

Presseinformation (27. September 2007)

European Communication Monitor 2007: Universität Leipzig stellt Ergebnisse der ersten europaweiten Studie zu Zukunftstrends in Kommunikationsmanagement und PR vor

- Unternehmenskommunikation löst bis 2010 Marken-PR als wichtigste Teildisziplin ab
- Presse- und Medienarbeit verlieren dramatisch an Bedeutung, Online-Kommunikation liegt im Trend
- Wertschöpfungsbeitrag der Kommunikation wird nur von jedem dritten PR-Manager evaluiert
- Befragte aus 22 Ländern erwarten einen Budgetzuwachs von 14 Prozent und neue Arbeitsplätze

Anlässlich der Jahreskonferenz der European Public Relations Education and Research Association (Euprera) in Roskilde, Dänemark, wurde heute die erste transnationale Studie zur Entwicklung von Kommunikationsmanagement und Public Relations in Europa vorgestellt. Grundlage ist eine Umfrage bei rund 1.100 Kommunikationsverantwortlichen aus 22 Ländern auf hohem Niveau – jeder zweite verfügt über mehr als zehn Jahre Berufserfahrung in der Branche. Die Studie wurde von einem internationalen Forscherteam unter Leitung von Prof. Dr. Ansgar Zerfaß vom Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig durchgeführt. Beteiligt waren namhafte PR-Forscher der Universitäten Amsterdam, Bukarest und Ljubljana sowie der Stockholm School of Economics. Die Studie wurde ermöglicht durch ein Sponsoring der Hugin Group, eines europaweit tätigen Unternehmens der NYSE Euronext, das sich auf die Verbreitung von Presse- und Investor Relations-Informationen spezialisiert hat.

Eine Zusammenfassung der Studienergebnisse und die komplette Ergebnisdokumentation mit zahlreichen Abbildungen (52 Seiten) können in englischer Sprache im Internet abgerufen werden unter **www.communicationmonitor.eu**.

Der European Communication Monitor 2007 analysiert die sich wandelnden Rahmenbedingungen für Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen und Agenturen. Die Studie identifiziert strategische Herausforderungen, Handlungsfelder und Instrumente sowie deren Bedeutungszunahme bzw. -verlust. Darüber hinaus werden spezifische Aspekte wie die Ansprache junger Zielgruppen, die Kommunikation von Innovationen, Vertrauen sowie Evaluation/Wertschöpfung untersucht. Das umfangreiche, im April/Mai 2007 erhobene Datenmaterial wurde mit Methoden der empirischen Sozialforschung und statistischen Verfahren ausgewertet sowie qualitativ interpretiert.

Über EUPRERA

Die European Public Relations Education and Research Association (EUPRERA) ist der europäische Verband der PR-Wissenschaftler und akademisch engagierter Branchenvertreter. Die unabhängige Organisation mit

Sitz in Brüssel fördert und unterstützt die internationale Vernetzung von Forschung und Praxis durch Projekte, Kongresse und Nachwuchsprogramme. Mehr Informationen: www.euprera.org

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. Günter Bentele und Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, 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

Pressekontakt

Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß | Tel. +49-341-97-35040

Mehr Informationen und Pressefotos im Internet: www.communicationmanagement.de