



LEIPZIGER PUBLIC RELATIONS STUDENTEN E.V.

INHALT

Über den LPRS	S. 2
Grundsätze	S. 3
Aktivitäten	S. 3
Alumni	S. 3
PRIME	S. 4
Abteilung und Studiengänge	S. 4
Andere über uns	S. 5
Basisdaten: Kontaktdaten, Vorstand, Beirat, Förderer	S. 6
Aktuelle Pressemitteilungen	S. 8

LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V.
Zimmer 2.23
Burgstraße 21
D-04109 Leipzig

Telefon: 0163 6 85 28 65
E-Mail: info@lprs.de
URL: www.lprs.de

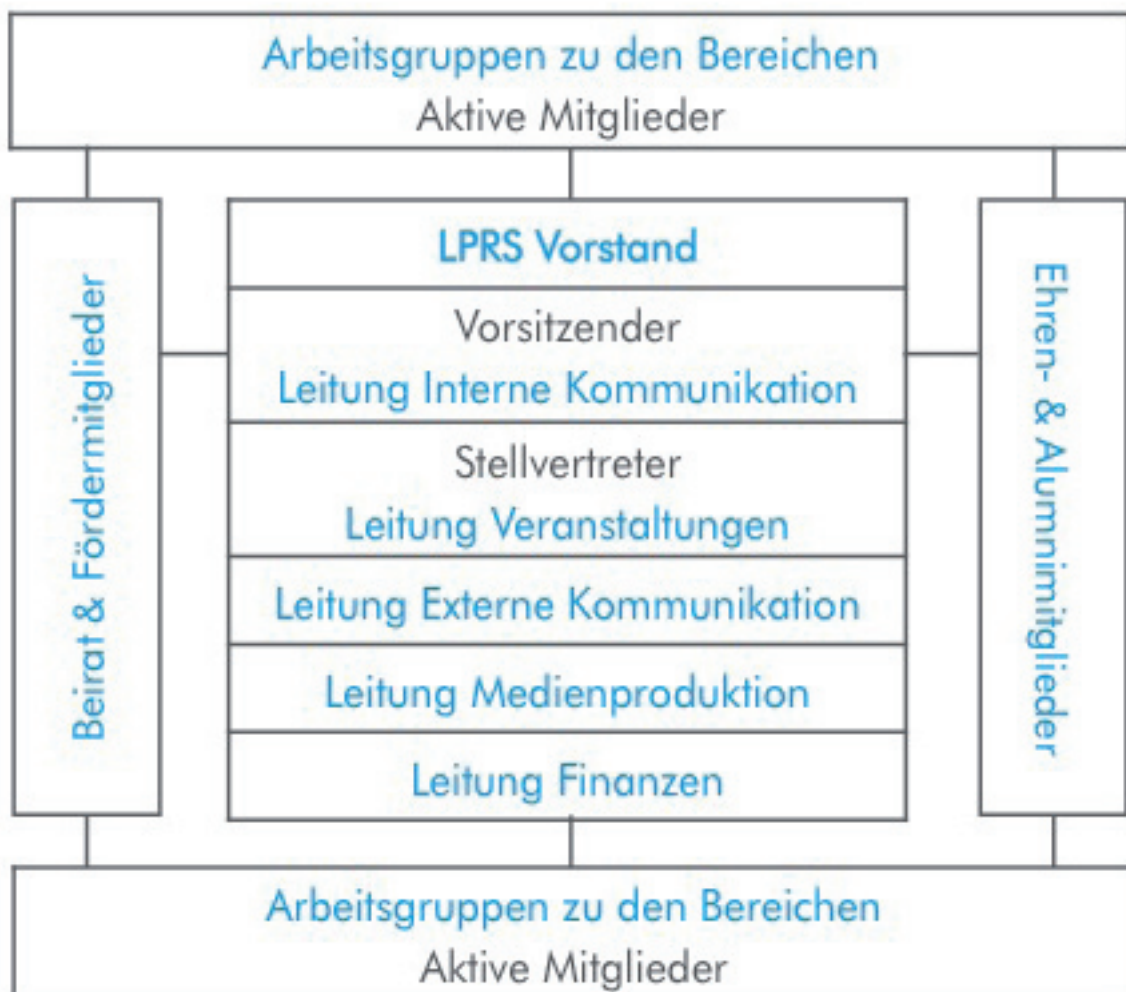
Ansprechpartner: Sina Pries (sina.pries@lprs.de)

