlussarbeiten zum Thema Kommunikationsmanagement an der Universität Leipzig ausgezeichnet. Die Jury, bestehend aus den Professoren Günter Bentele und Bernd Schuppener sowie Dr. Christine Viertmann, hat aus einer Vielzahl von Einreichungen zwei Gewinner gekürt. Die Preisträger/innen werden ihre Arbeiten im Pitch-Format (5 Minuten) vorstellen und so einen kompakten, aktuellen Einblick in die Nachwuchsforschung geben.

- Prof. Dr. Günter Bentele, Juryvorsitzender und stv. Vorsitzender des Kuratoriums, Günter-Thiele-Stiftung für Kommunikation und Management
- Dr. Christine Viertmann, Jury des Günter-Thiele-Preises

13:45 Uhr **Quick Wins – Einblicke in aktuelle Studien**

① Mitarbeiter als Unternehmensbotschafter und Influencer:

Wie können Kommunikationsabteilungen Potenziale nutzen und Risiken vermeiden?

Bei Otto, Microsoft, Amazon, der Deutschen Telekom und vielen weiteren Unternehmen kommunizieren längst nicht mehr nur Kommunikationsverantwortliche und Vorstände im Namen des Unternehmens, sondern auch viele Mitarbeiter aus anderen Abteilungen – sogenannte Unternehmensbotschafter oder Corporate Influencer. Sie verleihen ihren Unternehmen auf Facebook, Twitter & Co. ein persönliches Gesicht und eine authentische Stimme. Ein aktuelles Forschungsprojekt mit Studierenden hat Erfolgsfaktoren, Herausforderungen und Chancen der Einbindung von Unternehmensbotschaftern in die Gesamtkommunikation identifiziert. Vorgestellt wird das Fallbeispiel der Deutschen Telekom und ein Diagnose-Tool, mit dem man die Voraussetzungen für die Entwicklung eines Botschafter-Programms im eigenen Unternehmen prüfen und bestehende Programme optimieren kann.

- Sophia Charlotte Volk, Wiss. Mitarbeiterin, Universität Leipzig
- Malene Maschmann, Masterclass Communication Management 2017



② Ethische Problemfelder der Influencer-Kommunikation: Einblicke und Leitlinien für die Kommunikationspraxis

Fake Follower, unzureichende Werbekennzeichnung und fragwürdige Werbebotschaften für Kinder und Jugendliche: Social-Media-Influencer und ihre Kooperationspartner in Unternehmen und Agenturen müssen sich derzeit mit einer hitzigen Debatte um Probleme ihrer Branche auseinandersetzen. Neben rechtlichen Regelungen wird der Ruf nach einem ethischen Orientierungsrahmen laut, an dem es bislang mangelt. Denn Influencer übernehmen Funktionen, die bislang unter die Rubriken Werbung, PR, Journalismus, Sponsoring oder Testimonials fallen. Der Beitrag beleuchtet zentrale Problemfelder und Erwartungen an Influencer-Kommunikation. Er stellt ethische Maximen und Handlungsstrategien vor, die in einem Forschungsprojekt mit Studierenden und dem Bundesverband Influencer-Marketing erarbeitet wurden.

- Nadja Enke, Wiss. Mitarbeiterin, Universität Leipzig
- Lara Bühler, Masterclass Communication Management 2017

14:50 Uhr **Kaffeepause**

15:05 Uhr **Integrierte Finanzkommunikation: Eine Studie zur Zusammenarbeit von Unternehmenskommunikation und Investor-Relations**

Fusionen, Spin-offs, CEO-Wechsel – strategische Weichenstellungen stellen stets eine Herausforderung für die Finanzkommunikation dar. Sie müssen ebenso an Medien vermittelt werden wie an Investoren und Analysten. Darum ist eine enge Abstimmung der Abteilungen für Unternehmenskommunikation und Investor Relations bei Themen der Finanzkommunikation von kritischer Bedeutung. Wie arbeiten diese beiden Funktionen zusammen? Wie eng und in welcher Form stimmen sie sich ab? Wie kann die Zusammenarbeit erfolgreich gestaltet werden – und wann kommt es zu Reibereien? In einer breit angelegten Befragung unter Verantwortlichen der Finanzkommunikation in den UK- und IR-Abteilungen börsennotierter Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz hat das Team des Center for Research in Financial Communication erstmals einen systematischen Überblick über den Status der „Integrierten Finanzkommunikation“ erarbeitet. Die Studie zeigt Best Practices und gibt Empfehlungen für eine erleichterte Kooperation und Koordination bei gemeinsamen Aufgaben der Finanzkommunikation.

- Prof. Dr. Christian P. Hoffmann, Professor für Kommunikationsmanagement, Universität Leipzig

15.45 Uhr **Wrap-up**

16:00 Uhr **Ende der Veranstaltung**

Optional im Anschluss: Führung durch die neuen Räumlichkeiten des Instituts in der Nikolaistraße 27 – 29.

REFRESH – Die Anmeldung

Die Teilnehmerregistrierung und Organisation für den REFRESH 2019 übernimmt der LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V.

Bitte melden Sie sich bis zum 15. April 2019 unter www.lprs.de online an.

Fragen zur Organisation können Sie jederzeit gerne an anmeldung@lprs.de richten.