



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

CEC Centre for
Entrepreneurship
Communication

Universität Leipzig
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
c/o Prof. Dr. Alexander Godulla
Nikolaistraße 27-29
D-04109 Leipzig

Research and Expertise for Startups

Prof. Dr. Alexander Godulla

Prof. Dr. Christian Hoffmann

Prof. Dr. Cornelia Wolf

Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Unser Thema: Strategische Kommunikation als Erfolgsfaktor für Startups

Startups sind ein bedeutender Bestandteil unseres Wirtschaftssystems. Sie bergen Potenzial für Innovation, Wertschöpfung und Beschäftigung. In reifen Volkswirtschaften mit geringer Wachstumsdynamik wie auch in traditionell strukturschwachen Regionen werden große Hoffnungen mit Unternehmensneugründungen verbunden. In Deutschland bemühen sich daher Bund, Länder und Kommunen sowie auch zahlreiche Unternehmen und Stiftungen um die Förderung von Startups.

Ein kritischer Erfolgsfaktor bei der Etablierung neuer Unternehmen ist die Kommunikation: Startups und Gründer müssen unter Zeitdruck und mit geringen Ressourcen Beziehungen zu Kunden und Kapitalgebern aufbauen, engagierte Mitarbeiter anwerben und sich im öffentlichen Diskurs positionieren. Eine gute Reputation, faszinierende Marken, Thought Leadership, eine dynamische Unternehmenskultur sowie ein exzellentes Netzwerk zu Meinungsmachern und Influencern sind ebenso wichtig wie Technologien, Kundennutzen und Kapital. Wer am Anfang falsche Wege einschlägt, kann dies später kaum mehr korrigieren. Die spezifischen Herausforderungen für die strategische Kommunikation von Startups erfordern maßgeschneiderte Modelle und Instrumente. Das etablierte Wissen aus Unternehmens-, Marketing- und Finanzkommunikation wurde bislang aber nur in Ansätzen für Gründer fruchtbar gemacht und spezifische Forschung zum Thema ist fast nicht existent. Hier setzt das Center for Entrepreneurship Communication (CEC) an.

Das CEC bringt ausgewiesene Experten aus Kommunikationswissenschaft, Marketing und angrenzenden Disziplinen sowie aus der Kommunikationspraxis zusammen, um das Wissen um die erfolgreiche Kommunikation von Startups zu erweitern, Startups und Jungunternehmer bei ihrer strategischen Kommunikation zu professionalisieren, Partner von Gründern (bspw. Gründerzentren und Berater, Innovation-Units von Großunternehmen, Business Angels, Investoren) bei diesen Themen zu orientieren sowie an Unternehmensneugründungen interessierte Studierende aller Disziplinen mit einschlägigen Kompetenzen auszustatten. Die Erkenntnisse, Konzepte und Modelle des CEC basieren auf fundierter wissenschaftlicher Forschung. Das Center leistet damit einen Beitrag zur Stärkung des Entrepreneurships im deutschsprachigen Raum und darüber hinaus.

Unsere Leistungen: Forschung, Weiterbildung, Wissenstransfer

Forschung

In empirischen Forschungsprojekten widmet sich das CEC den Herausforderungen der strategischen Startup-Kommunikation. Beleuchtet wird dabei die Kommunikation mit Kunden und Kapitalgebern, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die Anwerbung von Mitarbeitern, die interne und Führungskommunikation und die Gründerkommunikation. In der Regel zeichnen sich Startups dadurch aus, dass nur geringe Kommunikationskompetenzen in der Organisation verankert sind, Kommunikationsressourcen und -strukturen weitgehend fehlen oder nur schwach ausgeprägt sind. Gerade vor diesem Hintergrund sind die frühzeitige Etablierung und kontinuierliche Weiterentwicklung strategischer Kommunikation eine kritische Herausforderung.

Kenntnisse hierzu, bewährte Konzepte oder Modelle liegen jedoch bisher nicht vor. Das Center erarbeitet daher grundlegende Erkenntnisse im Feld der Startup-Kommunikation. Das Team des Centers verfügt über ausgewiesene und international anerkannte Erfahrung in der empirischen Forschung im Feld der Unternehmenskommunikation. Seine Erfahrungen, internationale Netzwerke, enge Kontakte zu führenden Entscheidern der Kommunikationspraxis sowie ein fundiertes methodisches Knowhow werden im Rahmen des CEC auf den Gegenstand der strategischen Startup-Kommunikation angewandt.