ÜBER DEN LPRS

Nicht meckern, machen!“ - Unter diesem Leitmotto gründeten 2004 sieben PR-Studenten der Uni Leipzig den LPRS. Das Ziel: als Marke und Organisation durch Kommunikation das Renommee der Leipziger PR-Studenten steigern. War PR lange Zeit ein klassisches Feld für berufliche Quereinsteiger, sind die Anforderungen an PR-Fachleute im Zuge der Professionalisierung der Branche in den letzten Jahren massiv gestiegen. Diesen wollen die Leipziger PR-Studenten gerecht werden.

Der LPRS bietet eine breite Plattform, um das im Studium erworbene Wissen praktisch anzuwenden und in Eigenregie zu erweitern: Eventmanagement, Media Relations, Sponsorenbetreuung, Buchhaltung, Personal- und Projektmanagement, ein Team oder

gar die gesamte Organisation führen. All das kann im LPRS real ausprobiert werden. Dabei erleben die Studenten vor allem den abstrakten Begriff des „Managements“ hautnah. Die Herausforderungen, die die Umstellung auf das Bachelor- und Master-System mit sich bringt, bewältigt der LPRS erfolgreich – vor allem durch das stetige Engagement seiner Mitglieder. Seit der Gründung 2004 hat sich der LPRS als ein lebendiger Verein mit rund 200 Mitgliedern behauptet: Studenten, Alumni, Wissenschaftler, Wirtschaftsvertreter und fördernde Unternehmen. Der LPRS ist ein Netzwerk, das auf vielschichtige Weise Mehrwert für alle Beteiligten entstehen lässt.



GRUNDSÄTZE

Drei Säulen tragen den LPRS: Wissen, Netzwerk, Praxis. Daraus abgeleitet der Claim: Mehr wissen, mehr kennen, mehr können.“.

Mehr wissen: Neben dem universitären Angebot, organisiert der LPRS zusätzliche Veranstaltungen zu Themen, welche die PR-Studenten besonders interessieren und die sie vertiefen möchten. Damit gestalten LPRS-Mitglieder ihr Studium selbst aktiv mit.

Mehr kennen: In kaum einer anderen Branche wie der PR sind Netzwerke das A und O. Die Leipziger PR-Studenten bauen diese gezielt bereits während des Studiums auf, indem sie in ständigem Austausch mit führenden Branchenvertretern, Alumni und europäischen Kommilitonen stehen und diese Kontakte über eine gemeinsame Datenbank für alle Mitglieder nutzbar machen.

Mehr können: Durch die aktive Mitarbeit beim LPRS können sich die Studenten in den verschiedensten Bereichen der PR selbst ausprobieren und so die später essenzielle Praxiserfahrung sammeln. Dies geschieht über die Konzeption und Umsetzung eigener Projekte, das Erstellen von Werbematerialien, der Organisation von vielfältigen Events sowie aktive Pressearbeit.

