

Pressemitteilung

**PR-Lotsen gesucht  
GPRA und Universität Leipzig veröffentlichen Studie zur  
Rolle von Agenturen im Medienwandel**

FRANKFURT/LEIPZIG, 2. Januar 2008: Zum Jahresbeginn stellen die GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen e. V. und die Universität Leipzig ihre gemeinsam durchgeführte Studie „Wandel der Kommunikationslandschaft – Wandel der PR?“ vor. GPRA-Vizepräsidentin Astrid von Rudloff: „Das Jahr 2007 stand bei der GPRA ganz im Zeichen des Themas 'Kommunikation im Wandel'. Die aktuelle Studie bestätigt nachhaltig, wie weit dieser Wandel schon fortgeschritten ist und dass er die Erwartungen von Unternehmen an die Beratungskompetenz der PR-Agenturen deutlich steigert.“

Im Fokus der qualitativen Studie stand die Frage, welche neuen Anforderungen Entscheider für Unternehmenskommunikation in der Zukunft an PR-Dienstleister stellen. Die Ergebnisse: Der aktuelle Strukturwandel der Medien hat nachhaltige Auswirkungen auf die Praxis der Public Relations. Die Verknüpfung von Strategie und Kommunikation sowie die Auswahl passender Instrumente für differenzierte Zielgruppen wird schwieriger. Das erhöht die Anforderungen an transparente Prozesse, Evaluationsmethoden und die Zusammenarbeit mit Dienstleistern. Diese Herausforderungen sind erkannt: Kommunikationsverantwortliche in der Wirtschaft sind mehrheitlich bereit, einen Teil ihrer weiterhin steigenden Budgets in fundierte Beratung zu technologischen und sozialen Entwicklungen, Pilotprojekte und den Aufbau neuer Personalressourcen zu investieren.

„Die Studie zeigt, dass der Bedeutungszuwachs aktiver Rezipienten und der schleichende Niedergang der Print-Medien erkannt sind“, so Studienautor Prof. Dr. Ansgar Zerfaß. „Die klassische Fokussierung auf Pressearbeit, Corporate Publishing und Events reicht künftig nicht mehr aus. Gefragt ist echte Dialogkompetenz in allen Kanälen – nicht aber ein rein modisches Umschwenken auf Online-Kommunikation und Social Media, ohne diese an die eigene Strategie zu koppeln.“ Die Studie verdichtet die qualitativen Ergebnisse mit quantitativ erhobenen Trenddaten auf europäischer Ebene und einer übergreifenden Analyse des Medienwandels, um sechs zentrale Herausforderungen für Kommunikationsagenturen abzuleiten: PR-Dienstleister können den Bedarf der Auftraggeber erfüllen, wenn sie 1. Trendscouts und Lotsen für den Medienwandel werden, 2. Dialogkompetenz über alle Kanäle ermöglichen, 3. Kompetenzen für Bewegtbild und Face to Face-Kommunikation ausbauen, 4. Spezialwissen stärker profilieren, 5. Kommunikationsprozesse und Wirkungsketten nachvollziehbar machen sowie 6. echte Sparringspartner für Strategie und Kommunikation werden.

Von Rudloff: „Die Ergebnisse belegen deutlich den Bedarf für Agenturen, ihre Positionierung und ihr Instrumentarium auf die veränderten Verhältnisse auszurichten. Die GPRA-Agenturen haben sich frühzeitig auf den Wandel eingestellt und insbesondere mit der Entwicklung dialogischer und partizipativer Tools schon wichtige Schritte getan. Mit der Studie wollen wir als Qualitätsverbund in der Branche eine Diskussion dazu anstoßen, welches in 2008 die nächsten Schritte sein müssen.“

### **Über die Studie**

Die qualitative Erhebung „Wandel der Kommunikationslandschaft – Wandel der PR?“ wurde von der Universität Leipzig (Prof. Dr. Ansgar Zerfaß und Dr. Mark-Steffen Buchele) in Kooperation mit der Gesellschaft Public Relations Agenturen e. V. (GPRA) durchgeführt. Grundlage waren Leitfadengespräche mit 22 Entscheidern für Unternehmens- und Produktkommunikation in Deutschland aus namhaften Konzernen und Markenartikelfirmen (B2B und B2C). Der 34-seitige Ergebnisbericht kann als PDF-Dokument im Internet abgerufen werden unter [www.communicationmanagement.de](http://www.communicationmanagement.de) und [www.gpra.de](http://www.gpra.de).

### **Über die Universität Leipzig**

Die Universität Leipzig, Nr. 1 im Handelsblatt Karriere-Ranking 2006 der Medien-Studiengänge, gilt als einer der führenden Think Tanks für Kommunikationsmanagement und Public Relations in Europa. Das Spektrum der Forschungsgebiete und Kompetenzfelder reicht von Vertrauen und Reputation in der Mediengesellschaft über Themen wie Wertschöpfung durch Kommunikation, Kommunikations-Controlling, Interaktive Medientechnologien, Innovations-/Technologiekommunikation und Politischer Kommunikation bis hin zu Corporate Publishing sowie Fragen des Berufsfelds und der PR-Ethik. Über 50 deutschsprachige und internationale Buchpublikationen der Universitätsprofessoren Prof. Dr. Ansgar Zerfaß und Prof. Dr. Günter Bentele, zahlreiche empirische Studien sowie Anwendungsprojekte mit namhaften Unternehmen, Organisationen und Verbänden stehen für die Innovationskraft und Praxisverankerung des Leipziger Instituts.

Mehr Informationen: [www.communicationmanagement.de](http://www.communicationmanagement.de)

### **Über die Gesellschaft Public Relations Agenturen e. V. (GPRA)**

Die Gesellschaft Public Relations Agenturen e.V. (GPRA) ist der Wirtschafts-Verband führender Public Relations-Beratungsunternehmen Deutschlands. Die GPRA ist eine Gütegemeinschaft, deren momentan 34 Mitglieder gemeinsame Qualitätsstandards verbinden. Die GPRA entwickelt Services und Programme zur Unterstützung der Leistungsfähigkeit und der Qualität der GPRA-Mitgliedsunternehmen.

Mehr Informationen: [www.gpra.de](http://www.gpra.de)

### **Pressekontakt**

Gertrud Masuch

Geschäftsstelle der GPRA e. V.

Wöhlertstr. 3-5, 60323 Frankfurt a. M.

Tel. +49-69 71 04 23-2 60

Fax. +49-69-71 04 23-2 00

[g.masuch@gpra.de](mailto:g.masuch@gpra.de)

[www.gpra.de](http://www.gpra.de)