Weiterbildung

Das CEC entwickelt ein auf aktuellen Forschungsergebnissen und Best-Practices aufbauendes Weiterbildungsangebot für Startups, das sich auf den gesamten Prozess des strategischen Kommunikationsmanagements bezieht. Im Rahmen eines intensiven Transfers in Startup-Organisationen hinein sollen aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse sowie konkrete Modelle und Strategien der Startup-Kommunikation an neue sowie bereits bestehende Jungunternehmen vermittelt werden. Dabei kooperiert das CEC mit Initiativen zur Förderung von Gründern sowie Beratern und unterstützt diese bei ihren Kernaufgaben.

Das Team des CEC engagiert sich in den Weiterbildungsprogrammen von Netzwerkpartnern und berät diese beim Aufbau neuer Angebote, organisieren eigene Formate zur Kompetenzvermittlung und stehen interessierten Startups auch für eine persönliche Beratung und Coachings zur Verfügung.

Wissenstransfer

Ein weiterer Tätigkeitsschwerpunkt des CEC ist die Verankerung der aktuellen Forschungsergebnisse zur strategischen Startup-Kommunikation in der akademischen Lehre. In den Studiengängen des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig und darüber hinaus werden Studierende durch entsprechende Lehrformate auf einen innovativen und wachsenden Arbeitsmarkt vorbereitet. Interessierte Studierende sollen so mit den Kompetenzen ausgestattet werden, den Weg einer Unternehmensgründung erfolgreich zu bestreiten – oder als Mitarbeitende von Startups zur Professionalisierung von dessen Kommunikation beizutragen.

Das CEC hat sich gleichzeitig zum Ziel gesetzt, das Thema Startup-Kommunikation stärker im öffentlichen Diskurs sichtbar zu machen. Daher soll ein Award ins Leben gerufen werden, mit dem eine einschlägig besetzte Jury besonders gelungene Beispiele einer innovativen Kommunikation von Startups prämiert wird.

Ausgewählte Arbeiten des Teams zum Thema Entrepreneurship und Startups

Forschung

Strategiekommunikation beim Wechsel der Unternehmensstrategie: Herausforderungen und Handlungsmöglichkeiten beim Pivot von Startups (2019, Ansgar Zerfaß)

Social Entrepreneurship Organizations im Spannungsfeld zwischen Profit- und Gemeinwohlorientierung (2018, Cornelia Wolf)

Die Ausgestaltung Interner Kommunikation in Startups. Eine Untersuchung anhand phasenspezifischer Herausforderungen im Unternehmenslebenszyklus (2017, Christian Hoffmann)

Crowdfunding als Finanzierungsalternative für Medienprodukte. Ein inhaltsanalytischer Vergleich internationaler Crowdfundingprojekte (2014, Alexander Godulla)

Weiterbildung

Entwicklung von Tools für das Kommunikationsmanagement von Startups (2018/19, Ansgar Zerfaß)

Entwicklung von Crowdfunding-Kampagnen für Medienprojekte auf Kickstarter (seit 2015, Alexander Godulla)

Wissenstransfer

Mentoring des Startups Innovailably: Mobile-Recruiting-App Whyapply (2017-2019, Ansgar Zerfaß)

Entwicklung von Kommunikationskampagnen für diverse Startups (Lillydoo, BRLO) (2017, Christian Hoffmann)

Storytelling als wirkungsvolle Marketingstrategie im Limited-Budget-Bereich am Praxisbeispiel einer Kampagne für ein lokales Startup-Unternehmen (Alexander Godulla, 2015)

Kooperationen: So können Sie mit uns zusammenarbeiten

Das CEC unterstützt Startups und die Gründerszene in Deutschland, indem die strategische Kommunikation als kritischer Erfolgsfaktor von Jungunternehmen durch Forschung, Weiterbildung und Wissenstransfer analysiert, professionalisiert und gefördert wird. Damit fügt sich die Arbeit des CEC ein in bestehende Initiativen zur Unterstützung von Startups – fokussiert dabei aber auf das bisher noch kaum erschlossene Feld der strategischen Kommunikation. Die Angebote des CEC ergänzen daher bestehende Förder-, Forschungs- und Unterstützungsangebote.

Um gemeinsam mehr zu erreichen, pflegt das CEC Partnerschaften mit

- Initiativen zur Förderung von Gründern und Entrepreneurship (Business Angels, Investoren, Stiftungen, Wirtschaftsförderern, staatlichen Einrichtungen)
- Gründerinitiativen und -zentren
- Unternehmen, Innovation-Hubs und Beratungen, die Startups unterstützen
- Forschern im Bereich Entrepreneurship, Kommunikationsmanagement und Marketing im In- und Ausland

Gemeinsam mit seinen Partnern will das CEC

- Forschungsprojekte initiieren und durchführen,
- Forschungsergebnisse aggregieren und vermitteln,
- Weiterbildungsangebote für Gründer und Jungunternehmer entwickeln,
- Beratungen und Coachings anbieten,
- Formate für die Lehre an Hochschulen entwickeln und verbreiten;
- Best-Practices identifizieren und auszeichnen.

