

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
ABC/Burson-Marsteller/Leipziger & Partner	Gesamtkonzept AIDS-Kommunikation. Kommunikationskonzept. Vorgelegt durch die Arbeitsgemeinschaft AIDS-Kommunikation.	Frankfurt am Main; Düsseldorf	1987	Konzeption (K)		
Ackermann David (B.A.)	Macht der Bilder: Wie Risiko im Fernsehen sichtbar wird am Beispiel Kernkraft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018			
Adelt Andrea Esther (Diplom)	Gesundheitskampagnen und die damit verbundene Gesundheitskommunikation. Darstellung wichtiger theoretischer Ansätze sowie ein Überblick über die Gesundheitskampagnen der österreichischen Krebshilfe.	Universität Salzburg	1994	Kampagnem (PR-K)		
Ademaj, Melina (B.A.)	Integrierte Kommunikation am Beispiel von Kabarett-Theatern	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020			
Adler Steffen (Magister)	Streaming Media in der Unternehmenskommunikation. Untersuchung zur Änderung von Nutzungsgewohnheiten und Akzeptanz des Business-TV der HypoVereinsbank AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Unternehmenskommunikation (UK)		(04-080)
Adolph Doreen (B.A.)	Geschichtskommunikation am Beispiel des 450-jährigen Jubiläums der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F), Regionale PR (RPR)		
Adolph Doreen (M.A.)	Szenarien medialer Übernahme-schlachten: Eine inhaltsanalytische Untersuchung zum Framing der Presseberichterstattung bei Unternehmensübernahmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Journalismus/PR (J/PR)		(13-072)
Albach Annett (Diplom)	Bundestagswahlen 1994. Politik, Politiker und Parteien in der Berichterstattung der Westfalenpost	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Politische Kommunikation (PoK)		
Albert Saskia (Magister)	Hagen und der Märkischen Oderzeitung Frankfurt/Oder. Öffentlichkeitsarbeit und Marketing des Deutsch-Sorbischen Volkstheaters Bautzen. Bestandsaufnahme und Konzeptionsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung kultureller, regionaler und institutioneller Gegebenheiten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Konzeption (K)		
Albrecht Bernhard (Diplom)	Möglichkeiten und Grenzen der Krisen-PR. Eine explorative Studie zur Kommunikation des Discounters Lidl im Bespitzelungsskandal 2008.	Hochschule Zittau/Görlitz	2008	Krisen-PR (KPR), Fallstudien (F)		
Albrecht Katharina (B.A.)	Die Sharing Economy in der journalistischen Berichterstattung – Chance oder Bedrohung?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Journalismus/PR (J/PR)		(17-018)
Aldinger Karin (Magister)	Marken- und Imagebildung bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Das Beispiel MDR. – Begleitband-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Image (I)		
Aleksandrova Anna (B.A.)	The Role of Marketer-created Online Brand Communities in Brand Development: Brand Communication on Social Networking Websites.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020			(20-001)
Alhomsj, Farid (B.A.)	The Use of Social Media in the Corporate Communication. Instagram as Means of Communication by Airlines.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	Unternehmenskommunikation (UK)		

Alisch Torsten (Magister)	Unabhängige Filmarbeit mit Super – 8.	Freie Universität Berlin	1986	Fallstudien (F)	
Allendorf Jeanette (Diplom)	Public Relations im Rahmen institutionaler Marktbearbeitung. alm.	Universität Bayreuth	1995	Unternehmenskommunikation (UK)	
Almanaite Laura (B.A.)	Nachhaltigkeitskommunikation in der Energiewirtschaft. Konzeptionelle Grundlagen und das Fallbeispiel der Enviam-Gruppe.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Fallstudien (F)	
Altmann Christian; Bystron Petr; Krupp Jssica (Oeckl)	Münchner Verkehrsverbund (MVV). PR-Strategie (Konzeption). Wahlkampfberichterstattung der Bundestagswahl 2002 am Beispiel der überregionalen Presse. A+I	München	1995	Konzeption (K)	
Amann Susanne (Diplom)	Beispiel für den Einfluss politischer PR auf die journalistische Berichterstattung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Politische Kommunikation (PoK); Journalismus/PR (J/PR)	
Amac Turgay	25 Jahre Spießler Alfons. Ein laterales PR-Konzept zur Profilierung der Junioren im Kommunikationsverband Bayern BWF e.V.	München	1993	Konzeption (K)	
Amend Heike (Magister)	Und ewig lockt die Prominenz... Zur Rezeption von Talk Shows – Eine Untersuchung.	Freie Universität Berlin	1989	Politische Kommunikation (PoK); Fallstudien (F)	
Anagu Simone (Magister)	Kommunale Öffentlichkeitsarbeit in Leipzig. Stadtbüro als Instrument der Dialogorientierung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)	
Andres Susanne (Dissertation)	Internationale Unternehmenskommunikation im Globalisierungsprozess, Analytische Bestandsaufnahme und eine repräsentative Studie zu den Auswirkungen des Globalisierungsprozesses auf die international ausgeprägte Kommunikation großer, und in Deutschland ansässiger Unternehmen.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2002	Unternehmenskommunikation (UK)	UBL: 01H-2003-804
Anwander Alois (Diplom)	Öffentlichkeitsarbeit und gesellschaftliche Verantwortung der industriellen Einzelwirtschaft.	Universität Augsburg	1992	Unternehmenskommunikation (UK)	
Arends Imke (Magister)	Politische Kommunikation und Berichterstattung über die General Election 1997 in Großbritannien. Eine inhaltsanalytische Fallstudie am Beispiel der FAZ, der FR, der SZ und der Welt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Politische Kommunikation (PoK)	(99-52a+b)
Arlbecht Anett (Magister)	Kommunikationsmanagement und Sustainable Development in der Energiewirtschaft. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Analysen zur Nachhaltigkeitskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (UK)	(10-119)
Arnold Janine (Magister)	Das Unternehmen in kritischer Umwelt. Theoretische Analyse der Interdependenzstruktur des Unternehmens und seiner Determinanten im Kontext des ökologischen Wertewandels.	Universität Münster	1992	Unternehmenskommunikation (UK)	

Arnold Luisa Paula (B.A.) Arnold Sabine (Magister)	Privat und kommerziell: Influencer Kommunikation auf der Social Media Plattform Instagram. Eine in- haltanalytische Untersuchung des User Generated Content.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online-PR (O-PR), 2018 Werbung (W)	(18-030)
(Oeckl) Arras Sabine (Magister)	Moderne Ansätze der PR-Evaluation. Lobbying und Public Relations. Ein dimensionaler und funktionaler Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Theorie (PR-T)	(04-063)
	Darstellung von Geflüchteten in den Medien. Eine qualitative Inhaltsanalyse dominanter Frames und deren politisierter Funktionen in der Online- Berichterstattung ausgewählter Nachrichtenportale über Geflüchtete in Deutschland.	Freie Universität Berlin	2003 Theorie (PR-T)	
Assaad Zain (B.A.)	„Energiewende und Kundenzeit- schriften“ – Die Endkundenkommu- nikation ausgewählter Energiever- sorgungsunternehmen vor und nach Fukushima.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-001)
Auerbach Benjamin (M.A.)	Berufsfeld PR – Anforderung und Entwicklungsdynamik: Berufsethik und Standesregeln.	Leipzig School of Media	2013 (F)	Unternehmens- kommunikation (UK); Fallstudien
August Sophie (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 (UK); Ethik (E)	(13-031)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Baab Katrin (M.A.)	Exklusion und Inklusion in der internen Kommunikation – Kommunikative Benachteiligung und Einbindung aller Mitarbeitenden in Zeiten von Diversität, Rollenvielfalt und mobiler Arbeitsorganisation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-098)	
Bacher Alice Madeleine (M.A.)	Das Positionierungsverhalten deutscher Familienunternehmen zu gesellschaftlichen Themen – Entwicklung eines Bezugsrahmens und Durchführung einer Mehrmethodenanalyse zur Ausgestaltung, dem Management und den Einflussfaktoren von Corporate Advocacy.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-099)	
Bachmann Marlen (B.A.)	Vertrauen im Wahlkampf. Eine Aufarbeitung des Fernsehduells 2013. Medienunternehmen und der strategische Umgang mit Media Responsibility und Corporate Social Responsibility.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014		(14-128)	
Bachmann Philipp (Dissertation)	Die Rolle von Unternehmensreputation bei politischen Entscheidungen von Parteien – Am Beispiel des Kraftwerkprojekts Moorburg von Vattenfall in Hamburg.	Universität Freiburg	2015			UBL:E-Book
Bachmann Philipp (Magister)	Zuckerbrot und Peitsche. Die Pressereise als Instrument der Public Relations. PR im Globalisierungsprozeß.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Politische Kommunikation (PoK)		
Backhaus Marc (Magister)	Strukturen und Strategien globaler PR und ihre Anwendung am Fallbeispiel der Boehringer Ingelheim GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Internationale PR (I-PR)		00-043
Backhaus Michaela (Magister)	Die Katholische Kirche im Social Web: Eine empirische Analyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Online PR (O-PR)		
Bahn Anika (B.A.)	This is all we are. Darstellung von Drogenkonsum und substanzinduzierten Störungen in der Quality-TV-Serie The Knick - Eine qualitative Inhaltsanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(18-031)	
Balakova Iliyana (B.A.)	Storytelling 2.0 – die Architektur einer guten Geschichte. Welche Mechanismen werden bei den Sportunternehmen Nike und adidas für erfolgreiches Corporate Storytelling umgesetzt?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019			
Balsys Silke (Magister)	Public Relations in mittelständischen Unternehmen. Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der deutschen Chemiebranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Unternehmenskommunikation (UK)	(03-063)	
Band Beatrice (Magister)	Wie kommuniziert man Fortschritt? Eine Bestandsaufnahme der Öffentlichkeitsarbeit von Vermittlerinstitutionen im Bereich Innovationsförderung und Technologietransfer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Unternehmenskommunikation (UK)	(01-011)	
Baranochnyk Andriy M. (Magister)			2005	Fallstudien (F)		

Barthauer Karoline (Magister)	Krisenkommunikation und -management in der Finanzbranche unter Bedingungen drohenden Vertrauens- und Glaubwürdigkeits- verlusts. Fallstudien zu den Kredit- verkäufen der Sparkassen Wedel und Südholstein.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Krisen-PR (KPR)	(10-081)
Bauch Katharina (Magister)	Das Intranet als Medium der internen Kommunikation. Literatur- bestandsaufnahme und Fallbeispiele. Kommunikative Aktivitäten von internationalen Organisationen: Ein Kommunikationskonzept zur Optimierung der Netzwerk- kommunikation zwischen dem internationalen Zentrum für Berufs- bildung der UNESCO, UNESCO-	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Unternehmens- kommunikation (UK)	(00-045)
Baudach Janine (B.A.)	UNEVOC und seinen multinationalen Mitgliedzentren. Bots in der Unternehmenskommunikation. Eine qualitative Untersuchung der internationalen Anbieterperspektive auf die Einsatzmöglichkeiten von auf Künstlicher Intelligenz basierenden Chatbots sowie deren gegenwärtigen und zukünftigen Einfluss auf die Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K)	(10-021)
Bauer, Melanie (M.A.)	Corporate Podcasts in der internen Mitarbeiterkommunikation – Welche Potenziale ergeben sich für die interne Mitarbeiterkommunikation aus dem internen Corporate Podcast? Intereffikationsbeziehungen bei der Messeberichterstattung. Eine Studie über die Beziehungen zwischen PR und Journalismus am Beispiel der CeBIT in Hannover (2009).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-034)
Bauer Moritz; Weiß Leonie (B.A.)	Internet TV – Neue Technologien bieten neue Möglichkeiten: Ein Konzept zur Integration und Planung von Internetfernsehen beim größten deutschen Internetportal für Patienten „Qualimedica“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-003)
Bauer Nicole (Magister)	Qualitätsaspekte von Online-PR. Internetauftritte deutscher Fernsehprogramme. Public Relations und Ethik. Eine empirische Studie zu ethisch rele- vanten Bereichen im Berufsfeld PR. Die Rolle der internen Kommunikation in Start-ups. Eine qualitative Erhebung der Bedeutung in verschiedenen Entwicklungsphasen von Start-ups.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Journalisms / PR (J/PR)	(10-082)
Baumann Gitta (B.A.)	Qualitätsaspekte von Online-PR. Internetauftritte deutscher Fernsehprogramme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Konzeption (K)	(07-116)
Bayer Martin (Magister)	Public Relations und Ethik. Eine empirische Studie zu ethisch rele- vanten Bereichen im Berufsfeld PR. Die Rolle der internen Kommunikation in Start-ups. Eine qualitative Erhebung der Bedeutung in verschiedenen Entwicklungsphasen von Start-ups.	Universität Bamberg, Germanistik	1993	Ethik (E)	(13-056)
Beck Leonie (B.A.)	Kommunikationskonzept für die Jazztage im Revier. (PR-Konzeption). Wissen teilen – ein Wiki für Pleon. PR-Konzeption zur Implementierung des Wissensmanagementsystems in einer internationalen Kommunikationsberatung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-074)
Becker Egbert (Oeckl)	Wissen teilen – ein Wiki für Pleon. PR-Konzeption zur Implementierung des Wissensmanagementsystems in einer internationalen Kommunikationsberatung.	Hamburg	1993	Konzeption (K)	
Becker Eva (B.A.)	Wissen teilen – ein Wiki für Pleon. PR-Konzeption zur Implementierung des Wissensmanagementsystems in einer internationalen Kommunikationsberatung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)	

Becker Marisa (B.A.)	Die Social-Web-Kommunikation der Polizei zwischen der Logik von Medien und Verwaltung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online PR 2018 (O-PR)	(18-001)
Becker Jörg;	Zwölf Städte sind (noch) keine Region. PR-Konzeption für die Emscher-Lippe-Agentur, einer Organisation der Public-Private-Partnership.	PR-Akademie, Wiesbaden	1992 Konzeption (K)	
Becker Sarah (Diplom) / (Oeckl)	Öffentlichkeitsarbeit für klassische Musik am Beispiel ausgewählter Konzerthäuser und Orchester. Kultursponsoring im Kontext interkultureller Beziehungen.	Universität Hildesheim	2004 Non Profit (NP)	
Beger Gerrit (Magister)	Instrumentelle Aspekte, strategische Orientierung und eine Fallstudie am Bsp. Der Philip Morris International.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Sponsoring (S)	(00-007)
Behrendt Tanja (Magister)	Interne Umsetzung eines Corporate Identity- Konzeptes in Zeitschriftenverlagen.	Freie Universität Berlin	1997 (UK)	Unternehmenskommunikation Fallstudien (F); Unternehmenskommunikation
Behrens Britta (Magister)	NOKIA DisConnecting People. Unternehmenskommunikation in der Krise.	Universität Trier, Medienwissen-schaft	2009 (UK)	Fallstudien (F); Unternehmenskommunikation
Beier Constanze (Magister)	Das Intranet als Instrument der sich wandelnden internen Unternehmenskommunikation – Bestandsaufnahme und Fallstudien. Digital Innovation Units aus der Perspektive der Unternehmenskommunikation. Eine Analyse der Einbindungsmöglichkeiten von Digital Innovation Units in die Kommunikation deutscher Unternehmen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 (UK)	(05-045)
Beiersdorf Julia (M.A.)	Karriere und Dynamik politischer Skandale in der medialen Öffentlichkeit: Der Fall Jürgen W. Möllemann. Eine Fallstudien-darstellung mittels Mehrmethodenanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 (UK)	Unternehmenskommunikation (18-126 a+b)
Beitat Katja (Magister)	Entwicklung der Nachhaltigkeitskommunikation der DAX-30-Unternehmen. Eine quantitativ-qualitative Inhaltsanalyse der Nachhaltigkeitsberichterstattung ausgewählter DAX-30-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Fallstudien (F)	(04-082)
Bekers Miriam Kristin (M.A.)	Verbandspressearbeit und ihre Resonanz in den Medien. Eine Fallstudie am Beispiel des Bundesverbandes der deutschen Gas- und Wasserwirtschaft e.V. (BGW) im Rahmen der Liberalisierung des deutschen Energiemarktes.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-100)
Bekhit Leila (Magister)	Storytelling in der internen Unternehmenskommunikation. Nutzen und Einsatz von Geschichten in der Unternehmenspraxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Fallstudien (F)	Interne Unternehmenskommunikation (I- UBL: E-Book
Belgorodski Tatiana (Dissertation)	Benchmarking als Grundlage der PR-Äquivalenzanalyse im Vergleich zu anderen Ansätzen der PR-Evaluation	Universität Wien	1997 Theorie (PR-T)	

