

Presseinformation (15.08.2007)

## **DPRG und Universität Leipzig: Portal zum Kommunikations-Controlling gestartet**

Mit dem Launch des interaktiven Portals [communicationcontrolling.de](http://communicationcontrolling.de) bündeln die Universität Leipzig und der Berufsverband DPRG (Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.) erstmals das vorhandene Wissen rund um Steuerung, Evaluation und Wertschöpfung von Kommunikation. Der DPRG-Arbeitskreis „Wertschöpfung durch Kommunikation“ stellt hier zudem seine aktuellen Expertenpapiere zu den Kennzahlen der Kommunikation vor.

Wie trägt Kommunikation zur Wertschöpfung bei? Kann man Public Relations, Mitarbeiter- und Kundenkommunikation konsequent an den Unternehmenszielen ausrichten? Sind Wirkungen messbar? Welche Methoden, Kennzahlen und Dienstleister gibt es? Antworten für Kommunikationsprofis in Unternehmen und Agenturen bietet ab sofort [communicationcontrolling.de](http://communicationcontrolling.de): „Wir haben den Anspruch, der Fachöffentlichkeit eine Arbeitsplattform mit dem aktuell in Wissenschaft und Praxis vorhandenen Know-how zum Thema Wertschöpfung zu bieten. Gleichzeitig lädt das Portal ausdrücklich zum Austausch und zur Vernetzung ein“, so Ansgar Zerfaß. Der Universitätsprofessor für Kommunikationsmanagement an der Universität Leipzig verantwortet die Realisierung des Portals.

Die Website [communicationcontrolling.de](http://communicationcontrolling.de) verbindet:

- Aktuelles. Neue Meldungen rund um das Thema Kommunikations-Controlling; Vorschau auf wichtige Termine im deutschsprachigen Raum.
- Kennzahlen und Value Links. Die vom DPRG-Arbeitskreis „Wertschöpfung durch Kommunikation“ entwickelten Kennzahlen der Kommunikation werden erstmals zur Diskussion gestellt.
- Wissen. Grundlagen und Definitionen des Kommunikations-Controllings; typische Kennzahlen für einzelne Bereiche der Unternehmenskommunikation; Referenzmodelle für die Umsetzung in der Praxis.
- Methoden. Definition der Methoden und Verfahren; zentrale Anwendungsbereiche; Umsetzungsanforderungen/Vor- und Nachteile; Kostenrahmen; relevante Dienstleister.
- Ressourcen. Fallstudien und weiterführende Materialien, Präsentationen oder Artikel; Literatur; Links zu relevanten Blogs, Foren, Informationsdiensten, Standards und internationalen Websites.

## **Fachdiskussion neu anstoßen**

Von 2005 bis Anfang 2007 hat der DPRG-Arbeitskreis „Wertschöpfung durch Kommunikation“ Expertenpapiere für die Felder interne Kommunikation, externe Kommunikation, Finanzkommunikation und Marketingkommunikation entwickelt. Orientierungsrahmen waren dabei die Strategy Map und die Balanced Scorecard von Kaplan/Norton. Die Papiere identifizieren jeweils

- Werttreiber
- Value Links (Wertverbindungen)
- Key Performance Indicators der Kommunikation.

Das Ziel dieses Projekts besteht darin, den Konsens und die Konvergenz zu den Kennzahlen im strategischen Kommunikations-Controlling weiter voranzutreiben. Jörg Pfannenberg, Leiter des Arbeitskreises: „Wir sehen unsere Aufgabe darin, den Erfahrungsaustausch über Kennzahlen und vor allem ihre Anwendung in Gang zu bringen. Unsere Expertenpapiere repräsentieren den gegenwärtigen State of the Art der Diskussion zum Thema und liefern belastbare Implementierungsansätze. Auf [communicationcontrolling.de](http://communicationcontrolling.de) stellen wir unsere Thesen erstmals einer breiteren Öffentlichkeit vor. Mit diesem Input hoffen wir, die Fachdiskussion zu beleben und qualitativ zu verbessern.“

## **Über die Initiatoren**

Die Universität Leipzig, Nr. 1 im Handelsblatt Karriere-Ranking 2006 der Medien-Studiengänge, gilt als führender Forschungsstandort und Think Tank für Kommunikationsmanagement und Public Relations in Deutschland. Wesentliche Eckdaten auf dem Weg dorthin sind: 1409 Gründung der Universität als zweitälteste deutsche Hochschule, 1916 Geburtsstunde der Kommunikationswissenschaft in Europa mit dem Institut für Zeitungskunde des Nationalökonom Karl Bücher, 1993/94 erster Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/PR in Deutschland (Prof. Dr. Günter Bentele), 2006 zusätzlich Universitätsprofessur für Kommunikationsmanagement (Prof. Dr. Ansgar Zerfuß), 2007 Start des ersten deutschen Master-Studiengangs Communication Management. Aktuelle Forschungsschwerpunkte: Strategie und Wertschöpfung, Vertrauen, Corporate Social Responsibility, Innovations- und Technologiekommunikation, Social Web und investigative Konsumenten, Markenkommunikation.

Die Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG), Berlin, ist mit mehr als 2.500 Mitgliedern aus allen Wirtschaftsbereichen der Berufsverband der Kommunikationsmanager und PR-Fachleute in der Bundesrepublik Deutschland. Die DPRG vertritt die berufsständischen Interessen seiner Mitglieder, verpflichtet diese auf eine fachgerechte Berufsausübung, setzt sich für die Qualifizierung des Nachwuchses ein und fördert das Ansehen der Public Relations in der Öffentlichkeit. Mitglieder sind Kommunikationsverantwortliche und Mitarbeiter der PR-Abteilungen und Pressestellen der Wirtschaft, Behörden, Verbände, Institutionen, Kirchen und Agenturen sowie Mitglieder in Ausbildung und Studium.

## **Kontakt**

Universität Leipzig  
Abteilung Kommunikationsmanagement und Public Relations  
Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Dr. Mark-Steffen Buchele  
Burgstr. 21  
01409 Leipzig  
Tel.: +49 341-97350-40  
Fax: +49 341-97350-49  
E-Mail: zerfass@uni-leipzig.de

Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.  
Arbeitskreis „Wertschöpfung durch Kommunikation“  
Jörg Pfannenber  
JP|KOM GmbH  
Grafenberger Allee 115  
40237 Düsseldorf  
Tel.: + 49 211-68 78 35-12  
Fax: + 49 211-68 78 35-50  
E-Mail: joerg.pfannenber@jp-kom.de

Mehr Informationen und Pressefotos im Internet:  
[www.communicationmanagement.de](http://www.communicationmanagement.de), [www.dprg.de](http://www.dprg.de)