Das Team des CEC



V.l.n.r.: Ansgar Zerfaß, Cornelia Wolf, Alexander Godulla (Sprecher), Christian P. Hoffmann

Das CEC ist eine Initiative, die von Professoren der Universität Leipzig mit wissenschaftlicher und praktischer Erfahrung in den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Management, Kommunikationswissenschaft, Strategische Kommunikation, Investor Relations, Journalistik, Online-Kommunikation, Visuelle Kommunikation und Empirische Kommunikationsforschung geleitet wird. Projekte werden aus eigenen Ressourcen oder durch Förderungen von Projektpartnern ermöglicht.

Kontakt

Sind Sie an einer Zusammenarbeit mit dem CEC interessiert, möchten Sie unsere Anliegen unterstützen oder unsere Expertise nutzen? Dann melden Sie sich bitte jederzeit bei:

Center for Entrepreneurship Communication (CEC)
Universität Leipzig – Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
c/o Prof. Dr. Alexander Godulla
alexander.godulla@uni-leipzig.de

Biografien

Prof. Dr. Alexander Godulla

Alexander Godulla ist Professor für Empirische Kommunikations- und Medienforschung am IfKMW der Universität Leipzig; zuvor war er Professor und Dozent in Würzburg und Passau. Er leitet in Leipzig den internationalen Double-Degree-Masterstudiengang Global Mass Communication. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich des Wandels öffentlicher Kommunikation, der Etablierung neuer Darstellungsformen im Journalismus und Corporate Publishing, dem cross- und transmedialen Storytelling sowie der visuellen Kommunikation. Er verfügt über umfangreiche praktische Erfahrung im Wissenschaftsjournalismus und war mehr als ein Jahrzehnt für das Verlagshaus Gruner + Jahr tätig. Wissenschaftlich hat er diverse Studien zur Entrepreneurship-Kommunikation durchgeführt und begleitet, unter anderem zum Potential von Crowdfunding für die Entwicklung neuer Formate im Journalismus, die Rolle des Buchautors als Entrepreneur oder den Einsatz von Kickstarter in der Medienbranche.

Prof. Dr. Christian P. Hoffmann

Christian Pieter Hoffmann ist Professor für Kommunikationsmanagement am IfKMW der Universität Leipzig und verantwortet zugleich das Thema Politische Kommunikation am dortigen Institut für Politikwissenschaft. Der promovierte Wirtschaftswissenschaftler ist Dozent an der Universität St. Gallen und an der Hochschule für Wirtschaft Zürich. Hoffmann ist akademischer Leiter des Center for Research in Financial Communication u.a. in Kooperation mit der Deutschen Börse und der Deutschen Bank. Seine Forschungsschwerpunkte sind Finanzkommunikation und Investor Relations, Vertrauen und Privatsphäre im Internet, Digital Divide, Partizipation im Internet, digitale Arbeit und Sharing Economy. Hoffmann führte diverse Studien zur Finanzkommunikation sowie Online-Kommunikation von Startups durch und erarbeitet in Lehrprojekten Kommunikationskonzepten für Jungunternehmen.

Prof. Dr. Cornelia Wolf

Cornelia Wolf ist Professorin für Online-Kommunikation am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig. Darüber hinaus ist sie unter anderem Dozentin an der Leipzig School of Media und lehrte an der Universität Passau, der Ohio University (Athens, USA) sowie der Tallinn University (Estland). Sie ist Jury-Mitglied des Deutschen Preises für Onlinekommunikation. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich crossmediale, digitale und mobile Strategien von Organisationen, Innovationskommunikation, Wissenschaftskommunikation, Nonprofit-Kommunikation, multimediale Darstellungsformen sowie cross- und transmediales Storytelling für Corporate Media und im Journalismus. Wolf hat diverse Projekte und Studien zu Startups durchgeführt, unter anderem zu Herausforderungen der Start-Up-Kommunikation sowie zur Kommunikation von Social Entrepreneurship Organisationen und zu Journalisten als Marke in der Social-Media-Kommunikation.

Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Ansgar Zerfaß ist Professor für Strategische Kommunikation an der Universität Leipzig sowie Professor in Communication and Leadership (II) an der BI Norwegian Business School in Oslo. Er ist Herausgeber des International Journal of Strategic Communication sowie Initiator der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation. Seit 2007 leitet er den Global Communication Monitor, die weltweit größte empirische Studie zur Praxis des Kommunikationsmanagement in über 80 Ländern und hat bislang 35 Bücher und über 340 Aufsätze / Studienberichte in mehreren Sprachen veröffentlicht. Forschungsschwerpunkte: Kommunikationssteuerung und -Controlling, Integrierte Kommunikation, Internationale Kommunikation. Zerfaß hat zehn Jahre in leitenden Positionen des Innovationsmanagements und der Internetökonomie gearbeitet, zuletzt für eine Landesregierung. Er begleitet Startups als Mentor und hat verschiedene Forschungsprojekte zur Startup-Kommunikation durchgeführt.

Ausgewählte Publikationen des Projektteams

Prof. Dr. Alexander Godulla

Godulla, A. (2017). *Öffentliche Kommunikation im digitalen Zeitalter. Grundlagen und Perspektiven einer integrativen Modellbildung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften; Godulla, A. & Wolf, C. (2017). *Digitale Langformen im Journalismus und Corporate Publishing. Scrollytelling, Webdokumentationen, Multimedialstorys*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Godulla, A. & Wolf, C. (2018). *Digitales Storytelling. Nutzererwartungen, Usability, Produktionsbedingungen und Präsentation*. In C. Nuernbergk & C. Neuberger, C. (Hrsg.), *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technik* (S. 81-100). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften; Godulla, A. & Wolf, C. (2018). *Future of Food. Transmedia Strategies of National Geographic*. In R. P. Gambarato & G. Alzamora. (Eds.), *Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age* (pp. 162-182). Hershey, PA: IGI Global.

Prof. Dr. Christian P. Hoffmann

Hoffmann, C.P., Lennerts, S., Schmitz, C., Stölzle, W. & Uebernickel, F. (Hrsg.) (2016). *Business Innovation: Das St. Galler Modell*. Berlin: Springer. Hoffmann, C. P., Schiereck, D., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (2020, i.V.). *Handbuch Investor Relations und Finanzkommunikation*. Wiesbaden-Springer Gabler. Hoffmann, C. P., Simcic Bronn, P. & Fieseler, C. (2016). *A good reputation: Protection against shareholder activism*. *Corporate Reputation Review*, 19(1), 35-46. Hoffmann, C. P. & Aeschlimann, L. (2017). *Shielding or engaging: the use of online shareholder platforms in investor relations*. *Corporate Communications: An International Journal*, 22(1), 133-148.

Prof. Dr. Cornelia Wolf

Hooffacker, G., & Wolf, C. (Hrsg.). (2017). *Technische Innovationen – Medieninnovationen? Herausforderungen für Kommunikatoren, Konzepte und Nutzerforschung*. Wiesbaden: Springer VS. Wolf, C., & Zerfass, A. (2018). *Mobile Corporate Communications – Potentials and Contemporary Practices*. In S. Duhé (Ed.), *New Media and Public Relations* (pp. 67-75). New York: Peter Lang. Tonndorf, K., & Wolf, C. (2015). *Facebook als Instrument der Unternehmenskommunikation: Eine empirische Analyse der Relevanz und Realisation neuer Strategien*. In O. Hoffjann & T. Pleil (Hrsg.), *Strategische Onlinekommunikation: Theoretische Konzepte und empirische Befunde* (S. 235-257). Wiesbaden: Springer VS. Enke, N. & Wolf, C. (2018). *Wissenschafts- und Innovationskommunikation im Social Web. Ein Vergleich der Kommunikation und Interaktion von außeruniversitären Forschungseinrichtungen, Universitäten und Unternehmen mit ihren Stakeholdern auf Facebook*. In J. Milde, I. Vogel, I., & M. Dern (Hrsg.) (2019), *Intention und Rezeption von Wissenschaftskommunikation*. Köln: Herbert von Halem.

Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Zerfaß, A., & Volk, S. C. (2019). *Toolbox Kommunikationsmanagement. Denkwerkzeuge und Instrumente für die Steuerung der Unternehmenskommunikation*. Wiesbaden: Springer Gabler. Tench, R., Verčič, D., Zerfass, A., Moreno, A., & Verhoeven, P. (2017). *Communication Excellence – How to Develop, Manage and Lead Exceptional Communications*. London: Palgrave Macmillan. Brønn, P. S., Romenti, S., & Zerfass, A. (Eds.) (2016). *The Management Game of Communication*. Bingley, UK: Emerald. Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (Eds.) (2015). *The Routledge Handbook of Strategic Communication*. New York, NY: Routledge. Zerfaß, A., & Piwinger, M. (Hrsg.) (2014). *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.