Bennemann Steffen (Magister)	Untersuchung und Evaluation der Kommunikation eines Open Air Events sowie Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes – am Beispiel der Nachtdigital.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien (F); 2008 Konzeption (K)	
Bentele Günter (Abschlussbericht)	Berufsfeld Public Relations. PR-Fernstudium. Studienband 1. In Kooperation mit H. Avenarius, U. Döring, R. Fuhrberg, T. Liebert, P. Szyszka.	Berlin: PR-Kolleg	1998 Theorie (PR-T)	als Kopie (13-00423)
Bentele, Günter; Liebert, Tobias; Reinemann, Carsten (Abschlussbericht)	PR in der kommunalen Verwaltung. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Stadtverwaltung Leipzig. (2 Bde.) Social-Media-Kommunikation von Major-	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Theorie (PR-T)	
Berendt Sarah (B.A.)	Plattenfirmen. Eine Online-Inhaltsanalyse	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	
Berg Christian (M.A.)	Integrierte Kommunikation als Dienstleistung. Theoretische Grundlagen und eine Profilanalyse deutscher Kommunikations-agenturen. Copy – it's your nature? Eine empirische Fallstudie zum Verhältnis	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Theorie (PR-T)	
Berger Bianca (Magister)	zwischen Journalismus und PR auf Basis des Intereffikationsmodells. Das Beispiel Games Convention 2006. Die Öffentlichkeitsarbeit von öffentlich-rechtlichem und privatem	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalisms / PR 2007 (J/PR)	(08-021)
Bergmann Grit (Magister)	Fernsehen am Beispiel von WDR und SAT.1. Online-Nutzer-Engagement –	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Fallstudien (F)	
Bernhardt Thomas (B.A.)	Kommunikationsstrategien von nichtstaatlichen Umweltschutzorganisationen im Vergleich. Das Image Russlands in deutschen Online-Medien. Eine Inhaltsanalyse der	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online PR 2016 (O-PR)	
Berson Tatiana (M.A.)	deutschen Berichterstattung über Russland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Image (I)	
Beser Oxana (B.A.)	Snapchat, Instagram und Facebook: Vergleich der Gratifikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	(16-099)
Bethge Kirsten (Magister)	Imageprofilierung durch PR und Marketingwerbung. Das Fallbeispiel bruno banani underwear GmbH. Sozialistische Audiovision. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Image (I)	
Beutel-schmidt Thomas (Dissertation)	Entwicklungsgeschichtliche Studie zur Kultur und Technik der audiovisuellen Medien in 41 Jahren DDR. Museen im Social Web. Der Einsatz von	Freie Universität Berlin	1995 PR-Historie (H)	UBL: AP 19180 B569
Beuthner, Max (B.A.)	Instagram in der Bildungs- und Vermittlungsarbeit von Kunstmuseen. Das Verhältnis von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit. Eine Fallstudie am Beispiel kommunaler	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalisms / PR 2019 (UK)	(19-117)
Beyer Ines (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Leipzig. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalisms / PR 1998 (J/PR)	(98-0058 a+b)

Beyer Nancy (Magister)	Wirkungen von Werbe- und PR-Filmen auf Rezipienteneinstellungen. Konzeptionelle Grundlagen und ein sozialpsychologisches Experiment. Das journalistische Porträt:	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Werbung (W)	(09-017)
Beyer Susanne (Diplom)	Funktionswandel und Kontinuität. Eine historisch- analytische und empirische Studie. Der Sport als Geschichte. Eine Untersuchung zum Einfluss von Digital	Universität Bamberg,	1994 (J/PR)	Journalisms / PR
Bezold Nadine (B.A.)	Storytelling auf die Fanbindung in Profifußball. Shortseller als Herausforderung der Finanz-/Unternehmenskommunikation. Eine qualitative Untersuchung der Stakeholdererwartungen und der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-010)
Biberacher Lena (M.A.)	Kommunikation von Unternehmen im Falle einer Short Attack. Zwischen Fiktion und Wirklichkeit in der Nutzer:innenorientierung. Eine qualitative Analyse des Einsatzes der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-105)
Bichler Lena (B.A.)	Persona-Methode im Online-Journalismus. Digital Public Affairs statt	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-005)
Biederstaedt Christian (M.A.)	„klassischer Lobbyismus“? Die politische Kommunikation von Greenpeace Deutschland im Internet. Die Hauptversammlung als Performance zwischen Theater und Management. Untersuchung der	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2014 (F)	Politische Kommunikation (PoK); Fallstudien
Biehl Brigitte (Oeckl)	Inszenierungen von Jahreshauptversammlungen börsennotierter Unternehmen.	Johann-Wolfgang-Goethe-Universität, Frankfurt am Main	2003 (UK)	Unternehmenskommunikation
Biel Bettina (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit für die Bildungsbranche. Bestandsaufnahme und eine Fallstudie bei Anbietern von Kommunikations- und Führungskräfte trainings in Deutschland. Die Beziehungen zwischen Journalisten und Pressestellen. Eine Beurteilung der Pressearbeit von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 Fallstudien (F)	
Bien Ulrich (Diplom) (Oeckl)	Unternehmen aus der Sicht von Wirtschaftsjournalisten am Beispiel eines Automobilherstellers.	Katholische Universität Eichstätt	1999 (J/PR)	Journalisms / PR
Bimböse Max (Magister)	Integrierte Kommunikation für Unternehmen. Theoretische Grundlagen – Erfahrungen von Dienstleistern. Messe-Medienarbeit. Effiziente	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 (UK)	Unternehmenskommunikation
Bischoff Undine (Diplom)	Kommunikation des Ausstellers am Beispiel der Touristik - Ein Leitfaden für Aussteller.	Fachhochschule Kempten	1994 Fallstudien (F)	Kommunikationscontrolling, Image, Leadership Kommunikation, Unternehmenskommunikation
Bißwanger Luisa (M.A.)	Wertschöpfung durch Thought Leadership im Kommunikationsmanagement.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 (C, I, LEA, UK)	(17-095)

Bittner Katharina (Magister)	Wie Journalisten mit der Pressearbeit von Unternehmen umgehen. Ein internationaler Vergleich: Deutschland, USA, China.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien (F); Unternehmenskommunikation	2010 (UK)	(11-151)
Blaschka Martin (M.A.)	Der ökonomische Wertbeitrag von Gesundheitskommunikation. Wertidentifizierung und datenbasierte Erfolgsmessung präventiver Gesundheitskommunikation bei gesetzlichen Krankenkassen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kommunikationscontrolling (C)	2017	(17-097)
Blombach Malte (Magister)	Die Entwicklung von Unternehmensleitbildern. Nachhaltigkeitskommunikation auf Websites – Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten für die Unternehmenskommunikation in der Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	2001 (UK)	(02-030)
Blumtritt Michelle (B.A.)	Selbstreflexion zum journalistischen Berufsethos – Der Fall Barschel und die Presse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	CSR-Kommunikation	2014 (CSR)	(14-130)
Boehm Martin (Magister)	Forschungssponsoring als PR-Instrument. Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzung einer Blogstudie für Ask.com Deutschland. (2 Bde. mit Anhang)	Freie Universität Berlin	Fallstudien (F)	1991	
Bogosyan Janine (B.A.)	Die Organisation grenzüberschreitender Krisenkommunikation. Eine Mehrmethodenstudie zu Kommunikationsabteilungen in Wirtschaft und Politik.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Konzeption (K); Sponsoring (S)	2007	(07-119 a+b)
Böhm Alexander (M.A.)	Socio – Sponsoring (Bestandteil der Diplomarbeit)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (I-PR); Krisen-PR (KPR)	2011	(12-037)
Bohnacker Sabine (Oeckl)	Recruiting und Employer Branding im Social Web. Eine Untersuchung zur Kommunikation der DAX-Unternehmen auf den Karriereseiten im sozialen Netzwerk Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Sponsoring (S)	1993	
Bohne Franziska (B.A.)	Vernetzungsaspekte einer Marktkommunikation am Beispiel der Feldschlößchen AG, Dresden.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online PR (O-PR)	2013	
Bohnert Jana (Magister)	Unternehmenskommunikation, Kommunikationsmanagement und Mikropolitik. Eine Reinterpretation von Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement im Rahmen eines mikropolitischen Verständnisses von Organisationen. Visualisierung als Nachrichtenfaktor.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien (F)	2003	
Bolder Eva Charlotte (M.A.)	Neue Möglichkeiten und Anforderungen an aktuelle Pressearbeit für Publikumszeitschriften. Erzwungene Professionalisierung? Analyse staatlicher Öffentlichkeitsarbeit im Deutschen Kaiserreich 1890-1914 am Beispiel der „Flottenpropaganda“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation (UK); Theorie (PR-T)	2013	(13-073)
Boleslawski Mirko (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalisms / PR (J/PR)	1999	(00-075 a+b)
Bollenbach Antje (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	PR-Historie (H)	2009	(10-019)

	Einflussfaktoren auf die Glaubwürdigkeit von CSR-Maßnahmen und Kommunikation im Kontext öffentlicher Vertrauensbildung. Modellentwicklung sowie eine Befragung von Kommunikations-			
Bomhoff Jana (M.A.)	experte und unternehmerischen Bezugsgruppen. Le Musée imaginaire" im Jahr 2021. Eine qualitative Inhaltsanalyse der Affordanzen der virtuellen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Öffentliches Vertrauen (V) (12-068)
Boncheva Lyuba (B.A.)	Ausstellungsplattformen Decentraland, Online Viewing Room, Virtual Online Museum of Arts und webb.game. Corporate Social Responsibility-Kommunikation in den USA und Deutschland. Inhaltsanalytische	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-062)
Boneberg Christoph (M.A.)	Untersuchung von Websites US-amerikanischer und deutscher Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Image (I); Online-PR (O-PR) (12-069)
Borchardt Björn (B.A.)	Kommunikation als Treiber von Innovation. Wie strategische Kommunikation die Innovationsfähigkeit von Unternehmen beeinflusst. Strategische Kommunikation von Lebensmittelherstellern. Es geht um die Wurst: eine qualitative Untersuchung hinsichtlich der Schwerpunkte in der externen Kommunikation von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-076)
Borchardt, Simon (B.A.)	vegetarischen/veganen Lebensmittelherstellern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	Unternehmenskommunikation (UK)
Borgmann Christina (Diplom)	Probleme der Wissenschafts-PR für klein- und mittelständischen Unternehmen. Corporate Listening in der Unternehmenskommunikation. Theoretische	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	Unternehmenskommunikation (UK) (96-011)
Borner Maria (M.A.)	organisatorischen Zuhörens als strategischen Kommunikationsmodus.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Unternehmenskommunikation (UK) (15-107)
Borner, M., Goller, A., Holpert, B., Schaich, A., Tasyürek, C., & Volk, S. (FTP)	Studie Mittelstandskommunikation 2015: Verständnis, Stellenwert und Struktur von Kommunikation vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Mitarbeiter-Kommunikation (MitK)
Börngen Henryk (Magister)	Informationsbeschaffung im Rahmen von Public Affairs für Unternehmen der Energiewirtschaft – Eine Fallstudie der VNG-Verbundnetz Gas Aktiengesellschaft	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)
Bornman Dawid Alwyn Jacobus (Dissertation)	A Gap Analysis of Employee Perceptions and Expectations of Leadership Communication.	University of Pretoria	2015	Leadership (LEA)
Böttcher Tina (B.A.)	Der Einsatz von Instrumenten der internen Unternehmens-kommunikation am Beispiel der MIBRAG mbH. Eine Analyse der Kommunikationsformen zur Mitarbeitermotivation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmenskommunikation (UK)

Böttger Jan (Magister)	Politische Public Relations. Wie Öffentlichkeitsarbeiter der Bundesministerien versuchen, ihre Themen auf die Agenda der meinungsführenden Printmedien zu setzen. Eine Fallstudie.	Universität Jena, Institut für Medienwissenschaft	Politische Kommunikation (PoK); Fallstudien 2003 (F)	
Böttger Peter (Diplom)	Medienlandschaft und Journalismus in Thüringen. Eine analytische und empirische Studie.	Universität Bamberg	1994 Fallstudien (F)	
Bothe Sigrid	Schritte einer sozialen Organisation zum erfolgreichen Fundraising am Beispiel der Stiftung Blindenanstalt Frankfurt am Main SBA.	Frankfurt	1993 Konzeption (K)	
Botvinnik Iuliia (B.A.)	Krisenkommunikation von Unternehmen: Eine Replikationsstudie zur Krisenkommunikation im internationalen Kontext.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-043)
Brachvogel Franziska (M.A.)	Talent-Management in PR-Agenturen. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Ausprägungen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 (UK)	Unternehmenskommunikation (15-040)
Brandt Martin (B.A.)	Al, can you drive my car? Die Rezeption medialer Darstellungen zum autonomen Fahren. Wie kritische und werbende Medieninhalte das Meinungsbild der Rezipienten zum autonomen Fahren beeinflussen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-106)
Brandt Tabea (B.A.)	Digitale Investor Relations. Eine Inhaltsanalyse der digitalen Privatanlegerkommunikation von DAX30-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-035)
Braun Constanze (M.A.)	Fitness Gamification und die Big Five. Eine empirische Untersuchung zu den individuellen Nutzungsmotiven und Nutzungsarten mobiler Fitness Gamification -Anwendungen am Beispiel von Freeletics Bodyweight.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-127)
Braun Friederike (M.A.)	Bots in der Unternehmenskommunikation. Eine Analyse der Einsatzmöglichkeiten im strategischen Kommunikationsmanagement.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 (UK)	Unternehmenskommunikation
Brauße Stefan (Magister)	Issues Management in der chemischen Industrie. Bestandsaufnahme eines Kommunikationskonzepts in großen deutschen Chemieunternehmen. Kampagnen in der öffentlichen Kommunikation. Eine Fallstudie und eine Befragung der Verkehrssicherheitskampagne „Lieber sicher. Lieber leben.“	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 (IM)	Issues Management (04-046)
Briege Maïke (Magister)	Des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Arbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Fallstudien (F)	(05-002)
Brockhaus Jana (M.A.)	Interne Wahrnehmung und Positionierung des Kommunikationsmanagement in Unternehmen. Empirische Fallstudie und Konzeption eines Analyse-Frameworks	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-047)