AKTIVITÄTEN

Die Vortragsreihe WISSENSCHAFTPRAXIS schlägt die Brücke zwischen universitärer PR-Forschung und deren Anwendung in der Praxis. Mehrmals im Semester referieren hier die Führungspersönlichkeiten der Branche. Der LPRS>>PR-Salon ist eine Kooperation zwischen dem LPRS und der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig. Entgegen der üblichen Hörsaalfrontalität regen die Salonthe-men in der Villa Ida zur lebhaften Diskussion an. Hier steht der Dialog klar im Mittelpunkt. Mit dem

LPRS>>Forum lädt der Verein jährlich zu einer hochkarätig besetzten Podiumsdiskussion ein, die sich einem Schwerpunktthema der Kommunikationsbranche widmet. Dieser Höhepunkt des Vereinsjahres ist zugleich der Auftakt zum jährlichen LPRS>>Alumnitreffen. Neben den Heimspielen“ besuchen die PR-Studenten beim LPRS>>on tour wichtige Standorte der deutschen Kommunikationslandschaft und lernen in Berlin beispielsweise mehr über Lobbying, in Hamburg über PR und Journalismus und in Frankfurt am Main über Finanzkommunikation. Außerdem ist der LPRS bei den wichtigsten Branchenterminen vertreten, so zum Beispiel mit einem eigenen Messestand beim Kommunikationskongress in Berlin.

ALUMNI

Der LPRS hat sich den Aufbau eines Netzwerkes der ehemaligen PR-Studenten der Universität Leipzig zur Aufgabe gemacht. Bisher wurden zu diesem Zweck über 200 Kontaktdaten ehemaliger Studenten aufwendig recherchiert und ständig aktualisiert. Heute sind die Absolventen in den unterschiedlichsten Bereichen der PR tätig: Agenturen, Unternehmen, Berufsverbände, Hilfsorganisationen, Hochschulen, Parteien und politische Institutionen. Unter ihnen finden sich Trainees ebenso wie Leiter der Unternehmenskommunikation, Agenturgründer sowie angestellte Geschäftsführer, Wissenschaftler und Praktiker.

Der LPRS will diese Menschen zusammenbringen und ihnen den Austausch untereinander ermöglichen. Der LPRS möchte Anlauf- und Schnittstelle sein zwischen den Ehemaligen, den heutigen Studenten und dem Institut. Das bestehende weit verzweigte informelle Netzwerk haben wir in den letzten Jahren gezielt ausgebaut, besser nutzbar gemacht und institutionalisiert. “Einmal Leipziger PR-Student - immer Leipziger PR-Student” - das ist der Geist des LPRS.

Einmal im Jahr veranstaltet der LPRS ein großes Alumnitreffen mit attraktiven Workshops, Seminaren und Vorträgen. Zudem sind mittlerweile sieben

Regionalgruppen entstanden: In Berlin, Rhein-Ruhr, Frankfurt/Main, Hamburg, München, Sachsen und London treffen sich die Alumni zum Austausch. Infos unter www.lprs.de/netzwerk/alumni

PRIME

Der LPRS ist Teil von PRIME – the European Association of PR and Communications Students. Dem europäischen Verband der PR-Studenten gehören über 500 Mitglieder aus 18 Ländern an. Dreimal im Jahr treffen sich die PRIME-Students zu Kongressen in einem der Mitgliedsländer. So waren LPRS-Mitglieder mittlerweile zu Gast in Turin, Lissabon, Brüssel, St. Petersburg, Ljubljana und Barcelona. PRIME ist für den LPRS auch das Bindeglied in die ganze Welt: Durch Partnerschaften sind die PRIME-Mitglieder wiederum mit anderen Organisationen wie der Global Alliance, EUPRERA oder der Public Relations Students Society of America (PRSSA) vernetzt.

ABTEILUNG UND STUDIENGÄNGE

Die Universität Leipzig gilt als führender Forschungsstandort und Think Tank für Kommunikationsmanagement und Public Relations. Laut einer Studie des BdP (2009) bietet das Institut um Prof. Günter Bentele und Prof. Ansgar Zerfaß die in der PR-Branche renommierteste Ausbildung in Deutschland.

