

„Franz-Bogner-Wissenschaftspreis für PR 2021“ des PRVA

Die ausgezeichneten Forschungsarbeiten des Departments Digital Business & Innovation der FH St. Pölten im Detail

In der Kategorie Masterarbeiten an Fachhochschulen

1. PLATZ „CEO-Kommunikation im Rahmen der Unternehmensberichterstattung österreichischer börsennotierter Unternehmen“ von Moritz Rausch, BA MA

Die Arbeit befasst sich mit der Rolle des Vorstands und seiner Kommunikation innerhalb der Geschäftsberichte 2020 der ATX-Unternehmen und leitet Kommunikationsstrategien anhand des Vorkommens von Sentiment innerhalb relevanter Texte ab. Die Texte werden mithilfe einer Zürcher Textanalyse analysiert und das Sentiment mittels einer automatisierten textanalytischen Sentimentanalyse untersucht.

Betreuerin: Dr. Ute Greuter, CSE

[Der vollständige Abstract kann auf dem Blog Digital Business Communications nachgelesen werden.](#)

2. Platz „PR-Ethik: Das Image von Influencer Relations in der österreichischen PR-Branche“ von Heike Schürr, BA MA

Die Arbeit basiert auf einer Inhaltsanalyse ausgewählter Beiträge einer Befragung unter PR-Expert*innen zum Image von Influencern und ihrem Umgang mit Influencer Relations. Einem wesentlichen Aspekt ist der Fokus auf Medienkompetenz und ethischen Fragen gewidmet.

Betreuerin: Mag. Dr. Sabine Fichtinger

In der Kategorie Masterarbeiten von Lehrgängen

- 1. Platz „Diversity Management in der internen und externen PR von Banken in Österreich – Transformation zur Vielfalt in der Wirtschaftskommunikation als Teil der CSR“ von Janine Klammer, MSc**

Der Umgang mit Diversity Management von den umsatzstärksten Banken in Österreich wurde analysiert. Einerseits mittels Inhaltsanalyse der jeweiligen Websites und andererseits mittels Expert*innen-Interviews aus den jeweiligen Kommunikationsabteilungen.

Betreuerin: Mag. Dr. Sabine Fichtinger

- 2. Platz „Narrative und narrative Strukturen in Social Media Kampagnen. Eine Analyse der Konstruktion und Veränderung von Narrativen und narrativen Strukturen in Umwelt-Kampagnen auf Twitter am Beispiel von #stopfakere Renewables und #withdrawthecap“ von Doris Obrecht, MSc**

In der Arbeit werden Narrative in Bezug auf den Klimawandel untersucht und ob bzw. wie diese und in welcher Form für Public Relations gezielt(er) eingesetzt werden können. Methodische Grundlage war die inhaltlich-strukturierende, qualitative Inhaltsanalyse mittels semantischer Textanalyse.

Betreuerin: Mag. Mag. Nina Walter-Broskwa