Brodmann Karola (Magister)	Die externe PR von mittelständischen Unternehmen am Beispiel eines Göttinger IT-Unternehmens (SYCOR GmbH). Situationsanalyse, Medienresonanzanalyse und Entwicklung eines Kommunikationskonzepts.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Konzeption (K)	(04-055)
Brömme Bettina (Diplom)	Komik in den Filmen von Ernst Lubitsch am Beispiel von „Blaubarts achte Frau“: Eine Filmanalyse. (2 Bde.)	Universität Bamberg, Germanistik	1992	Fallstudien (F) Online PR (O-PR); Unternehmens- kommunikation (O-PR)	
Brose Elia (B.A.)	Visuelle Kommunikation: Potenziale und Grenzen viraler Onlinespots für die Unternehmenskommunikation. Öffentlichkeitsarbeit von Naturschutzgebieten. Untersucht am Bsp. der PR des Nationalpark Sächsische Schweiz. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	(O-PR)	
Brückner Ivonne (Magister)	Die Darstellung von Kooperationen auf Instagram-Kanälen amerikanischer NFL-Mannschaften. Eine Inhaltsanalyse von Kooperationsbeiträgen der Teams der US-amerikanischen National Football League während der regulären Spielsaison 2020/2021.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)	(01-012 a+b)
Brückner, Kim Laura (B.A.)	Stadtwerke Ulm/Neu-Ulm 8SWU)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-063)
Brudi, Karin/ Blank, Katrin/ Wehnert, Cordula (Konzeption; Oeckl)	Miteinander in die Zukunft. Bürgernahe PR-Aktionen als Mittel zur Sensibilisierung der Bevölkerung für die Aufgaben eines städtischen Versorgungsunternehmens. Corporate Content Check. Entwicklung und Anwendung eines Analysemodells für das Qualitätsmanagement der Public Relations im Internet am Beispiel der SDAX-Unternehmen.	Heidelberg	1992	Konzeption (K)	
Brüggemann André (Magister)	Personen-PR: Der CEO als Gesicht des Unternehmens. Unter Berücksichtigung kommunikationspsychologischer Aspekte.	Universität Essen	2002	Internationale PR (I-PR)	
Brüning Marie Geraldine (B.A.)	Nachrufe in deutschen Tageszeitungen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung am Beispiel von FAZ, FR, SZ, Welt, Stuttgarter Zeitung und der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung.	Universität Bamberg,	2011	Unternehmens- kommunikation (UK)	
Brunn Stefan (Diplom)	Der Ötzi – ein Medienereignis. Wirklichkeitsvermittlung im Spannungsfeld von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Eine Fallstudie zur jungneolithischen Mumie aus dem Gletscher vom Hauslabjoch.	Universität Bamberg,	1995	Non Profit (NP)	
Buchele Mark-Steffen (Magister)	Der Wertbeitrag von Unternehmenskommunikation. Theoretische Grundlagen, kritisch-analytische Bestandsaufnahme und dimensionale Modellierung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Journalisms / PR (J/PR)	
Buchele Mark-Steffen (Dissertation)		Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2006	Unternehmens- kommunikation (UK); Controlling (C)	UBL:01H- 2007-228

	Die parteiprogrammatische Ausrichtung der deutschen Sozialdemokratie (Neue Mitte) und ihre Umsetzung (Mitte) vor dem Hintergrund medialer Prozesse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Politische Kommunikation	2002 (PoK)	
Buchheim Alexander C. (Magister)	Probleme der Imagebildung in der Wirtschaftskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der PR für Wohnparks.	Universität Leipzig, Institut für KMW		1998 Fallstudien (F)	(99-019)
Buchheim Ulrike (Diplom)	Internetbasierte Bewegtbildkommunikation in der politischen Kommunikation: Regierungskommunikation auf dem YouTube-Kanal der Bundesregierung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Politische Kommunikation	2013 (PoK)	(13-185)
Buchmann Johannes (M.A.)	Entwicklung einer Marketingkonzeption für den AIRPORT LINER. Empirische Studie über ein länder-übergreifendes Nahverkehrsprojekt.	Universität Trier		1992 Konzeption (K)	
Buchmann, Margot; Fuchs, Sonja (Diplom) (Oeckl)	Vergleich des kommunikativen Auftritts von Finanzdienstleistern in Deutschland in konjunkturellen und rezessiven Phasen.	TU Berlin, Geisteswiss. Fakultät		2003 Fallstudien (F)	
Büchner Daniel (Diplom) (Oeckl)	Storytelling von Social Entrepreneurship Organisationen. Eine qualitative Untersuchung der Merkmale und des Einsatzes von Storytelling in der Social-Media-Kommunikation deutscher Social Entrepreneurship	Universität Leipzig, Institut für KMW		2020	(20-048)
Budde, Lea Friederike (M.A.)	Nationenimages und internationale politische Public Relations am Beispiel Finnlands.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Politische Kommunikation	2011 (PoK)	
Budziarek Tatjana (B.A.)	Social-Media-Influencer in der politischen Kommunikation. Potenziale und Herausforderungen strategischer Social-Media-Influencer-Kommunikation im Wahlkampf	Universität Leipzig, Institut für KMW		2020	(20-049)
Bühler, Lara (M.A.)	Controlling und Evaluation von Events. Konzeptionelle Grundlagen, empirische Bedeutung und Entwicklung eines Modells zur Event-Evaluation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	2007 (UK)	(08-004)
Buhl Annetrin (Magister)	Diskursblasen im Netz: Eine Untersuchung anhand eines aktuellen Beispiels.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2017	(17-026)
Bührmann Natalie (B.A.)	Mitarbeiter als Corporate Influencer. Ein Framework zur Integration durch das Kommunikationsmanagement. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW		2018	(19-018 a+b)
Bui Thu Hoai (M.A.)	Crossmediale Ansätze in der externen Wissenschaftskommunikation. Analyse von Strategie und Strukturen ausgewählter Forschungseinrichtungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Wissenschafts- und Innovationskommunikation	2016 (WIK)	(16-148)
Bulla Martha (M.A.)	Storytelling in der Unternehmenskommunikation – mehr als nur Geschichten erzählen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	2011 (UK)	(11-058)
Bullmann Janina (B.A.)	Sportberichterstattung für Kinder im Fernsehen. Eine interpretative Analyse am Beispiel der Sendung „Pfiff“ (ZDF). Glaubwürdigkeit von CSR-	Universität Bamberg,		1992 Fallstudien (F)	
Bunk Corinna (Magister)	Kommunikation aus der Sicht von Wirtschaftsjournalisten.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2010 Fallstudien (F)	(10-120)

Burgstedt Lisa (M.A.)	Digitale Transformation und Kommunikation in Zeiten von COVID-19. Eine qualitative Befragung von Führungskräften aus der Industrie 4.0. Wissenschaftssponsoring als	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-038)
Burkert Angela (Magister)	Kommunikationsmanagement für Unternehmen und als Finanzquelle für Hochschulen. Mentoring als Instrument der Nachwuchsförderung im Berufsfeld	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Sponsoring (S)
Burkert Augustine (B.A.)	empirische Untersuchung aktueller Mentoring-Programme nationaler und internationaler PR-Berufsverbände. Public Relations im Zeitalter der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens- kommunikation (UK) (13-088)
Burkhardt Tobias (Magister) (Oeckl)	Online-Medien. Eine qualitative Untersuchung zur gegenwärtigen Bedeutung der PR in ausgewählten Organisationsformen. Erfolgsorientierte Konzeption und Gestaltung eines landesweiten privaten	Universität Bremen	2002	Internationale PR (I-PR)
Burkert Stephan (Diplom)	Hörfunkprogramms. Eine problemorientierte Analyse. Social Media Praxis Sächsischer Landtagsabgeordneter. Eine deskriptive	Universität Bamberg, Universität Leipzig, Institut für	1993	Fallstudien (F) Politische Kommunikation (PoK); Online-PR
Burow Melanie (B.A.)	Untersuchung zur Facebook-Präsenz Sächsischer Landtagsabgeordneter. Das Internet als Instrument der Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2013	(OPR)
Bursée Ingo (Magister)	Literaturbestandsaufnahme und Darstellung eines Fallbeispiels. Staatliche Öffentlichkeitsarbeit und ihre Probleme auf Ebene der	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Unternehmens- kommunikation (UK) Politische Kommunikation (PoK); Regionale
Buschatzky Anja (B.A.)	Bundesländer am Beispiel von Niedersachsen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	PR (RPR)
Busche Daniel (Diplom) (Oeckl)	Terrorismus: Strategien staatlicher Kommunikationspolitik unter verschärften Bedingungen. Vergleich von zehn länderspezifischen Ansätzen sicherheitspolitischer Öffentlichkeitsarbeit als Grundlage für deutsche Kommunikationsperspektiven. Kirchliche Identität der Öffentlichkeitsarbeit. Eine kommunikationsgeschichtlicher Entwurf der soziologischen Genese der	Universität der Künste Berlin, Fakultät 02 – Gestaltung	2005	Politische Kommunikation (PoK)
Butler Wilfried von (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit im Kontext der älteren und jüngeren Kirchengeschichte. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	PR-Historie (H)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Camehn Volker (Diplom)	Prinzipien und Probleme der Realitätsdarstellung im Film. Der Einsatz von Bewegtbildern für den Aufbau von Vertrauen in der Online-Kommunikation – eine	Universität Bamberg		1991		
Carius Laura (B.A.)	empirische Analyse von „Fashion- und Beauty-Blogs“.	Universität Leipzig, Institut für KMW Hochschule für	2014	Online-PR (O-PR)	(14-009)	
Cauers, Christian (Diplom) (Oeckl)	Mitarbeiterzeitschriften in Deutschland 2003. Strategische Kommunikation und Leitbildentwicklung bei Nonprofit- Organisationen. Fallbeispiel: Das Institut für Angewandte Trainingswissenschaft.	Musik und Theater, Hannover	2003	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Chitralla Christian (Magister)	Employer Branding – Als Arbeitgeber Marke werden. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Arbeitgeberpositionierungen der honorarstärksten PR-Agenturen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Non Profit (NP); Fallstudien (F)		
Christoph Paula (B.A.)	Deutschlands auf ihren Karrierewebsites. Beziehungen zwischen Unternehmen und Social-Media-Influencern. Theoretische Modellierung und empirische Überprüfung anhand der Prinzipal-Agent-Theorie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-077)	
Cimiotti Gina (M.A.)	Corporate Publishing: Eine analy- tische Bestandsaufnahme unter besonderer Berücksichtigung des Instruments „Imagebroschüre“ und eine Inhaltsanalyse von Image- broschüren wissenschaftlicher Einrichtungen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-090)	
Clauß Franziska (Magister)	Corporate Foundations im Spannungsfeld der internen und externen Positionierung. Probleme der Kommunikations- arbeit kultureller Institutionen. Eine Fallstudie Am Beispiel des Kulturhauses Böhlen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Image (I)	(11-009)	
Claves Hubert (Diplom) (Oeckl)	Narrative Ansätze in der Online- Unternehmenskommunikation: Chancen und Herausforderungen des Content Marketing. Theorie und empirische Bestandsaufnahmen Storytelling basierter Content Marketing Beiträge anhand Topmarken Deutschlands.	Fachhochschule Osnabrück	2005	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Creutz Carolin (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(00-009)	
Cujé, Sarah; Lamotte, Mathilde Helene (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Online-PR (O-PR)	(15-065)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Dankers Annika (M.A.)	Nachhaltigkeitskommunikation von grünen Start-ups in Deutschland. Eine explorative Interviewstudie zu Charakteristika und Herausforderungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-110)	
Decho Michele (B.A.)	Kommunikationsmanagement für Wissenschaft und Forschung. Eine Medienresonanzanalyse zur medialen Wahrnehmung der Universität Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Fallstudien (F)		
Deck Marina (Magister)	PR-Agenturen in Deutschland. Branchenstruktur, Wettbewerbstreiber, Entwicklungstendenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	PR (RPR)	(09-0045 a+b)	
Deeg Lothar (Diplom)	Themengebundene Journalistenpreise als PR-Methode.	Ludwig-Maximilians-Universität München	1991	Journalismus/PR (J/PR)		Kopie
Dees Matthias (Diplom)	Public Relations als Managementaufgabe. Ein empirischer Beitrag zur Untersuchung des Berufsfeldes	Universität Hohenheim, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	1995	Theorie (PR-T)		
Degenhart Silvia (Diplom)	Öffentlichkeitsarbeit unter besonderer Berücksichtigung einer zunehmenden Feminisierung.	Universität Wien	1997	Fallstudien (F)		
Deichmann Kathrin (B.A.)	Produktlose Werbung mit den Fallbeispielen Humanic und Benetton. Wirklichkeitskonstruktion durch Kampagnen von Tierrechtsorganisationen. Eine inhalts-analytische Untersuchung der PETA-Kampagne	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Kampagnen (PR-K)	(16-014)	
Deichsel André (Magister)	Legalisierte Tierqual. Die Versorgungssicherheit im Erdgasmarkt. Eine Analyse der Polycystruktur und die Notwendigkeit der Entwicklung neuer Steuerungsinstrumente.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Unternehmenskommunikation; Image (I)		
Demagin Julia (B.A.)	Begriff und Phänomen Lobbying und Lobbyismus in der Medienberichterstattung am Beispiel Spiegel Online und Focus Online.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Politische Kommunikation (PoK)		
Demel Martin Georg (Diplom)	Images und Imageanalyse von mittelständischen Unternehmen. Eine Fallstudie am Beispiel der Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG. (2 Bde.)	Universität Bamberg, Studiengang Soziologie	1994	Image (I)		
Denysenko Velyna (B.A.)	Das Berufsfeld Public Relations in Deutschland: Daten, Strukturen, Trends.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Theorie (PR-T)	(11-061)	
Derksen Jens Reinhard (Dissertation)	Storys mit Studien – Produktion von Aufmerksamkeit mit Rankings, Umfragen und Statistiken in Journalismus und PR.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2013	Kampagnen (PR-K); Konzeption (K)	UBL: E-Book	