Master Communication Management

Die Universität Leipzig ist der erste Standort im deutschsprachigen Raum mit einem Masterabschluss, der sowohl anspruchsvolle akademische Theorie und Forschung auf Universitätsniveau vermittelt als auch praktische Führungstätigkeiten im Bereich PR und Kommunikationsmanagement. Zur Zulassung sind mindestens sechs Monate

praktische Arbeit, ein sehr guter Bachelor-Abschluss im kommunikationswissenschaftlichen Bereich und einiges mehr Grundvoraussetzung. Der Studiengang bietet in vier Semestern eine Vielzahl an Modulen mit Themenschwerpunkten wie Strategisches Kommunikationsmanagement, Theorien des Kommunikationsmanagements oder Management, Organisation und Führung an. Hinzu kommt ein praktisch angelegtes Projekt, in dessen Rahmen die Studenten für Unternehmen wie Vattenfall oder Volkswagen zum Beispiel ein Kommunikationskonzept erarbeiten oder eine eigene Studie durchführen.

Bachelor Kommunikations- und Medienwissenschaft

Der sechssemestrige Bachelor Kommunikations- und Medienwissenschaft gibt einen allgemeinen Überblick über die einzelnen Forschungsfelder und Teilgebiete der KMW. Dazu gehören Öffentlichkeitsarbeit/PR, Historische und Systematische Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft und -kultur, Medienpädagogik, Buchwissenschaft/Buchwirtschaft sowie Journalistik. Ziel ist es, einen ersten berufsqualifizierenden Studienabschluss zu erlangen, der sowohl für die Aufnahme eines weiterführenden Studiums als auch für den Einstieg in die Berufswelt dient. Er ist zwar kein spezifischer PR-Studiengang, dient aber als Voraussetzung für eine anschließende Spezialisierung in diesem Bereich.

Magisterstudiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft

Der auslaufende Magisterstudiengang bietet die Möglichkeit, fünf kommunikationswissenschaftliche Bereiche zu studieren und im Hauptstudium einen dieser Bereiche als Schwerpunktfach zu wählen. Neben der historischen und systematischen Kommunikationswissenschaft, der empirischen Kommunikations- und Medienforschung, der Medienwissenschaft und -kultur, Medienpädagogik und Buchwissenschaft sind dies auch Journalistik und Öffentlichkeitsarbeit. Im neunsemestrigen Studium können sich die Studenten somit umfangreich auf die PR spezialisieren. In Vorlesungen, Seminaren und Projekten bereiten sie sich sowohl akademisch anspruchsvoll als auch praxisbezogen ideal vor auf einen Berufseinstieg in der Kommunikationsbranche.

Abteilung für Kommunikationsmanagement und Public Relations

1994 als erster universitärer Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/PR um Professor Dr. Günter Bentele gegründet, gilt Leipzig seither als einer der wichtigsten Standorte akademischer PR-Ausbildung. Seit 2006 ergänzt zudem Professor Dr. Ansgar Zerfaß mit einer zweiten Professur für den Bereich Kommunikation in Wirtschaft und Politik“ das Lehrangebot, woraufhin der Lehrstuhl zur Abteilung für Kommunikationsmanagement und Public Relations umstrukturiert wurde. Weiterhin sorgen zwei renommierte Honorarprofessoren, acht wissenschaftliche Mitarbeiter sowie zahlreiche Lehrbeauftragte aus Führungspositionen in Wirtschaft, Medien und Politik für eine enge Vernetzung von Theorie und Praxis als Kennzeichnung für das Leipziger Profil. Weitere Infos unter: www.communicationmanagement.de.

