

Pressemitteilung

Rezession zwingt PR-Entscheider zu stärkerer Fokussierung

GPRA und Universität Leipzig veröffentlichen Thesen zur Orientierung für Kommunikationsmanager in Zeiten von Wirtschaftskrise und Medienwandel

FRANKFURT/LEIPZIG, 11. März 2009: Die GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen e. V. und die Universität Leipzig stellen ihre gemeinsam durchgeführte Studie „PR 2009: Fokussierung, Rückschritt, Expansion?“ vor. Sechs Thesen zu Herausforderungen und Chancen für die PR bringen die anhaltende Diskussion auf den Punkt. GPRA-Vizepräsidentin Astrid von Rudloff: „Vor allem interessierte uns, ob die Unternehmen den Anforderungen antizyklischer Vorgehensweise, also des besonders intensiven und gezielten Einsatzes von Kommunikation in der Krise auch in der Praxis nachkommen und welche Strategien und Instrumente jetzt priorisiert werden.“

Im Fokus der qualitativen Studie stand die Frage, wie sich die wirtschaftliche Rezession und die Krise der klassischen Massenmedien auf die Unternehmenskommunikation auswirken. Auf Grundlage einer Strukturierung der wesentlichen Einflussfaktoren wurden anhand zweier Szenarien die wichtigsten Handlungsfelder identifiziert und in einer Fokusgruppe mit leitenden Kommunikationsmanagern aus 15 namhaften Unternehmen diskutiert. „Die Analyse zeigt, dass sinkende Budgets nicht zwangsläufig zu einem Bedeutungsverlust der PR führen müssen. Ganz im Gegenteil: wer sich jetzt klare Ziele setzt, alte Zöpfe abschneidet und intelligent in neue Konzepte und Kompetenzen investiert, kann nur gewinnen“, so Studienautor Prof. Dr. Ansgar Zerfaß.

Die Studie verdichtet die qualitativen Ergebnisse zu sechs Thesen, die im Kontext der jeweiligen Unternehmensstrategie und kommunikativen Positionierung als Orientierung für die nächsten Monate dienen können:

- [1] Interne Kommunikation als Katalysator für Vertrauen und Visionen nutzen
- [2] Konzentration auf wertschöpfende Zielgruppen und Konzepte
- [3] Fokussierung der CSR-Kommunikation auf Legitimation statt Image
- [4] Employer Branding als Schutzschild für Unternehmensmarken einsetzen
- [5] Erschließung neuer Plattformen: Communities und Bewegtbild im Netz
- [6] Differenzierte Priorisierung der Kommunikationsinstrumente anhand klarer Erfolgskriterien

Über die Studie

Die qualitative Erhebung „PR 2009: Fokussierung, Rückschritt, Expansion? Herausforderungen in Zeiten von Kommunikationswandel und Rezession“ wurde von der Universität Leipzig (Prof. Dr. Ansgar Zerfaß und Lisa Dühning M.A.) in Kooperation mit der Gesellschaft Public Relations Agenturen e. V. (GPRA) im Februar/März 2009 durchgeführt. Grundlage waren Sekundäranalysen von nationalen und internationalen Studien aus den letzten zwölf Monaten und eine Fokusgruppen-Diskussion mit 15 Entscheidern für Unternehmens- und Produktkommunikation in Deutschland aus namhaften Konzernen und Markenartikelfirmen (B2B und B2C). Der 20-seitige Ergebnisbericht kann als PDF-Dokument abgerufen werden unter www.gpra.de und www.communicationmanagement.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

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

Pressekontakt

Gertrud Masuch

Geschäftsstelle der GPRA e. V.

Wöhlerstr. 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

www.gpra.de