Desislava Rumenova				Internationale PR (IPR); Image	
Deseva (Magister)	Das Image ‚Made in Germany‘ in Bulgarien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	(I)	
Dettmar Rainer (Diplom)	PR ohne Plan. Pressestellen an deutschen Universitäten – Ausstattung, Personal, Aufgaben, Konzepte.	Universität Dortmund, Institut für Journalistik	1994	Fallstudien (F)	
Diachenko Mariia (B.A.)	NGO-Kommunikation auf Instagram – Emotionalisierung durch Bilder. Der historische Wandlungsprozess des Praxisdiskurses zur internen Veränderungskommunikation in Unternehmen – eine quantitative Inhaltsanalyse von Branchenmagazinen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-064)
Dicke Laura (B.A.)	Employer Branding deutscher Startup-Unternehmen. Eine qualitative Studie über die strategische Positionierung neu gegründeter innovativer Unternehmen als attraktive Arbeitgeber	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(I-UK)	(17-027)
Dicke, Laura (M.A.)	Interne Kommunikation der Bundeswehr. Eine Fallstudie des Bundeswehrstandortes Fliegerhorst Holzdorf / Schönwalde -	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-050)
Didoff, Sophia (B.A.)	Mitarbeiterbefragung und Analyse anhand des Kommunikationsmittels Lotus Notes.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		
Diehl Josepha (B.A.)	Öffentlichkeitsarbeit in Stiftungen, dargestellt am Beispiel der Diehl-Zesewitz-Stiftung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Fallstudien (F)	(12-052)
Dieterle Antonia Margaux (M.A.)	CSR-Kommunikation im deutschen Mittelstand. Zustand und Perspektiven der Institutionalisierung der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Methoden zur Evaluation von Earned Media im Kommunikationsmanagement – Entwicklung eines systematischen Bezugsrahmens und empirische Betrachtung der Praxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	CSR-Kommunikation (CSR)	
Dietlmeier Julia (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-113)
Dietrich, Kirsten; Ulonska, Angela	Stadt von Anfang an! [Abschlussarbeit zur Berufsqualifikation]	Düsseldorf	1995	Konzeption (K)	
Dietrich Madlen (M.A.)	Wirkungen und Wirkungsstufen im Kommunikations-Controlling Die Nachhaltigkeitskommunikation von Banken. Eine qualitative Untersuchung der Anforderungen von Privatkund:innen an die Nachhaltigkeitskommunikation von Direktbanken.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Controlling (C)	(11-127)
Dietsche Florian (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-131)

Dietze Chiara Marie (B.A.)	Online-Kommunikation von Green Startups in Deutschland. Eine qualitative Inhaltsanalyse von Frames der Nachhaltigkeitskommunikation. Nationenimages und internationale politische PR am Beispiel Chinas.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-065)
Ding Zhou (B.A.)	Analyse und Interviews mit Multiplikatoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Politische Kommunikation (PoK); Image (I)
Dittrich Antonia (M.A.)	Storytelling im Wissenschaftsjournalismus - Eine Analyse deutscher Medien. Issues Management in der deutschen Lebensmittelbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-039)
Dittrich Susann (Magister)	Bestandsaufnahme und Konkretisierung eines PR-Verfahrens im Fokus einer sensiblen Branche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Issues Management (IM) (05-013)
Döll Constanze (Diplom) (Oeckl)	Online-PR. Die Nutzung des Internets für unternehmerische Öffentlichkeitsarbeit. Krisenkommunikation im Infektions-skandal des Klinikums Bremen- Mitte. Eine inhaltsanalytische Untersuchung	Hochschule der Künste Berlin	2000	Unternehmens- kommunikation (UK)
Dommert Anna (B.A.)	der Bericht-erstattung von Weserkurier und Welt. Die Rolle des Social Media Managers – Eine explorative Analyse des Berufsbildes von Social Media-Verantwortlichen in der Organisationskommunikation. Heritage Communication auf Corporate Websites: Eine Benchmark-Analyse von Unternehmen in Deutschland, Großbritannien und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Konzeption (K); Fallstudien (F) (13-191)
Dörfer Anna (B.A.)	Heritage Communication auf Corporate Websites: Eine Benchmark-Analyse von Unternehmen in Deutschland, Großbritannien und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Online-PR (OPR)
Dörfer Anna (M.A.)	Öffentlichkeitsarbeit der evangelischen Kirche in Deutschland: Eine Bestands-aufnahme. Historische Entwicklung, theologische und kommunikations-politische Determinanten sowie kritische Analyse berufs-feld-bezogener Verständnisse und Tätigkeitsmuster.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmens- kommunikation (UK) (17-052)
Döring Ulrike (Disserta- tion)	Determinanten sowie kritische Analyse berufs-feld-bezogener Verständnisse und Tätigkeitsmuster.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	1997	Fallstudien (F) UBL: 99- 2-95
Dormann Markus (Diplom)	PR-Strategien von Staaten im Kriegsfall. Akteur der Gesundheitskommunikation – Eine empirische Studie zum Berufsbild des Kliniksprechers in Deutschland. Ergebnisse, Entwicklungen und Herausforderungen.	Universität Bamberg	2004	Politische Kommunikation (PoK)
Doma- newskaja Anastasia (B.A.)	Umweltberichterstattung als Problem. Eine Leserstudie bei den Greenpeace Förderern und Käufern des Greenpeace Magazins. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Image (I) (13-140)
Dornberg Bettina (Magister)	Greenpeace Förderern und Käufern des Greenpeace Magazins. (2 Bde.)	Frei Universität Berlin	1991	Fallstudien (F)

Dost Carola (Magister)	Der Einfluss von PR-Aktivitäten auf die Presse – Eine Fallstudie am Beispiel der Kommunikations-aktivitäten des Europäischen Parlaments zur Einführung des Euro.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 1998 (J/PR)	(01-010)
Dreben- stedt Lucas (B.A.)	Die Evangelische Kirche im Social Web: Eine empirische Analyse. Die Nutzung des Social Webs durch die Gliedkirchen der EKD.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Online-PR (OPR)	(14-012)
Dreilich Doreen (Magister)	Die „Sächsischen Dorftage“ als Instrument staatlicher Öffentlichkeitsarbeit – kritische Analyse, Resonanz, Verbesserungsvorschläge	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 1999 (RPR)	(00-046)
Dreißig Sandra (B.A.)	Geschichtskommunikation - Systematischer Vergleich verschiedener Ansätze und Darstellungen am Fallbeispiel des Staatstheaters Cottbus.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 2009 (RPR)	
Drews Mirja (Magister)	Corporate Governance als kommunikative Herausforderung und Instrument in der Unternehmenskommunikation. Analytische Bestandsaufnahme und Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation (UK); Fallstudien 2004 (F)	(05-046)
Droller Miriam (M.A.)	Nonprofit-Organisationen im Social Web. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Dialog- kommunikation von deutschen und US-amerikanischen Organisationen im partizipativen Internet.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Non Profit (NP) 2012 Online-PR (OPR)	(12-070)
Dühring Lisa (Magister)	Steuerung trotz Komplexität oder Steuerung durch Komplexität? Theoretische Ansätze und Verfahren zum Umgang mit Komplexität im Kommunikations-management.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2008 (UK)	(08-018)
Dühring, Lisa (Disserta- tion)	Reassessing the Relationship between Marketing and Public Relations. New Perspectives from Philosophy of Science and History of Thought.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Theorie (PR-T)	
Dunant Jeffrey (Magister)	Gerüchte in der Finanz- kommunikation. Kommunikationstheoretische und sozialwissenschaftliche Grundlagen, Relevanz für Investor Relations und Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR) 2002	(02-036)
Dunkel Nicole (B.A.)	Gefälschte Online-Bewertungen: Persuasionswissen der KonsumentInnen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Online-PR (OPR)	(17-019)
Düthmann Jana (M.A.)	Integrierte Finanzkommunikation mit Belegschaftsaktionären. Eine Analyse des Management der Kommunikation mit Belegschaftsaktionären.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-101)

	„Nach der Quote ist vor der Quote“: Analyse der Kommunikation von DAX-Unternehmen zur Einhaltung der Frauenquote im Aufsichtsrat.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation (UK); Öffentliches Vertrauen (V) 2018
Dziemballa Hanna (B.A.)	Employer Branding im mittelständischen Unternehmen. Dargestellt am Beispiel des Freistaates Sachsen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Ebert Julian (M.A.)	Nachhaltigkeitskommunikation der Hidden Champions. Theoretische Grundlagen und empirische Analyse der Kommunikation von Corporate Social Responsibility mittelständischer Weltmarktführer in Deutschland. Public Relations für einen Fernseh- sender. Zur Konstruktion eines Images durch außerprogrammliche Kommunikation am Beispiel von RTL.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	CSR- Kommunikation (CSR)	(15-085)	
Echterhoff Jutta (Oeckl)	What Motivates Students To Become Active? Applying the Situational Theory of Publics to the Student Protests in Leipzig.	Universität Essen	1999	Fallstudien (F)		
Eder Linda (Magister)	PR interkulturell – eine qualitative Analyse deutscher und französischer Unternehmenskommunikation im jeweiligen Nachbarland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Theorie (PR-T)	(10-102)	
Edler Janine (Magister)	Frühwarnung und Früherkennung in der Öffentlichkeit.	Universität Göttingen	1999	Internationale PR (IPR)		
Eggert Kati (Diplom) (Oeckl)	Die PR Dt. Wirtschaftsunter- nehmen im Internet: Monolog oder Dialog?	Universität Mainz	1997	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Eidmann Estibaliz Carmen (B.A.)	Kennzeichnungspflicht auf Instagram: Der Einfluss von Werbekennzeichnungen gesponserter Inhalte auf die Glaubwürdigkeit von Social Media Influencer_innen auf Instagram Comeback des Bildungsfernsehens. Eine qualitative Inhaltsanalyse des Bildungsformats Grips hinsichtlich der Bedingungen des sächsischen Lehrplans.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-034)	
Eisermann Antonia (B.A.)	Interne Kommunikation mit Blue- Collar-Mitarbeitern im digitalen Zeitalter. Theoretische Grundlagen und eine empirische Untersuchung am Fallbeispiel Siemens Energy.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	Unternehmens- kommunikation (UK); Fallstudien (F)	(13-074 a+b)	
Ekanem, Biana D. (M.A.)	Journalists on Twitter: Follower, Gender and Perceptions of Credibility.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020			
Elkan, Caroline (B.A.)	Museen im Social Web. Der Einsatz von Instagram in der Bildungs- und Vermittlungsarbeit von Kunstmuseen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmens- kommunikation (UK)	(19-118)	

Elsner Bianka (M.A.)	Wissenschaftskommunikation öffentlicher Forschungseinrichtungen im Internet. Fallstudie zur Untersuchung organisationaler Prozesse und strategischer Konzepte am Beispiel der Fraunhofer- Gesellschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Wissenschafts- und Innovations- kommunikation 2017 (WIK)	(17-099)
Elze Corinna (Magister)	Die Selbst- und Fremddarstellung der Leipziger Messe von 1960 bis 1963. Eine Inhaltsanalytische Fallstudie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997 PR-Historie (H)	(98-042)
Emmerich Michelle (B.A.)	Agenda-Setting in der PR-Branche durch Studien von Agenturen – Analyse von Themen und Methoden. Akzeptanz und öffentliche Beziehungspflege einer	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Fallstudien (F)	(12-051)
Enders Gisela (Diplom)	Schlüsselindustrie mit Risiko-potential. Versuch einer soziologischen und theologischen Annäherung.	Albert-Ludwigs- Universität Freiburg im Breisgau	Sponsoring (S); Öffentliches Vertrauen (V) 1991	
Endres Susanne (Diplom) (Oeckl)	Krisen-PR. Unternehmenskommunikation in schwierigen Situationen. Investor Relations als Teilbereich der Integrierten Kommunikation? Reflektion etablierter theoretischer Ansätze, empirische Statuserhebung und Beurteilung der Sinnhaftigkeit. (2 Bde.)	Friedrich-Alexander- Universität, Erlangen-Nürnberg	1992 Krisen-PR (KPR)	
Engel Christian (M.A.)	Transparenz in der PR-Praxis – Eine qualitative Untersuchung zum Umgang mit Transparenz in der Unternehmenskommunikation der deutschen Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR) 2010	
Engel Elvira (B.A.)	Die externe OA von Energie- konzernen im Rahmen der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	
Engelmann Uta (Magister)	Liberalisierung des deutschen Strommarktes. Eine Fallstudie am Bsp. Bayernwerk AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2000 (UK)	(01-016)
Engler Charlotte (B.A.)	Die Digitalisierung von Live Communication. Eine qualitative Studie zu den Chancen und Herausforderungen des Transformationsprozesses. Social Media Kommunikation von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Theoretische Modellbildung und inhalts-analytische Untersuchung der Social Media	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-067)
Enke Nadja (M.A.)	Kommunikation öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online-PR 2015 (OPR)	(15-086)

	Aspekte der Tourismus-PR. Darstellung der Entwicklung und Analyse der PR-Aktivitäten im Tourismusbereich sowie eine Fallstudie am Beispiel des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW). (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Fallstudien (F)
Epp Melanie (Magister)	Der Verlust öffentlichen Vertrauens. Analyse der Berichterstattung über Vattenfall im Jahr 2007.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien (F); Öffentliches Vertrauen (V) (10-042)
Ermes Viktoria (Magister)	Das Lobbyregister der Euro- päischen Union. Vorteile und Grenzen für die politische Interessenvertretung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Politische Kommunikation (PoK); Lobbying 2010 (L)
Espe Carolin (B.A.)	Die Interdependenzen von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 2013 (J/PR)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Fähnrich Birte (Dissertation)	Science Diplomacy: Rahmenbedingungen, Ziele, Formen und Effekte strategischer Kommunikation in der auswärtigen Wissenschaftspolitik. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2012	Theorie (PR-T)	UBL: 01H- 2013-224	
Fähnrich Birte (Magister)	Selbst- und Fremdbilder von jungen Deutschen und Polen im Rahmen der europäischen Integration. Analytische Bestandsaufnahme sowie empirische Studie am Beispiel des Programms KAFKA der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Image (I)	(06-073)	
Fecher Nirawadee (M.A.)	Der Einfluss von Partizipation und Storytelling auf den Sponsoring-erfolg. Eine experimentelle Befragung. Die empirischen Methoden der PR-Evaluation. Systematische Darstellung und eine praxis-orientierte Anleitung zur Konzeption, Durchführung und Auswertung von Medienresonanzanalysen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmens-Kommunikation (UK)	(17-055)	
Fechner Ronny (Magister)	Intereffikation von Journalismus und Presse- bzw. Medienarbeit als integraler Bestandteil von Organisationskommunikation. Analyse, Operationalisierung und Erweiterung eines Kommunikationsmodells. (3 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Theorie (PR-T)	(05-014)	
Fechner Ronny (Dissertation)	Die Pressefreiheit der deutschen Automobilhersteller. Eine empirisch Analyse der journalistischen Selektion und Verarbeitung von Pressemitteilungen der deutschen Automobilherstellung in Tageszeitungen, Wirtschaftszeitung und Nachrichtenmagazin	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2017	Journalismus/PR (J/PR)		
Fecht Udo (Dissertation)	Phänomen Shitstorm: Eine inhaltsanalytische Untersuchung ausgewählter Beispiele. Öffentliches Vertrauen in das Gesundheitssystem. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung über die sogenannte „Schweinegrippe“.	Westfälische Wilhelms- Universität Münster, Philosophische Fakultät	1997	Journalismus/PR (J/PR)	UBL: als Buch 99-9- 1251-(1)	
Feiks Markus (B.A.)	Öffentliches Vertrauen in das Gesundheitssystem. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung über die sogenannte „Schweinegrippe“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013		(13-038)	
Fein Katharina (Magister)	Kultur mit Profil. Konzeption zur Steigerung der Akzeptanz des Kulturkanals Arte.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1993	Öffentliches Vertrauen (V)	(10-103)	
Feldmann, Gesa; Stetzler, Siegfried; Wilcken, Sabine		Dossenheim		Konzeption (K)		

