

Verlängerung der strategischen Forschungspartnerschaft

Fink & Fuchs PR erweitert Forschungsk Kooperation mit der Universität Leipzig

WIESBADEN/LEIPZIG, 10. November 2009 – Nach erfolgreicher dreijähriger Zusammenarbeit verlängert die Fink & Fuchs Public Relations, Wiesbaden, die strategische Partnerschaft mit der Universität Leipzig um weitere drei Jahre. Die bislang bestehende Kooperation mit der Abteilung Kommunikationsmanagement und Public Relations im Bereich Innovation & Technologie wird auf das Themenfeld Online-Kommunikation ausgedehnt. Um die Forschung zu dieser zukunftssträchtigen Kommunikationsdisziplin weiter voranzutreiben, wird zudem ein dreijähriges Promotionsstipendium zum Themenschwerpunkt „Online-Kommunikation“ (Online-PR, Social Media) an der Universität Leipzig ausgeschrieben. Die Eckdaten sind unter www.ffpr.de und www.communicationmanagement.de verfügbar. Interessenten können sich bis zum 20. Dezember 2009 bewerben.

Positive Bilanz einer dreijährigen Kooperation

Die Zusammenarbeit mit der Universität Leipzig, einer der Top-Adressen für Medien-Studiengänge in Deutschland, umfasste in den vergangenen Jahren ein dreijähriges Forschungsprojekt zur Innovationskommunikation und den Transfer der Ergebnisse in die Praxis über eine eigene Veranstaltungsreihe, Publikationen sowie Vorträge auf einer Vielzahl von Fachveranstaltungen. Nicht zuletzt entstand mit dem Buch „Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement“ ein neues Standardwerk zum Thema. Abgerundet wurde die Zusammenarbeit durch Workshops mit Praktikern und Lehrveranstaltungen an der Universität, die vom Lehrstuhl von Professor Dr. Ansgar Zerfaß und Fink & Fuchs PR initiiert wurden.

„Die hervorragende Zusammenarbeit und der konstruktive bilaterale Austausch mit der Universität haben uns dazu bewogen unsere Kooperation auszubauen.“, so Stephan Fink, Vorstandssprecher von Fink & Fuchs Public Relations. „Als führende Agentur für die

Kommunikation von Technologiethemen möchten wir mit diesem nachhaltigen Engagement und der Ausdehnung auf das immer wichtiger werdende Themenfeld „Online-Kommunikation“ die Forschung rund um unsere Kernthemen weiter fördern und unserer Themenkompetenz verstärken.“ Wie schon in den vergangenen Jahren wollen die Partner einen Beitrag zur weiteren Professionalisierung des Kommunikationsmanagements und damit zur Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft leisten. „Die Kommunikation im Internet und in sozialen Netzwerken fordert die Wirtschaft zum Umdenken auf. Die Steuerungsparadigmen der klassischen PR funktionieren nicht mehr, wir müssen uns auf neue Darstellungsformen und Rezeptionsmuster einstellen – und dabei Kosten und Nutzen nicht aus dem Auge verlieren“, sagt Professor Ansgar Zerfaß vom Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig. „Fundierte Forschung zu Unternehmenskommunikation in Internet und Social Media ist dringend notwendig. Das Thema steht derzeit europaweit auf der Agenda der Kommunikationsmanager ganz oben und verspricht konkrete Erkenntnisse für die Praxis. Wir freuen uns auf die Fortsetzung der Partnerschaft mit Fink & Fuchs PR und spannende gemeinsame Projekte.“

3.160 Anschläge bei durchschnittlich 55 Zeichen pro Zeile

Weitere Informationen:

Fink & Fuchs Public Relations AG
Stephan Fink
Berliner Straße 164 - D-65205 Wiesbaden
Telefon: 06 11 - 74 13 10
E-Mail: stephan.fink@ffpr.de
www.ffpr.de | www.ffpress.net | www.twitter.com/finkfuchs

Universität Leipzig - Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Prof. Dr. Ansgar Zerfaß
Burgstraße 21 - D-04109 Leipzig
Telefon: 03 41 – 9 73 50 40
E-Mail: zerfass@uni-leipzig.de - www.communicationmanagement.de

Kurzprofil Fink & Fuchs Public Relations AG

Fink & Fuchs Public Relations AG ist die Agentur für erfolgreiche Kommunikation von Technologiethemen und beschäftigt in Wiesbaden und München aktuell 73 Mitarbeiter. Das 1988 gegründete Unternehmen erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2008 einen Honorarumsatz von 6,67 Mio. Euro und war zum fünften Mal in Folge die Nr. 1 der Technologie-Spezialagenturen sowie auf Platz 14 im Gesamtranking aller deutschen PR-Agenturen (Quelle: PR-Ranking 2008).

Zu den ca. 50 Kunden der Agentur zählen unter anderem: Adobe Systems, Carl Zeiss, Cisco Deutschland, Computacenter, EMC, Epson Deutschland, Fonic, GAD, Microsoft Deutschland, Mobotix, o2 Germany, Psion Teklogix, Schott Solar oder TÜV Hessen.

Seit 2006 ist Fink & Fuchs PR strategischer Partner der Universität Leipzig. Die Kooperation mit dem Lehrstuhl von Prof. Dr. Ansgar Zerfaß in der Abteilung Kommunikationsmanagement und Public Relations im Bereich Innovation & Technologie wurde 2009 auf das Themenfeld Online-Kommunikation ausgedehnt.

Seit 2003 wurde die Agentur mit 17 führenden PR- und Kommunikationspreisen ausgezeichnet: 2009 mit dem Internationalen Deutschen PR-Preis „Presse- und Medienarbeit“, „B-to-B“ und „Corporate Publishing“, 2008 mit dem Sabre Award „German Consultancy of the Year“, dem Deutschen PR-Preis - Kategorie „Issues und Reputationsmanagement“, den PR-Report Awards CSR und B-to-B, einem BCP-Award und dem European Excellence Award „Germany“.

Kurzprofil Universität Leipzig – Abteilung Kommunikationsmanagement und PR

Die Universität Leipzig gilt als einer der führenden Forschungsstandorte und Think Tank für Kommunikationsmanagement und Public Relations in Europa. Im Master-Studiengang Communication Management (seit 2007) werden Unternehmensführung und Kommunikation erstmalig in Deutschland konsequent integriert. Bundesweite Auszeichnungen für Absolventen (u. a. Albert-Oeckl-Preis der DPRG 2009, Nachwuchspreis Bundesverband Deutscher Pressesprecher 2009 und 2007, Deutscher PR-Preis 2008, PR Report Student des Jahres 2008) belegen die Qualität der Ausbildung. Die Forschungsleistung der Abteilung kommt in über 50 deutsch- und englischsprachigen Büchern und mehreren hundert Fachbeiträgen zum Ausdruck. Das Spektrum reicht von Vertrauen und Reputation in der Mediengesellschaft über Themen wie Wertschöpfung durch Kommunikation, Kommunikations-Controlling, Interaktive Medientechnologien, Innovations- / Technologiekommunikation bis hin zu Corporate Publishing sowie Fragen des Berufsfelds und der PR-Ethik. Zahlreiche empirische Studien, u. a. der jährliche European Communication Monitor sowie qualitative Analysen mit börsennotierten Firmen und Verbänden werden kontinuierlich betreut und durchgeführt.