ANDERE ÜBER UNS

Für mich ist der Kontakt zu jungen, diskussionsfreudigen, kreativen und leidenschaftlichen Menschen –wie den Leipziger PR-Studenten- ein Elixier. Ich bekomme Anregungen, Akzente und Feedback und freue mich auf eine neue professionelle Generation von Kommunikatoren, die hier heranwächst.“

Toni Lösch, Leiter Unternehmenskommunikation, Siemens Deutschland

Der LPRS als Bindeglied zwischen Theorie und Praxis spielt bei der Ausbildung der Leipziger PR-Professionals eine immer bedeutendere Rolle. Ich freue mich sehr, dass diese wegweisende Initiative einen wichtigen Beitrag zur weiteren Qualifikation der Leipziger Studenten leistet.“

Bernhard Fischer-Appelt, Geschäftsführender Gesellschafter, fischerAppelt Kommunikation GmbH

Die Uni Leipzig bildet junge PR-Leute so aus, wie sie der Markt braucht. Das Studium ist akademisch höherwertiger als an einer Fachhochschule, zugleich aber stärker praxisorientiert als an vergleichbaren Hochschulen. Es macht Spaß als Lehrbeauftragter

mit den hoch motivierten Leipziger Studenten zu arbeiten.“

Peter Höbel, Geschäftsführender Gesellschafter, crisadvice GmbH - Unternehmensberatung für Krisenmanagement

Am meisten haben mich das Engagement und das Interesse der Leipziger PR-Studenten beeindruckt. Es ist doch eher selten, dass man auf solch motivierte junge Leute trifft. Leider gab es zu meiner eigenen Studienzeit keine Vereinigung wie den LPRS. Wenn diese Gruppe so engagiert weitermacht wie bisher, bin ich sicher, dass man noch eine Menge von ihnen hören und lesen wird.“

Stefan Keuchel, Head of PR, Google Germany GmbH

Der LPRS ist die Adaption des Lehrstuhls PR in Leipzig, weil Studenten von sich aus und ohne Forderungen an Universität, Institutionen oder Staat, großartiges für die PR-Ausbildung leisten. Welche Universität hat die Chance attraktive Vorträge von der crème de la crème der deutschen PR-Szene zu hören? Große Persönlichkeiten geben den Studenten Impulse und Informationen die sie nie vergessen werden. Das ist einzigartig in Deutschland, vielleicht sogar in Europa.“

Prof. Jürg W. Leipziger, Geschäftsführender Gesellschafter, Leipziger & Partner Gruppe, Honorarprofessor für Kommunikationsmanagement an der Uni Leipzig, Ehrenpräsident der GPRA

Der LPRS ist eine großartige Initiative und ich kann Sie nur dazu beglückwünschen auf diesem Weg weiterzugehen. Ich finde die Veranstaltung dermaßen gut organisiert und durchdacht, dass ich mir um die Beteiligten dieses Vereins beruflicher Natur überhaupt keine Sorgen mache.“

Dieter Schulze van Loon, Geschäftsführender Gesellschafter, Molthan van Loon Communications Consultants, Präsident GPRA - Gesellschaft Public Relations Agenturen

Basisdaten

LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V.

Zimmer 2.23
Burgstraße 21
D-04109 Leipzig

Telefon: 0163 6 85 28 65
E-Mail: info@lprs.de
URL: www.lprs.de

Ansprechpartner: Sina Pries (sina.pries@lprs.de)

VORSTAND

[Christoph Reimann](#) (Vorsitzender, Ltg. Netzwerk)
christoph.reimann@lprs.de

[Sandra Tietz](#) (Stv. Vorsitzende, Ltg. Events)
sandra.tietz@lprs.de

[Christian Engel](#) (Finanzvorstand)
christian.engel@lprs.de

[Christian Berg](#) (Ltg. Medienproduktion)
christian.berg@lprs.de

[Sina Pries](#) (Ltg. Kommunikation)
sina.pries@lprs.de

MITGLIEDERSTRUKTUR

56 aktive Mitglieder
100 Alumni
10 Beiräte
14 Fördermitglieder

BEIRAT

Prof. Dr. Günter Bentele
Inhaber des Lehrstuhls für ÖA/PR, Universität Leipzig

Christof Ehrhart
Head of Corporate Communications / Executive Vice President, Deutsche Post DHL

Dr. Thomas Gauly
Partner & Vorstand, CNC - Communications & Network Consulting AG