Feller Sato Louisa (Magister)	Transparenz und Vertrauen durch Facebook. Eine Analyse der Kommunikation von Markenauftritten der Kosmetik-branchen in Deutschland und eine Rezipientenstudie. News und Fake zum Thema „Impfen“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Öffentliches Vertrauen (V); 2012 Online-PR (OPR)	(12-062)
Fensch Martin (Dissertation)	Theoretisch-analytische Grundlegung und eine Inhaltsanalyse deutscher Printmedien und YouTube-Inhalte mit Fokus auf moralische Bezüge.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2021	
Fetouni Badria (B.A.)	Motive der Follower von Social-Media-Influencern. Was motiviert zu folgen? Eine Uses-and-Gratification basierte Ermittlung der Motive für das Folgen von Social-Media-Influencern. Krisen- und Issues Management im Social Web. Strategien und Fallstudien zur Krisenbewältigung im Rahmen der Online-Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-108)
Fiedler Kai (M.A.)	YouTube-Kommunikation als Herausforderung für die PR in der Automobilwirtschaft.	Leipzig School of Media	2015	Krisen-PR (KPR)
Fiege Thomas (B.A.)	Die Rolle der Unternehmensgeschichte im Employer Branding. Fallstudie zur Wahrnehmung und Wirkung von Brand Heritage auf potenzielle Mitarbeiter bei zwei Unternehmen aus der Brauereindustrie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online-PR (OPR)
Filger Lena (B.A.)	Public Relations – Eine empirische Studie zur Öffentlichkeitsarbeit deutscher Großunternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Fallstudien (F) (17-067)
Findling Corinna (Diplom) (Oeckl)	„Public Journalism“. Ein neues journalistisches Konzept und seine Umsetzung in Lokalredaktionen der USA.	Universität Hohenheim	1992	Unternehmens-Kommunikation (UK)
Fink Sonja (Diplom) (Oeckl)	Markenmanagement eines Automobilherstellers am Beispiel Volkswagen.	Katholische Universität Eichstätt	1999	Journalismus/PR (J/PR)
Finster Patrick (Magister)	Mitarbeitermagazine auf mobilen Endgeräten. Theoretische Grundlagen und empirische Analyse mobiler Mitarbeiter-magazine von in Deutschland tätigen Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmens-Kommunikation (UK)
Fischer Benedict Moritz (M.A.)	Quo vadis Demokratie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Interne Unternehmens-kommunikation (15-109)
Fischer Michael (M.A.)	Naturschutzkommunikation gleich Naturschutzbildung? PR im Auftrag von Tieren und Pflanzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Politische Kommunikation (PoK)
Fischer Michelle (B.A.)				Non Profit (NP)

	Pressemappen als PR-Instrument: die Entwicklung von der klassischen Begleitinformation zum Mehrdimensionalen Instrument im Wandel der Kommunikations- gesellschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)	(01-031)
Fischler Christian (Magister)	Die PR-Branche in Leipzig: Akteure, Strukturen, Professionalisierung. Eine aktuelle Bestandsaufnahme der PR- Dienstleister und ein Vergleich mit der Situation 1998.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Regionale PR (RPR)	(11-094)
Fleischer Franziska (Magister)	Die praktische Umsetzung cross- und transmedialen Storytellings in der Kommunikation zu Originalproduktionen Netflix. Eine qualitative Inhaltsanalyse., Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung als Zentrum der Regierungskommunikation. Funktion – Struktur – Personal.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-045)
Flemming Gina (B.A.)		Universität Bamberg		Fallstudien (F)	
Flume Christina (Transfer)	Ethische Aspekte der Public Relations.	Universität Bamberg	1996	Ethik (E)	
Förg Birgit (Magister)	Moral und Ethik in der PR. Grundlagen- theoretische und empirische Analysen – Perspektiven. Verantwortungszuschreibung im Krisenfall. Ein Vergleich der Krisenkommunikation der Stadtwerke Hannover, Stadtwerke Leipzig und Stadtwerke München.	Universität Bamberg Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	2001	UBL: als Buch AP 17420 F654 M8	
Förg Birgit (Disserta- tion)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Krisen-PR (KPR)	
Formann Sarah (B.A.)	Erfahrungen massenwirksamer Öffentlichkeitsarbeit örtlicher Staatsorgane beim innerstädtischen Bauen. Der Wolf im Schafspelz?	Akademie für Staats- und Rechtswissen-schaft der DDR	1985		
Forster Ekkehardt; Schröder, Otto (Studie)	Theoretische Analyse von Propaganda und Public Relations im wissenschaftlichen Diskurs. Unterschiedliche Theorieniveaus in Public Relations. Sozialwissen- schaftliche und die Praktiker-theorien im Vergleich. Befähigen, Beraten, Umsetzen – Neue Aufgabenprofile für Kommunikationsmanager in ganzheitlich kommunizierenden Organisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Theorie (PR-T)	
Fothe Christian (B.A.)		Universität Bamberg		Theorie (PR-T)	
Frank Pascal (Diplom)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(11-189)
Franke Neele (M.A.)					

Franz Patrick (B.A.)	Das Verhältnis von Public Relations und Journalismus im Bereich des Sports. Wie RB Leipzig, Bild und Leipziger Volkszeitung kontrolliert und warum Lok nicht so mächtig ist. PR von Unternehmen im redaktionellen Entscheidungs-prozeß.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 2014 (J/PR)	
Frenzel Tatjana (Diplom)	Der Wirtschaftspressen – dargestellt am Beispiel der Bayerischen Motoren Werke . Die Entwicklung und Bedeutung studentischer PR-Initiativen in Deutschland. Eine empirische Studie	Universität Bamberg, Studiengang Soziologie	Unternehmens-Kommunikation 1995 (UK)	
Friebel Stefanie (M.A.)	zum PR-Nachwuchs und der akademischen PR-Ausbildung. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Non Profit (NP)	(13-192 a+b)
Friebel Thomas (Magister)	Die Public Relations der beiden großen Unternehmensverbände im Kontext der Globalisierungs-entwicklung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens-Kommunikation 2003 (UK)	(03-065)
Friedewald Heike (Magister)	Psychologie und PR. Eine Analyse psychologischer Ansätze hinsichtlich ihres Nutzens für die PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Theorie 2007 (PR-T)	(08-058)
Friedrich Antje (Magister)	Das Verhältnis von PR und Journalismus. Die Wahlkampfberichterstattung anlässlich der Landtagswahlen 2004 in Sachsen. Eine Online-Befragung und Input-Output-Analyse am Beispiel der SPD.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 2005 (J/PR)	(06-008)
Friedrich Anke (B.A.)	Innovationsjournalismus: Konzeptionelle Grundlagen und Herausforderungen für die PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 2009 (J/PR)	
Friedrich Susanne (Magister) (Oeckl)	Unternehmenskultur. Versuch einer Definition unter Bezug auf die unternehmerische Kommunikation als Mittel zur kognitiven Integration von Individuen.	Universität Lüneburg, Kulturwissenschaften	Unternehmens-Kommunikation 1998 (UK)	
Friedrichs Sandra (B.A.)	Krisenkommunikation in der Videospielebranche am Beispiel des Amoklaufs Winnenden. Vertrauen und Vertrauensverluste durch Medienberichterstattung? Eine Fallstudie am Beispiel von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Krisen-PR (KPR)	(13-090)
Fritzsche Anett (Magister) Fröbe	Außenminister Fischer während der Visa-Affäre 2005.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien (F); 2006 Krisen-PR (KPR)	
Doreen (B.A.)	Die Verbraucherkommunikation von Fast-Food-Ketten im Web 2.0. Wissenschaft in der Öffentlichkeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Online-PR (OPR)	(14-067)
Fröhlich Anja (Magister)	Public Relations der deutschen Akademien der Wissenschaften. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen 2008 (PR-K)	

Füller-Seibel Petra (Magister)	Architektur und Kommunikation. Der Einsatz von Medien für „Das Neue Frankfurt“ in den 20er Jahren	Universität Mainz, Sozialwissenschaften	1998 Fallstudien (F)	
Furchert Dirk (Dissertation)	Lokale PR-Kommunikation mittels hybrider Kommunikationstechniken in der entstehenden Informationsgesellschaft. Eine integrative Studie über den Einsatz neuer Medien on der Öffentlichkeitsarbeit deutscher Städte.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	Regionale PR 1999 (RPR)	UBL: als Buch 01H-2000-792
Furchert Dirk (Diplom)	Konfliktmanagement in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Kommunen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996 Krisen-PR (KPR)	(96-017 a+b)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Gabler Bernd (Konzeption)	Russen in Europa. Menschen, Jahre, Leben. Das Ansehen des Bundesligavereins	Kolleg für Kultur und Wirtschaft Potsdam	1991	Konzeption (K)		
Gabriel Nadine (B.A.)	Eintracht Frankfurt. Entwurf einer PR-Konzeption zur Imageförderung bei Sponsoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Konzeption (K)	(05-001)	
Gaczensky Beatrice (Magister)	Bestandsaufnahme der deutschen PR-Agenturen 2004. Entwicklungen und Perspektiven. Möglichkeiten und Grenzen der Themensteuerung in ost- und westdeutschen Pressemedien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Fallstudien (F)	(06-024)	
Galinowski Jana (Magister)	Untersuchung an der Bericht-erstattung über das Management-Buy-Out durch die Treuhandanstalt.	Freie Universität Berlin, Fach Publizistik	1995	Fallstudien (F)		
Galliner Aaron (Magister)	„Horst ... Wer?“ Image-Genese des Bundespräsidenten Horst Köhler. Leitfadengespräche und Inhaltsanalyse. Corporate Publishing an deutschen Hochschulen – Chancen, Risiken und Herausforderungen für die Wissenschaftskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Image (I)	(10-104)	
Garten Ralf (M.A.)	Wissenschaftskommunikation.	Leipzig School of Media	2011	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Gataullina Lilii (B.A.)	Die Rolle von Social Bots im Wahlkampf. Städtische Identität als kommunikationsstrategische Bezugsgröße. Das Fallbeispiel der Kleinstadt Frankfurt (Oder).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Regionale PR (RPR); Politische Kommunikation		
Gebauer Melanie (B.A.)	Corporate Social Media im Öffentlichen Straßenpersonenverkehr: Nutzen und Risiken. Eine empirische Untersuchung der Social Web-Kommunikation der Straßenbahnunternehmen in Deutschland. Zwischen Putsch und Preissteigerung. Die Zeitungen in St. Petersburg in der Umbruchphase vom Putsch im August 1991 bis zum Frühjahr 1992.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	(PoK)		
Gehnich Natalya (M.A.)	Unternehmenskommunikation der Straßenbahnunternehmen in Deutschland. Zwischen Putsch und Preissteigerung. Die Zeitungen in St. Petersburg in der Umbruchphase vom Putsch im August 1991 bis zum Frühjahr 1992.	Leipzig School of Media	2013	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Geißlinger Esther (Magister)	Petersburg in der Umbruchphase vom Putsch im August 1991 bis zum Frühjahr 1992. Organisationsspezifische Bestimmungsfaktoren der Informationsauswahl und Informationsaufbereitung kirchlicher Pressedienste und Nachrichtenagenturen. Eine Fallstudie zum epd-Basisdienst. Die Programmatik integrierter Kommunikation und ihre jüngste Herausforderung: Public Relations im Internet.	Universität Bamberg	1994	Journalismus (J)		
Gensch Hans Gerhard (Dissertation)	Informationsauswahl und Informationsaufbereitung kirchlicher Pressedienste und Nachrichtenagenturen. Eine Fallstudie zum epd-Basisdienst. Die Programmatik integrierter Kommunikation und ihre jüngste Herausforderung: Public Relations im Internet.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Konzeption (K); Fallstudien (F)		
Gentsch Michael (Magister)	Herausforderung: Public Relations im Internet.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Internationale PR (I-PR)	(01-054)	

Geppert Romina (M.A.)	Öffentliches Vertrauen in NPOs. Die Einflussnahme medialer Berichterstattung auf das öffentliche Vertrauen am Beispiel einer Nonprofit-Organisation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Non Profit (NP)	(17-101)
Gerasch Melanie (B.A.)	Finanzkommunikation 2.0: Benchmark-Studie zum Einsatz von Social Media auf den Investor-Relations-Websites börsennotierter Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor 2011 Realties (IR)	(11-049)
Gerhardt Paula (B.A.)	Analyse von Virtual Reality Inhalten, welche im Kontext zu Non-Profit-Organisationen stehen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	
Gerlieb Cornelia (Diplom)	Die Konzipierung einer Mitarbeiterzeitschrift. Erläutert am Beispiel der Zeitung für die Buna Sow Leuna Olefinverbund GmbH - Mitarbeiterbindung, roter Teppich fürs Personal. Eine PR-Konzeption zur Implementierung von kommunikativen Maßnahmen zur Bindung von mobilen	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997 Fallstudien (F)	
Gerst John-Miles (B.A.)	IT-Beschäftigten an ihren Arbeitgeber Fourth Project.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	(09-047)
Gerstenberg Juliane (M.A.)	Telling the Story right? Equity Storytelling als Instrument erfolgreicher Investor Relations von Startups. Social-Media-Kommunikation in der Kultur-PR. Untersuchung ausgewählter	Universität Leipzig, Institut für KMW	Startup-Kommunikation 2018 (ST-K)	(18-065)
Gerth Nadine (B.A.)	Facebook-Beiträge einer Kulturinstitution bezüglich der Anwendung von Strategien. Social-Media-Marketing in der Ersten Handball-Bundesliga. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online-PR 2017 (O-PR)	(17-078)
Gieseke, Yvetta	Inhaltsanalyse der Social-Media-Kommunikation auf Facebook	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-036)
Glaser Wolfgang (Diplom)	Die Öffentlichkeitsarbeit von Nonprofit-Organisationen aus dem Behindertenbereich, dargestellt am Beispiel des Vereines „Miteinander“ (Linz, OÖ).	Universität Salzburg	1994 Fallstudien (F)	
Glatter Mathias (Diplom)	Design Art als Gestaltungsmittel der Corporate Identity.	Universität Hamburg	1990	
Gleike Lisa (B.A.)	Berufsfeld PR: Anforderungen und Entwicklungsdynamik.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Theorie (PR-T)	
Gneupel Christian (B.A.)	Kommunikationskonzept: „Die Lange Nacht des Sports“. Corporate Activism als Herausforderung für die Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Konzeption (K)	(Anhang Sperrvermerk)
Göbel, Sarah (M.A.)	Rahmenbedingungen, Handlungsmöglichkeiten und Management der Corporate-Activism-Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-051 a)

