



Entrepreneurial Communication

Durch die Kombination der Forschungsschwerpunkte „Entrepreneurship“ und „Kommunikationsmanagement“ eröffnet der Themenbereich „Entrepreneurial Communication“ ein neues, bisher kaum beachtetes Forschungsfeld. Gründungsunternehmen spielen in der Forschung aufgrund ihrer zunehmenden Bedeutung für die volkswirtschaftliche Entwicklung und die Digitalisierung zwar bereits seit Längerem eine große Rolle, es mangelt dabei jedoch an einer systematischen Betrachtung ihres Kommunikationsverhaltens. Die Erkenntnisse zum Kommunikationsmanagement von etablierten Unternehmen lassen sich in diesem Zusammenhang nur bedingt auf Gründungsunternehmen übertragen, da diese aufgrund ihrer Charakteristika unter spezifischen Rahmenbedingungen agieren. Kommunikation scheint dabei für Gründungsunternehmen jedoch nicht weniger wichtig, sondern im Gegenteil sogar sehr bedeutsam für ihr Überleben und ihren Unternehmenserfolg zu sein. Doch welche Kommunikationsstrategien wenden Gründungsunternehmen an? Wie verändert sich ihre Kommunikation über die verschiedenen Gründungsphasen hinweg? Kommunizieren sie eher emergent oder intentional? Wie unterscheidet sich ihre Kommunikation in Hinblick auf verschiedene Bezugsgruppen? Solchen und ähnlichen Fragestellungen geht der Lehrstuhl für BWL, insbes. Kommunikations- und Kulturmanagement im Themenbereich „Entrepreneurial Communication“ nach.