Lars Großkurth
Consumer Marketing Manager, Reemtsma Cigarettenfabriken GmbH

Prof. Jürg W. Leipziger
Honorarprofessor a.D., Universität Leipzig / Ehrenpräsident GPRA

Dieter Schulze van Loon
Präsident GPRA / Geschäftsführender Gesellschafter, Molthan van Loon Communications Consultants

Prof. Dr. Bernd Schuppener
Honorarprofessor, Universität Leipzig / Principal Partner, Hering Schuppener Unternehmensberatung für Kommunikation GmbH

Timo Sieg
Senior Partner & CEO Europe, Ketchum Pleon

Dr. Werner Süss
Managing Director, Vattenfall Europe Sales

Prof. Dr. Ansgar Zerfaß
Inhaber des Lehrstuhls für Kommunikationsmanagement in Politik und Wirtschaft, Universität Leipzig

FÖRDERER

A&B ONE Kommunikationsagentur GmbH, achtung!, ergo Unternehmenskommunikation,
Fink & Fuchs Public Relations AG, Helios Media, Hugin Germany AG,
Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation, komm.passion,
Medienstiftung der Sparkasse Leipzig, Molthan van Loon Communications Consultants (GPRA),
Neuland PR, PMG Presse-Monitor, PR-Journal, Reemtsma Cigarettenfabriken GmbH,
Verlag Dieter Zimpel / GWV Fachverlage

SPEZIALISIERT, GENERALISIERT, INTEGRIERT?

Das 5.LPRS>>Forum blickt auf die Zukunft der Agenturlandschaft

Generalisierung oder Spezialisierung – welche Aufstellung verspricht Kommunikationsagenturen künftig mehr Qualität bei der Dienstleistung und mehr Erfolg beim Kunden? Diese Frage stand im Mittelpunkt des 5. LPRS>>Forums am 23. April 2010 unter dem Motto „Bitte wenden! Vom Spezialisten zum Generalisten. Und zurück?“ Diskutiert wurde es bis zuletzt kontrovers durch die prominenten Podiumsgäste, welche der LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V. auf die Bühne geholt hatte. Im Leipziger Grassimuseum sprachen Béla Anda (Chief Communication Officer, AWD), Rupert Ahrens (Geschäftsführender Gesellschafter, A&B Communications Group), Klaus Dittko (Partner und Vorstand, Scholz and Friends Group) sowie Jan Liepold (Geschäftsführender Gesellschafter, LoeschHundLiepold) über die Auswirkungen des Ansatzes der integrierten Kommunikation. Die Runde in der frisch restaurierten Pfeilerhalle des Museums moderierte W&V-Redakteurin Daniela Winderl.

Einig waren sich die Experten darüber, dass Kommunikationsaktivitäten von PR bis Werbung zusammen gedacht werden müssten. Ob sie allerdings „aus einer Hand“ kommen sollten, wie bei Ahrens‘ und Dittkos Unternehmen, oder auch „aus einem Guss“ mit Kooperationsagenturen, wie bei Liepolds Beratung, verwirklicht werden können, muss der Markt entscheiden. Der Wandel der Branche ist in vollem Gange – seine Richtung ist aber noch offen.

Beim Empfang im Anschluss an die Podiumsdiskussion kamen Branchengäste, Alumni und Leipziger PR-Studenten zusammen und nutzten die Gelegenheit, alte Kontakte aufzufrischen und neue zu knüpfen.

„Wir sind stolz darauf, dass wieder so viele hochkarätige Gäste und Alumni zu uns nach Leipzig gekommen sind“, so Christoph Reimann, Vorsitzender des Vorstands des LPRS, „In seinem fünften Jahr ist das LPRS>>Forum zu einer festen Größe im Kalender der Branche geworden.“

Bildmaterial

Logos und zahlreiche Fotos finden Sie unter www.lprs.de/presse/fotos