	Das Amtsblatt als Medium der kommunalen Öffentlichkeitsarbeit von Städten. Eine Kommunikator-befragung bei den Sprechern deutscher Großstädte und eine Leserbefragung am Beispiel des Amtsblattes der Stadt Halle (Saale).	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 2004 (RPR)	(04-056)
Göcke Jana (Magister)	Hochschulmarketing im Social Web. Verständnis, Erwartungen sowie Entscheidungsbereiche von Kommunikationsverantwortlichen und Hochschulleitungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online-PR 2015 (O-PR)	(15-088)
Gohr Marie-Theres (M.A.)	Politik. Medien. Skandal. Print-mediale Diskurse in politischen Skandalen am Beispiel des sogenannten Sachsensumpfes.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	Politische Kommunikation 2008 (PoK)	
Gohrhau Sascha (Magister)	Integration von Social Media in die Sponsoringsaktivitäten von Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	(16-129)
Goller Anja (M.A.)	Göllniz			
Anke (Magister)	Ernst Litfaß und die Anfänge der Anschlagssäule in Deutschland.	Universität Münster	1976 PR-Historie (H)	
Goldmann Robert (Diplom)	Methoden der Erfolgskontrolle in der Öffentlichkeitsarbeit. Die Positionierung des Chiefs Financial Officers (CFO). Eine qualitativ-explorative Untersuchung der Finanzvorstandspositionierung in Deutschland.	Hochschule St. Gallen	1992 Theorie (PR-T) Unternehmenskommunikation (UK); Finanzkommunikation	
Golombek Christopher (M.A.)	Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019 (FiKo)	(19-022)
Gottwald Franzisca (Diplom) (Oeckl)	Zum Verrücktwerden!? Eine empirische Untersuchung zur Anti-Stigma-Kampagne in Deutschland.	Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt	Kampagnen (PR-K); 2002 Fallstudien (F)	
Gottwald Franzisca (Oeckl) (Dissertation)	Journalismus und Public Relations im Gesundheitsbereich. Ein Netzwerkmodell für strategisches Kommunikationsmanagement.	Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt	2005 Theorie (PR-T)	
Goyne Laura (B.A.)	Corporate Blogs von HR-Startups im Laufe ihres Wachstums. Wie junge Unternehmen aus dem Personalwesen mittels Thought Leadership den Wandel zur Arbeitswelt 4.0 begleiten. Das Image der OTV in Hessen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-073)
Graf Hannelore (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit, Selbstbild und Fremdbild einer Gewerkschaft in der regionalen Umwelt. (2 Bde.)	Universität Mainz	1996 Image (I)	
Graf von Kageneck Peter (M.A.)	Positionierung von Vorständen in Geschäftsberichten. Theoretisches Modell und empirische Studie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 (UK)	(18-071)
Grahl Thomas (B.A.)	Kommunikation der Fraktionen im Leipziger Stadtrat.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2011 (PoK)	

Graupner Kathleen (B.A.)	Nachhaltigkeitskommunikation in Social Media. Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten für die Unternehmenskommunikation in der Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online-PR 2014 (O-PR)	
Grebenar Ana-Marija (M.A.)	Echter Dialog in der Führungs- kommunikation. Theoretische Grundlagen, Konzeptualisierung und kritische Bewertung der Implementierungschancen echten Dialogs im Kontext der organisationalen Führungs-kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Leadership 2016 (LEA)	
Grewe Luisa (B.A.)	Trainerwechsel in der Fußball- Bundesliga: Die Glaubwürdigkeit strategischer Sündenbock- Kommunikation in der Medien- berichterstattung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Krisen-PR (KPR)	(15-022)
Grille Diana (Magister)	Corporate Social Responsibility (CSR) in Japan. Eine explorative Untersuchung der CSR-Kommunikation deutscher Unternehmen in Japan. Mobile Nachrichtenrezeption über Online-Kanäle und deren Wirkung auf den Rezipienten. Die Rolle des politischen Interesse bei der Anschlusskommunikation als	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2009 (UK)	(09-048)
Grimm Lena (B.A.)	Medienwirkung auf beiläufige Online- Nachrichtenkontakte. Integration von Social Media in die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-050)
Groller Anja (M.A.)	Sponsoringaktivitäten von Unternehmen. Die Wirkung von Symbolen beim	Freie Universität Berlin	Politische Kommunikation 2004 (PoK)	
Gruber Anja (Magister)	Schaffen von Awareness am Beispiel des Börsengangs der Deutschen Postbank AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Fallstudien (F)	(06-039)
Grünberg Patricia (M.A.)	PR auf dem Weg zu einer Profession? Eine Inhaltsanalyse von Stellenanzeigen des Jahres 2008. Feminisierung von PR. Eine Studie zu Einfluss und Stellung von Frauen im Berufsfeld PR – mit einer empirischen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Theorie (PR-T)	(10-013)
Gründl Kludia (Diplom)	Untersuchung zur Situation in Österreich unter dem Aspekt feministischer Geschlechterforschung.	Universität Salzburg, Geisteswissen- schaftliche Fakultät	Feminisierung 1996 (FE)	
Grüner Jens (Magister)	Die Unternehmenskommunikation von Rundfunkunternehmen am Fallbeispiel Energy Sachsen. Verhältnis von Journalismus und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Fallstudien (F)	(01-055)
Grünert Jana (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune. Eine Fallstudie: Befragung Leipziger Journalisten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 1996 (J/PR)	
Grünewald Rolf (Magister)	Titania-Palast – Zur Geschichte eines Berliner Luxuskinos.	Freie Universität Berlin	1988 PR-Historie (H)	

Gubitz Natali (Magister)	Business TV als Instrument der internen Unternehmens- kommunikation, Dargestellt am Beispiel des Deutsche Bank TV-Projektes. Facebook in der Event- und Veranstaltungskommunikation. Entwicklung eines Social-Media- Konzepts für das Tourismus-marketing	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997 (UK)	Unternehmens- kommunikation (98-062)
Gudat Anna (B.A.)	Leipzig. Transmediales Storytelling virtueller Bands. Eine qualitative Inhaltsanalyse ausgewählter Medieninhalte.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 (RPR)	Regionale PR (12-099)
Günzel Julia (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-009)
Güß Tanja (Diplom)	Krisenmanagement mit Hilfe des marketingpolitischen Instrumentariums unter Berücksichtigung der PR – dargestellt an den Nudelskandalen der Firma Birkel. Das Image deutscher Unternehmen	Hochschule der Künste Berlin	1989	Fallstudien (F)
Gusko Jeannette (M.A.)	in der Wikipedia. Theoretische Grundlagen, empirische Analyse und Handlungsoptionen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online-PR (O-PR)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Haack Alexandra (Diplom)	Marketing- und Kommunikations- strategien in der dt. Automobil- Industrie unter besonderer Berücksichtigung des redaktionellen Aspekts.	Universität Bamberg	1992	Fallstudien (F)		
Haase Tina (Magister)	Der Einfluss von Public Relations auf lokale Tageszeitungen im Ressortvergleich. Eine inhalts- analytische Untersuchung er eingegangenen Pressemitteilungen und der Berichterstattung in der Sächsischen Zeitung.	Technische Universität Dresden	2015	Journalismus/PR (J/PR)		Kopie
Haberer Katrin (Magister)	Sportveranstaltungen. Eine Fallstudie zu den FIS Alpinen Ski Weltmeisterschaften 2003.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Sponsoring (S)	(05-004)	
Hacker Patrick (B.A.)	Das Glashaus-Axiom in der Praxis: Der Wandel von Bacardi zum CSR- orientierten Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Konzeption (K)	(08-061)	
Hacker Patrick (M.A.)	Transparenz von Unternehmen und Unternehmenskommunikation. Bestandsaufnahme, Analyse und Expertenbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(10-014)	
Hadler Rebecca (M.A.)	Führung im agilen Kommunikations- management.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(18-129)	
Härter Annekathrin (Magister)	Nationen und ihre Angehörigen. Die Rolle von Stereotypen bei der Genese und Entwicklung des Türkei-Images in ausgewählten deutschen Printmedien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Journalismus/PR (J/PR)	(11-012)	
Hagedorn Evelyn (Magister) (Oeckl)	Sprecher der Wirtschaft: Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des deutschen Industrie- und Handelstages.	Universität Mainz	2000	Fallstudien (F)		
Hagen Katerina (Diplom)	Das Deutschlandbild in der sowjetischen Presse während des deutschdeutschen Vereinigungs-jahres 1990 am Bsp. Sowjetischer Zeitungen. Bleibt die Wahrheit auf der Strecke? Zum Verhältnis von Motorjournalisten und Auto- mobilindustrie. Eine qualitative	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	PR-Historie (H)	(97-008)	
Hagenauer Frank (Diplom)	Untersuchung anhand von zwölf Leitfadeninterviews mit Vertretern von Journalismus und Public Relations. PR und Werbung für den Wein.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Journalismus/PR (J/PR)		
Hake Sandra (Diplom)	Analytische Bestandsaufnahme und Fallstudie am Beispiel des Wein- anbaugebietes Saale Unstrut.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1995	Fallstudien (F)	(95-014)	

Haker Michael (M.A.)	PR-Recht in der PR-Praxis. Auftreten von und Umgang mit rechtlichen Problem- und Fragestellungen im Arbeitsalltag von PR-Praktikern. Analytische Bestandsaufnahme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	(13-196)
Halff Gregor J. (Dissertation)	Die Malaise der Medienwirkungsforschung. Transklassische Wirkungen und klassische Forschung.	Universität Münster, Philosophische Fakultät	1996	Theorie (PR-T)
Hallek Sonia Yasemine (B.A.)	Mediale Integration. Bedingungen von Integration in den Fernsehinhalten des MDR. „Reden wir darüber“? – Die Kommunikationspolitik der Deutschen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmens-Kommunikation (UK)
Haller Monika (Diplom)	Bank im Fall Schneider“ zwischen Anspruch und Wirklichkeit. (Anlagenband)	Bayrische Akademie der Werbung	1994	Fallstudien (F)
Hallmeier Kristina (Magister)	Pressemappen als PR-Instrument. Die Aufgaben und Leistungen des PR-Instrumentes „Pressemappe“ am Beispiel seines Einsatzes bei Herstellern medizinischer Produkte zur Krankheitsdiagnose und – therapie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Journalismus/PR (J/PR)
Hallwisch Susanne B. (Diplom)	PR-Konzept zur Einführung von SilverStream am deutschsprachigen Markt.	Institut München, BAW Universität	1999	Konzeption (K) Finanz-Kommunikation
Hammann Kerstin (M.A.)	Investoren und Aufsichtsrat im Dialog.	Leipzig, Institut für KMW	2017	(FiKo) (17-145)
Hammer Janine (Magister)	Geschäftsprozessmanagement in der Unternehmenskommunikation. Diditale Strategien in der Fußball Bundesliga. Eine empirische Analyse von Inhalten und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens-Kommunikation (UK) (10-045)
Handreck Fabian (M.A.)	Darstellungsstrategien der 18 Erstligisten auf Instagram 2017.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Kampagnen (PR-K); Image (I); Online-PR (OPR) (17-158)
Handt Daniela (Magister)	Die Öffentlichkeit der Sportverbände – eine kritische Bestandsaufnahme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F) (00-011)
Hannig Anika (M.A.)	Brand Lands als Instrument der Mitarbeiteridentifikation und -bindung. Eine Untersuchung von Marken-Erlebniswelten aus Sicht der internen Unternehmens-kommunikation. Anlagenband nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens-Kommunikation (UK) (13-076a)

Hansen, Kristin (M.A.)	Künstliche Intelligenz in der strategischen Kommunikation. Eine qualitative Untersuchung ethischer Herausforderungen und normativer Erwartungen zur Gestaltung eines ethisch verantwortungsvollen Einsatzes von KI in der Kommunikationsbranche	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-052 a+b)
Hantke Mandy (M.A.)	Kopplungsgeschäfte als Problemfeld im Spannungsfeld zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Einbindung von Social Media in die Öffentlichkeitsarbeit. Eine Analyse von Nonprofit-Organisationen der Medien- und Pressefreiheit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Theorie (PR-T)
Hantschmann Tino (M.A.)	Integration journalistischer Arbeitsweisen und Prinzipien in der internen Kommunikation des Produktionsressorts der BMW Group.	Leipzig School of Media	2013	Online-PR (OPR)
Harant Manuela (Diplom)	Kompetenzen für Social Media in der Unternehmenskommunikation. Eine Systematisierung aus theoretischer und praktischer Sicht.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Fallstudien (F)
Hardell-Ilgen, Stefanie (B.A.)	Strategische Kommunikation auf TikTok. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Profile deutscher Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmenskommunikation (UK) (12-031)
Hardtstock Nathalie (B.A.)	Führungskräftekommunikation im Industrieunternehmen – Entwurf eines Kommunikationskonzepts zur Führungskräftekommunikation bei der Siemens Power Generation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Unternehmenskommunikation (UK)
Harenburg Matthias (B.A.)	Medienmonitoring als Bestandteil des Kommunikationsmanagements.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmenskommunikation (UK)
Harnisch Claudia (Magister)	Inhaltliche Entwicklungstendenzen und Analyse der Medienmonitoring-Dienstleisterbranche. (3 Bde.)	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2014	Unternehmenskommunikation (UK) UBL: 01H-2015-86
Hartmann Bernd Michael (Dissertation)	Kommunikationsmanagement von Clusterorganisationen. Theoretischer Referenzrahmen und Ergebnisse empirischer Forschung.	Universität Bamberg	1992	Theorie (PR-T)
Hartmann Stefan (Diplom)	Risiko-Kommunikation: Bestandsaufnahme eines gesellschaftlichen Phänomens im Spannungsfeld von Theorie und Praxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F) (99-023)
Harzbecker Katja (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit an Hochschulen. Die Ohio University und die Universität Leipzig im Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Online-PR (OPR); Fallstudien (F) (11-006)
Hase Michaela (M.A.)	Media Relations im mobilen Internet. Grundlagen und Qualitätskriterien für die Pressearbeit im Zeitalter von Smartphones und Mobilkommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Online-PR (OPR); Fallstudien (F) (11-006)

Haslauer Klaus (Diplom)	Öffentlichkeitsarbeit von Messeausstellern: Theoretischer Rundblick über die Öffentlichkeitsarbeit im Umfeld von Beteiligungen an Messen und empirischer Exkurs am Beispiel der Salzburger Land Tourismus Gesellschaft.	Universität Salzburg	1997	Fallstudien (F)	
Haubold Jana (Magister)	Die Rolle der Online-PR im Rahmen von Unternehmenskrisen. Literaturbestandsaufnahme und eine Expertenbefragung bei ausgewählten Themen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Krisen-PR (KPR)	(03-027 a+b)
Haubold Sandra (Magister)	Das Verhältnis von Public Relations und Journalismus in der Musikbranche. Eine Input-Output-Analyse am Beispiel Polydor und der Künstlerin Senait im Rahmen des deutschen Grand Prix Eurovision Vorausscheidendes 2003. Micro-Targeting in der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Journalismus/PR (J/PR)	(05-005)
Hauck, Patricia (M.A.)	Unternehmenskommunikation. Eine Framework für die strategische Nutzung	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-053 a+b)
Haustein Diana (B.A.)	Kontrolle der Kontrolle. Analyse und Konzeption der Evaluierung eines Kommunikationsinstruments in einem Finanzdienstleistungsunternehmen. PR von Sportverbänden. Einen kritische Bestandsaufnahme der Öffentlichkeitsarbeit von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (UK); Konzeption (K)	
Havel Dirk (Magister)	Landessportbünden, Spitzenverbänden und eine Fallstudie am Beispiel des Landessportbundes Sachsen e.V.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Non Profit (NP)	
Härter Annekathrin (Magister)	Nationen und ihre Angehörigen. Die Rolle von Stereotypen bei der Genese und Entwicklung des Türkei-Images in ausgewählten deutschen Printmedien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Image (I)	(11-012)
Hechinger Joachim (M.A.)	Mythos Transparenz – Eine kritische Analyse der Zielvorstellung offener Kommunikation in der Wirtschaft aus interdisziplinärer Sicht.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmenskommunikation (UK)	(12-071)
Heese Christina (Magister)	Made in Chinermany? Eine Analyse interkultureller Unternehmenskommunikation am Beispiel der Volkswagen AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	
Heimann Andreas (Magister)	Anhang nicht zugänglich! Politik im Programm? Eine Analyse zur Bedeutung politischer Inhalte am Beispiel der Hauptnachrichten von ARD und RTL.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2008	Journalismus/PR (J/PR)	
Heine Daniel (M.A.)	Regieren im Social Web – Möglichkeiten partizipativer und interaktiver Elemente des Internet für die Regierungskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Politische Kommunikation (PoK)	(10-015)

Heinelt Peter	PR-Päpste. Die kontinuierlichen Karrieren von Carl Hundhausen, Albert Oeckl und Franz Ronneberger. Univ.- Diss. Marburg 2002 & RosaLuxemburg- Stiftung Berlin 2003.	Univ.-Diss., Marburg 2002/R.- Lux.bg.- Stiftung, Manuskripte 37. Karl Dietz Berlin	2003	PR-Historie (H)	
Heinemann Anne (M.A.)	Evaluationsmöglichkeiten von strategischer Social-Media-Influencer- Kommunikation. Entwicklung eines Controlling-ansatzes.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-023)
Heinemann Liv (B.A.)	Krisenkommunikation in sozialen Medien. Soziale Medien als Herausforderung für Unternehmenskrisen am Beispiel von Siemens.		2021		(21-076)
Heinrich Jennifer (Magister)	Theorie und Praxis in der Öffentlichkeitsarbeit in Frankreich: Les relations publiques. Systematische Literatur-bestandsaufnahme und Expertenbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Theorie (PR-T)	
Heinz Juliane (Magister) (Oeckl)	Die Zusammenarbeit von Juristen und Kommunikatoren in erfolgskritischen Situationen von Unternehmen. Ein Vergleich von professionellen Konflikten in Unternehmenskrisen und bei Kapitalmarkttrans-aktionen auf Basis von Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmens- Kommunikation (UK); Krisen-PR (KPR)	(09-021)
Helpen-berger Tina Sara (M.A.)	Strategische Kommunikations- planung in Wirtschaftsverbänden. Eine Analyse der Arbeitsteilung und Koordination im Spannungsfeld von Hauptamt und Ehrenamt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(16-077)
Heller Frank; Müller, Jens D.; Zeymer, Uwe	Profil zeigen – Dialog führen. PR- Konzeption für den Fremdenverkehrsverein Köpenick. Nachhaltigkeitskommunikation von Fast Fashion Unternehmen auf Instagram. Eine qualitative	Projektgruppe Köpenick	1992	Konzeption	
Helms, Maite (B.A.)	Inhaltsanalyse der Instagram-Beiträge von H&M und ZARA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-009)
Heming Pernice, Rafaela Constância (M.A.)	Strategic Communication and the Implementation of Digital Innovation in Corporations. A Systematic Review of the Scientific Discourse in Academic Journals from 1990 to 2017.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmens- Kommunikation (UK)	
Hemmati Seyedehpaniz (B.A.)	Digitale Kommunikationsformate in der internen Kommunikation. Eine qualitative Befragung zu dem Commitment und der Identifikation der Mitarbeiter zu dem Unternehmen im Home-Office.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		

	Entwicklung einer Toolbox für das Kommunikationsmanagement von deutschen Social Start-ups. Die Identifikation und Begegnung kommunikativer Herausforderungen junger Sozialunternehmen – eine explorative Herangehensweise.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-019)
Hemstege Alicia (M.A.)	Politische Gegenöffentlichkeit im Internet am Beispiel von Weblogs.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Online-PR (OPR); Politische Kommunikation	
Henke Cindy (B.A.)	Ägyptische Blogs als Vorbereiter der Lotusrevolution? Eine Inhalts-analyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	(PoK)	
	Die ÖA der Bundesregierung anlässlich der Stalin-Note 1952. Eine Analyse des Falls und der Bericht Erstattung darüber in der Tagespresse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	PR-Historie (H)	(97-021)
Hennig Jana (Diplom)	Storytelling in der Finanzkommunikation. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zum Einsatz narrativer Darstellungsformen in Geschäftsberichten.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Investor Relations (IR)	(15-110)
Henniger Isabel (M.A.)	Kooperation Grenzziehung in der Personalkommunikation. Eine Analyse der Diskussion in Branchenmagazinen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015		(15-023)
Henschel Christiane (B.A.)	Untersuchung zur unternehmensspezifischen Bedeutung von Public Relations – Eine Replikationsstudie. (2 Bde. mit Anhang)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Unternehmens-Kommunikation (UK)	
Hensel Kristin (Magister)	CSR als PR-Botschaft : das Verhältnis zwischen Public Relations und Journalismus im Bereich Corporate Social Responsibility.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011		(11-014)
Hensel Melanie (Magister)	Krisenkommunikation bei Lebensmittelskandalen Eine Untersuchung zur zielgruppengerechten Kommunikation während Krisen in der Lebensmittelbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Krisen-PR (KPR) Unternehmens-Kommunikation	(13-044)
Herber Melanie (B.A.)	Public Relations – Herausforderung für sächsische Unternehmen. Lobbying in Deutschland. Untersuchung von Interessenvertretung und ihrer Reichweite unter Zuhilfenahme des Vetospieler-Theorems nach George Tsebelis.	HS Technik & Wirtschaft Dresden	1997	(UK)	
Herbst Torsten (Diplom)	Stadtmarketing und kommunale OA. Eine kritische Analyse der organisierten Stadtkommunikation von Zeit und Annaberg-Buchholz im Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Regionale PR (RPR)	(03-069)

	Kommunikationsrisikoanalyse als Problem und Verfahren der PR. Versuch einer interdisziplinären theoretischen Fundierung und Erfahrung der PR-Praxis zur Etablierung eines neuen Verfahrens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Konzeption (K)	(01-021)
Herkenhoff Frank (Magister)					
Herkenhoff Frank (Dissertation)	Risikomanagement für Public Relations. Theoretische Fundierung und instrumentelle Systematik zur Handhabung publizistischer Risiken. Unternehmenskommunikation im deutschen Profifußball. Der strategische Einsatz von Bewegtbildkommunikation der Bundesligavereine auf YouTube in der Hinrunde 2019/2020.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2006	Image (I)	UBL: 01H-2007-700
Herold, Florian (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	Unternehmenskommunikation (UK)	
	Die Kommunikation zwischen NGOs und Unternehmen in Konflikten. Theoretisch-analytische Annäherung und Input-Output-Analyse am Beispiel der Pestizid-Kampagne von Greenpeace im Konflikt mit den Unternehmen der Lebensmittelbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Non Profit (NP); Unternehmenskommunikation (UK)	(10-003)
Herrmann Frauke (Magister)					
Hesse Robert (Magister)	Kommunikationsstrategien zur Patientenrekrutierung in Kliniken der Maximalversorgung. Bestandsaufnahme und Perspektiven im Vergleich Deutschland/USA. Equity Stories börsennotierter Unternehmen. Eine qualitative Untersuchung der Form und des Management von Equity Stories.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	(08-065)
Herter, Marvin (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-123)
Hewelt Karolin (Magister)	Evaluation und Controlling von Sponsoring. Themenführerschaft von Stromversorgern mittels Online-PR. Ein Vergleich zwischen Deutschland und den USA anhand von Fallbeispielen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Sponsoring (S)	
Hickisch Fanny (Magister)				Online-PR (OPR); Fallstudien (F)	
Hickmann Natalie (B.A.)	Bildung durch EduToks?! Eine Untersuchung und Bewertung von Lerncontent auf der Social Media-Plattform TikTok.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-077)
	Die Bedeutung der Corporate Identity im Zuge der zunehmenden Vernetzung der Märkte. Die Fallbeispiele Flughäfen Leipzig/Halle und Dresden.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Fallstudien (F)	(01-056)
Hieber Manuela (Magister)					
Hienzsch Matthias (Magister)	Die Geschichte der Pressemitteilung in Deutschland. Von den Anfängen bis zum Ende der Weimarer Republik.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	PR-Historie (H)	

Hildebrandt Nadja (Diplom)	Die historische Entwicklung der Public Relations in Deutschland. Eine Fallstudie der Kommunikationsaktivitäten von Alfred von Tirpitz Impression Management und	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 PR-Historie (H)	(98-051)
Hillenbach Maïke (Magister)	Personen-PR. Eine Literaturbestandsaufnahme und ausgewählte Fallbeispiele. Das Kommunikationsmanagement internationaler Unternehmen in Südostasien: Eine Befragung von 14 regionalen Kommunikationsverantwortlichen zum Status-Quo der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Image (I)	(01-032)
Hintermayr Susanne (M.A.)	Managementbereiche Planung, Organisation und Personalmanagement. Public Relations als Erfolgsfaktor in der New Economy. Theoretische Betrachtungen zur Kommunikation für	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Internationale PR (IPR)	(15-111 a+ b)
Hintz Gregor (Magister)	Online-Marken und eine PR-Evaluation am Fallbeispiel des Online-Ticketproviders www.getgo.de. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 (F)	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (04-009 a+b)
Hirsch Melanie (B.A.)	Stakeholder-Kommunikation in Geschäftsberichten der DAX-30-Unternehmen. Marken im Internet: Chancen und Herausforderungen für die Online-PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-040)
Höfer Sandra (Magister)	Eine Untersuchung bei Markenartikelherstellern in Deutschland. Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Online-Unternehmens-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Online-PR (OPR)	(03-028)
Höhne Claudia (M.A.)	kommunikation. Entwicklung eines Bezugsrahmens und inhaltsanalytische Untersuchung von Websites deutscher Energieversorger. Glaubwürdige Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Online-PR (OPR); Unternehmens- Kommunikation (UK)	(10-077)
Hölling Christian (Magister)	Fallstudie am Beispiel des Überwachungsskandals des Unternehmens LIDL. Advertorials: Zielsetzung und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Fallstudien (F)	
Hoepfner Jörg (Magister)	Rezeption von redaktionell gestalteten Anzeigen in Publikumszeitschriften. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997 Werbung (W)	(98-063 a+b)
Hoepfner Jörg (Dissertation)	Public Relations für Marken. Analyse, Modellbildung und empirische Überprüfung.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	2010	UBL: 01H- 2011-36

	Einsatz von Online-Kundenmagazinen im Corporate Publishing. Eine vergleichende Inhaltsanalyse der gedruckten und digitalen Ausgaben von			
Hörügel Lina Cosima (M.A.)	Kundenzeitschriften der umsatzstärksten Unternehmens Deutschlands. Social Media-Kommunikation	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Online-PR (OPR)	(16-079)
Hoffmeier Johanna Maria (M.A.)	deutscher Tageszeitungen. Eine Inhaltsanalyse der Facebook-Auftritte etablierter Medien-organisationen. Public Relations-Kampagnen: Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW, Journalistik	2016	(16-047)
Hofmann Nicola (Diplom)	Fallstudie. Darstellung der PR Kampagne „Abfall ist kein Müll“ der Agentur Leipziger & Partner PR GmbH. Die Kundenzeitschrift als	Universität Bamberg	1992 Kampagnen (PR-K)	
Hofmann Katrin (Magister)	Instrument im Corporate Publishing unter besonderer Berücksichtigung von crossmedialen Strategien. Eine analytische Betrachtung und eine Inhaltsanalyse der Kunden-zeitschrift RWE Magazin von 2000 bis 2010.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Fallstudien (F); Unternehmens- kommunikation (UK)	
Hofmann Kerstin (Magister)	PR-Bezüge bei Anzeigenblättern. Literaturbestandsaufnahme und eine inhaltsanalytische Fallstudie. Die Pressearbeit der Deutschen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Theorie (PR-T); Fallstudien (F)	
Hofmann Patrick James (Magister)	Bundeswehr. Öffentlicher Diskurs, interne Organisation und Fallstudienanalysen in der Vor- und Anfangsphase. Kommunikation mit institutionellen	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Fallstudien (F)	(99-037)
Hofmann Maximilian (M.A.)	Investoren beim Angriff eines aktivistischen Aktionärs. Eine explorative Untersuchung der Erwartungen von Investoren-vertretern im deutschen Aktienmarkt. Social Media als Einflussfaktor auf die Geschäftsberichterstattung. Eine literaturbasierte Untersuchung der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Investor Relations (IR)	(18-132)
Hofmann Susanne (B.A.)	Integration von Social Media in Geschäftsberichten von börsenorientierten Unternehmen. Unternehmenskommunikation von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Online-PR (OPR)	
Hohlfeld Ulrike (Magister)	Brauereien. Systematik und das Fallbeispiel der Leipziger Brauhaus zu Reudnitz GmbH. Kunst- und Kultursponsoring an	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Unternehmens- Kommunikation (UK)	(03-070)
Hollborn Christiane (Magister)	Kreditinstituten. Darstellung und Analyse der Sponsoringaktivitäten von drei Leipziger Banken.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Sponsoring (S)	
Holmström Susanne (Dissertation)	An intersubjective and a social systemic public relations paradigm.	University of Roskilde, Denmark	1996 Theorie (PR-T)	

Holzmann Christine (Magister)	Webcasts in der Finanz- kommunikation. Theoretische Systematisierung und Benchmark- Studie zur Nutzung von Webcasts auf den Online-IRPortalen der DAX 30- Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR); 2007 Online-PR (OPR)	(07-127)
Hopf Monika (Diplom)	PR im privaten Rundfunk. Eine Fall- studie der PR-Aktivitäten privater bayerischer Hörfunksender (Radio Euroherz, Radio Antenne Franken, Antenne Bayern). Kommunikationsmanagement für Wissenschaft und Forschung.	Universität Bamberg	1995 Fallstudien (F)	
Hoppe Judith (B.A.)	Stakeholder-Kommunikation einer Forschungseinrichtung am Beispiel der Schweinegrippe.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien (F) 2010 Non Profit (NP)	
Hoppmann Siv-Margret (B.A.)	Corporate Branding bei der Völker GmbH. Herausforderungen und Potenziale einer Unternehmensmarke im Wandel.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR (RPR); Image (I)	(12-053)
Horlacher Maika (M.A.)	Branding im E-Commerce: Erfolgsfaktoren der Markenführung im Fashion-Pure-Play-Retail.		2016	(16-080)
Horlbeck Bernd	Eigen-PR für PR-Agenturen. Eine empirische Bestandsaufnahme der Selbstdarstellungsaktivitäten in der deutschen Agenturlandschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- Kommunikation 2000 (UK)	
Hornbostel Tina (Magister)	Die OA der deutschen Energiever- sorger mit Blick auf den kommenden Wettbewerb. Eine kritische Bestandsaufnahme und das Fallbeispiel der Mitteldeutschen Energieversorgung Aktiengesellschaft (MEAG).	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Fallstudien (F)	(00-012)
Hornig Heike (Diplom)	Ein Methodenkoffer zur wirksamen innerbetrieblichen Öffentlichkeits- arbeit. Mittel zur effektiven Darstellung der Sozialen Welt dargestellt an Beispielen aus zwei großen sozialen Institutionen in Süddeutschland.	Katholische Stiftungsfachhochs- chule München	1995 Fallstudien (F)	
Hoy Peggy (Oeckl) (Magister)	Ansätze und Probleme der PR- Historiographie. Ein Vergleich der PR- Geschichtsschreibung in den USA und Deutschland anhand einer systematischen Literatur- bestandsaufnahme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 PR-Historie (H)	(03-002)
Hromek Alexandra (Magister)	Kampagnen zur Aufklärung über Aids und seine Ursachen (HIV). Eine Wirkungsstudie am Beispiel von zwei konträren Aids-präventionsspots.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen (PR-K)	(11-195)

Hübel Anne-Katrin (Dissertation)	Mobiles Fernsehen – Entwicklung, Möglichkeiten und Nutzung von Rundfunkanwendungen auf dem Handy. Das Forschungsfeld der Gesundheitskommunikation („Health Communication“) im Überblick: Konturen einer neueren kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin.“ Eine Literaturlaufarbeitung.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	Journalismus/PR 2008 (J/PR)	UBL: 01H -2009-534
Huber Andrea M. (Diplom)	Social Entrepreneurship Organizations im Spannungsfeld zwischen Profit- und Gemeinwohlorientierung. Spezifika und Herausforderungen für die strategische Kommunikation.	Universität Salzburg	1991	
Hüning Theresa (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	CSR- Kommunikation (CSR) / Non Profit (NP)	2018 (18-068)
Hunter, Antony; Thomas, Douglas (Diplom)	The Relationship of PR and Marketing against the Background of Integrated Communications. A Theoretical Analysis and Empirical Study at US-American Corporations.	Universität Salzburg	Unternehmens- Kommunikation	1997 (UK)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Ihle Anne (M.A.)	Thought leadership strategies in the PR industry. A conceptual framework and empirical benchmark. (mit Anhang)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Leadership Kommunikation (LEA)	(15-153 a+b)	
Ihle Manja (Magister)	Die Rolle von interner Unter- nehmenskommunikation im Rahmen des Change Managements. Literaturbestandsaufnahme der Energiedienstleistungsbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Interne Unternehmens- kommunikation (IUK)	(04-019)	
Iskra Robert (Magister)	PR in zwei Kulturen. PR-Verständ- nisse in Deutschland und Polen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Internationale PR (IPR)	(02-059)	
Christoph; Müller, Jürgen	Kommunikationskonzept zur Ansprache der Bevölkerung. OKOM- Park Birkenfeld.	Koblenz	1993	Konzeption (K)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Jackson Sidney Patrick (Diplom)	Mitarbeiterinformation als Leistungs- und Erfolgsfaktor der unternehmerischen Kommunikation.	Universität Bamberg		Unternehmens- kommunikation (UK) Wissenschafts- und Innovations- Kommunikation (WIK)		
Jacobi Julius (B.A.)	Content-Strategien in der Wissen- schaftskommunikation. Kandidatenimages in der politischen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Politische Kommunikation (PoK)		
Jaekel Sandra (Magister)	Wahlkampf-kommunikation. Eine Analyse der zwei Fernsehduelle im Hinblick auf Image-Elemente. Social Media Guidelines als Heraus- forderung für das Kommunikations- management: theoretische	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004		(04-068)	
Jäger Susanne (M.A.)	Rahmenbedingungen und empirische Analyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Online PR (OPR)	(12-165)	
Jahansoozi Julia (Habilita- tion)	When Interests collide: The Story of an Industry-Community Relationship. (2 Bde.) Wissenschaftskommunikation im Social Web. Eine vergleichende internationale Betrachtung der	University of Sterling	2007	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Jahn Daniel (B.A.)	Facebook-Auftritte von Universitäten und Hochschulen. Chancen für den Mittelstand. Die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Wissenschafts- und Innovations- Kommunikation (WIK)	(16-107)	
Jahnel Jamina (Magister)	Nutzung von Online-Medien als Teil der unternehmerischen Öffentlichkeitsarbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmens- kommunikation (UK)	(08-015)	
Jakisch Ildikó- Zsuzsanna (Magister)	Geschichte der Werbung in Ungarn. Von der Monarchie bis zur Wendezeit. Allgemeine Aspekte und Fallbeispiele.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	PR-Historie (H), Werbung (W)		
Jakob Sarah (B.A.)	Instrumente der Online- Kommunikation und ihre Einsatz- möglichkeiten: Live-Video- kommunikation. Eine theoretische Systematisierung und empirische Untersuchung der Potenziale der Online- Love-Videokommunikation für die Online-Unternehmens-kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens- kommunikation (UK); Online PR (OPR)		
Janke Katharina (Magister)	Finnland-Images und –Stereotype in der deutschen Presse. Kommunikation von Unternehmens- werten. Modell, Konzept und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Image (I)	(03-071)	
Janke Katharina (Disserta- tion)	Mehrmethoden-Evaluationsstudie zur Kommunikation der Unternehmenswerte der Bayer AG. Automatisierter Journalismus - Qualitätskriterien der deutschen NLG- Anbieter für die Generierung journalistischer Inhalte.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	2011	Fallstudien (F), Theorie (PR-T)	UBL: E-Book	
Janke Rasmus (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-056)	

Jansen Maria Elisabeth (Magister)	Propaganda in einer pluralistischen Öffentlichkeit. Theoretisch-analytische Grundlegung und eine empirische Untersuchung der Begriffsverwendung in deutschen Qualitätsprintmedien. Machtquellen und Einfluss-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006		(07-069)
Jansen Sebastian (M.A.)	potenziale des Kommunikationsmanagements in Organisationen aus mikropolitischer Sicht. Öffentliche Kommunikation gesellschaftlicher Verantwortung. Zum kulturellen Vergleich von CSR-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Unternehmenskommunikation (UK)	(18-133)
Jarolimek Stefan (Habilitation)	Kommunikation in organisationalen Feldern. Instagram als Instrument der CSR-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	CSR-Kommunikation (CSR)	
Jaworowski, Sophia Leokadia (B.A.)	Onlinekommunikation; Wie präsentieren sich Ethical Fashion Start-ups auf Instagram im Sinne der Corporate Social Responsibility? Status Quo von IR-Websites. Analyse des Status von Investor Relations	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	CSR-Kommunikation (CSR)	
Jendrossek Selina (B.A.)	Websites börsennotierter Unternehmen im Prime Standard. Öffentlichkeit und Öffentlichkeits-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017		(17-032)
Johann Anne (Magister)	arbeit. Theoretische Modelle und deren Transfermöglichkeiten auf praktische Anwendungsprobleme. Volkszählung und der Verlust öffentlichen Vertrauens. Eine zeithistorische Fallstudie und eine vergleichende Inhaltsanalyse der	Universität Essen	1994	Theorie (PR-T)	
John Corinna (Magister)	Berichterstattung zum Volkszählungsboykott 1983 und 1987. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F), Öffentliches Vertrauen (V)	(10-049 a+b)
Johne Jennifer (B.A.)	Imagekiller 2.0. Angriffe auf die Reputation von CEOs im Social Web. Analyse zu Entwicklungen und Möglichkeiten zur Schadensbegrenzung Die Institutionalisierung der Nachhaltigkeitsberichterstattung bei DAX-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online PR (OPR)	
Joos Dorothea (M.A.)	Unternehmen. Theoretisch-konzeptionelle Grundlagen und inhaltsanalytische Untersuchung. Strategisches Kundenbeziehungs-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK)	
Joshi Alexandra Manisha (M.A.)	management. Community Management im Share Economy Business.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmenskommunikation (UK)	
Josten Daniela (Oeckl)	PR für periodische Printmedien – Eine Kommunikatorbefragung bei Tageszeitungsverlagen.	Ruhr-Universität Bochum	1999	Fallstudien (F)	
Jüttner Katrin (Magister)	Stimme und Sprache als Erfolgsfaktor im Impression Management	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmenskommunikation (UK)	

Junghänel Ivonne (Magister)	Franz Ronneberger. Kommunika- tionswissenschaftliches Werk unter besonderer Berücksichtigung der PR- wissenschaftlichen Schriften. PR-Ethik in Spanien. Eine Bestands-	Universität Leipzig Institut für KMW	2001 PR-Historie (H)	(01-015)
Jurisch Anne (Magister)	aufnahme von PR-Berufs- organisationen und Kodizes sowie eine Berufsfeldbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Internationale PR (IPR)	(12-063)
Just Caroline (B.A.)	Politische Kommunikation von Parteien am Beispiel von Bündnis 90/Die Grünen. Geschlechter-gerechte Sprache in der Parteikommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Politische Kommunikation (PoK)	(15-071)
Justus Julia Sophie (B.A.)	Corporate Blogs als PR-Instrument. Eine Inhaltsanalyse externer Corporate Blogs der deutschen Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Online PR (OPR)	(16-020)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Kaiser Charlotte (M.A.)	Storytelling-Formate gemeinnütziger Organisationen im Social Web. Eine empirische Analyse des Nonprofit-Storytellings und der Nutzerreaktionen auf Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(18-072)	
Kaiser Jan (Magister)	Aspekte der Unternehmenskommunikation des Hotelgewerbes im Internet. Bestandsaufnahme und Analyse der Internetpräsenzen der Hotellerie in Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Unternehmenskommunikation (UK)	(04-021)	
Kärcher Heidi (Magister)	PR von Bildungseinrichtungen der Fort- und Weiterbildung im Raum Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Non Profit (NP)		
Kammerer Elise (M.A.)	Wandel an der Unternehmensspitze. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Pressebericht-erstattung bei CEO-Wechseln aus reputationstheoretischer Perspektive.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmenskommunikation (UK)	(15-152)	
Kammer, Peggy (B.A.)	Freelancer in der Unternehmenskommunikation. Eine Analyse der Chancen und Risiken aus Perspektive der Prinzipal-Agenten-Theorie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021			
Kamphausen Anna (B.A.)	Mitarbeiterkommunikation in IT-Startups. Eine Untersuchung von Startup-Unternehmen der IT-Branche in verschiedenen Entwicklungsstufen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-058)	
Kanngießner Johanna (M.A.)	Onlinekommunikation von Freiwilligen Feuerwehren. Entwicklung eines Volunteer-Branding-Konzepts und Untersuchung der Online-aktivitäten Freiwilliger Feuerwehren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online PR (OPR)		
Karwinski Klemens (Diplom)	Ethik und Public Relations – Darstellung des Diskussionsstandes.	Universität Salzburg	1997	Ethik (E) CSR-Kommunikation		
Karwofsky Luise (B.A.)	Innovationskommunikation der Hidden Champions: Konzeptionelle Grundlagen und empirische Analyse mittelständisch geprägter Weltmarktführer in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(CSR)	(17-033)	
Kasprzack Katrin (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Konzeption (K)	(12-166)	
Katic Veronika (Magister)	Die Rolle von Kulturinstitutionen in der Politischen Öffentlichkeitsarbeit. CEO-Kommunikation in Social Media. Eine quantitative Inhaltsanalyse von Unternehmen aus Deutschland und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003		(04-022 a+ b)	
Kaulich Bianca (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmenskommunikation (UK)	(16-048)	

Kehler Thomas (Magister.) Keßler Sebastian (M.A.)	PR als Instrument im Krisen- management – Konsensorientierte Beilegung von Sozialen Konflikten und Risikokontroversen durch dialogische Kommunikation?	Universität Essen	1994 Krisen PR (KPR)	
Key Nadja (Magister)	Theoretische und empirische Abteilung eines kommunikativen Aufgabenprofils. Exzellenz in der internen Unter- nehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	(16-049) Bd.1
Kiefer Guido (Seminar- arbeit)	Systematisierung von Handlungs-feldern zur Identifizierung möglicher Exzellenzfaktoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 (UK)	Unternehmens- kommunikation
Kirchberg Anja (Oeckl)	Die PR-Methode Public Affairs am Beispiel des Arbeitskreis Organspende. Gebrauchsanweisungen als Kommunikationsmedium. Funktion und Umsetzung anhand ausgewählter Fallbeispiele.	FH Rheinland-Pfalz Universität Lingen	1995 Fallstudien (F) 1997 Fallstudien (F)	
Kirchner Janine (B.A.)	Quellen im Kulturreport der Zeitung. Eine Inhaltsanalyse für die Titel die Welt und Leipziger Volkszeitung unter besonderer Berücksichtigung von PR-Initiative und Nachrichtenagenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 (J/PR)	Journalismus/PR
Kirsten Sabine (Magister)	PR- und Marketingkonzepte im Gesundheitsbereich, untersucht am Beispiel Warmbad (Mittelerzgebirgische Gesundheitsregion).	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Fallstudien (F)	(98-043)
Klähn Stefanie (Magister)	Das Verhältnis von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit im Themenbereich Lokales: Eine empirische Fallstudie am Beispiel der Pressestelle des Landratsamtes Weimarer Land. Nonprofit-Kommunikation als Gegenstand der PR-Forschung. Eine Analyse der methodischen und thematischen Auseinander-setzungen mit Non-Profit-PR in wissenschaftlichen Fachzeitschriften.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Fallstudien (F)	Journalismus/PR (J/PR); Regionale PR (RPR); (11-196)
Klama Bosse Alexander (M.A.)	Arbeitgeberreputation durch Word of mouth-Kommunikation in Online Social Networks. Eine empirische Analyse motivationaler Einflussfaktoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Online PR (OPR)	(11-159)
Klare Julia (Disserta- tion)	Deutsche Unternehmen in China: Eine strukturierungstheoretische Analyse Internationaler PR.	Ludwig-Maximilian -Universität, München	2008 PR (IPR)	Internationale PR (IPR)
Klawitter Henning (Diplom) (Oeckl)	Erfolgsabhängige Honorierung von Public Relations.	Universität Hamburg	2002 Fallstudien (F)	

Klein Laura Theres (B.A.)	Online-Bewertung und Information Overload. Eine explorative Analyse von KonsumentInnenstrategien im Kaufentscheidungsprozess zur Bewältigung des Informations- überflusses durch Online-Bewertungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Online PR (OPR)	(18-113)
Klein, Lea Sophie (M.A.)	Kommunizieren auf Distanz. Eine qualitative Untersuchung der Auswirkungen der Coronapandemie die interne Unternehmenskommunikation in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-049)
Klein Marcus Christopher (M.A.)	Mobile Unternehmens- kommunikation im Zeitalter von Smartphones und Tablet-PCs. Grundlagen, Einsatzmöglichkeiten und Risiken.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 (UK)	Unternehmens- kommunikation (13-122)
Klein, Natalie (M.A.)	Die Rolle der Kommunikation im Sozialen Unternehmertum. Bedeutung und Potenzial der Kommunikation in Social Startups und deren Förderung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-048)
Klein Viktoria (B.A.) Kleineberg Elke; Rühmeier, Olaf	Das Potenzial von Corporate Social Responsibility für den Vertrauensaufbau von Unternehmen. Eine Literaturstudie. Mauerspechte blicken durch. Eine Kampagne für die Verständigung von Ostdeutschen und Westdeutschen.	Universität Leipzig, Institut für KMW DPRG, Bonn	2010 (UK) 1993 (PR-K)	Unternehmens- kommunikation Kampagnen
Klenk Volker (Diplom) Klenk Volker (Diplom)	Public Relations vor, in und nach akuten Vertrauenskrisen. Der gesellschaftliche Wandel erfordert die Hinwendung zu gesellschafts- orientierten PR mit institutionalisiertem antizipatorischem Krisen-System. The Single European Market 1992 and its Implication For The PR- Industry.	FH für Druck in Stuttgart University of Stirling (USA)	1987 1989	Krisen PR (KPR)
Klenk Volker (Diplom)	Die zunehmende Bedeutung von Corporate Advertising als ein Instrument der gesellschaftsorientierten Public Relations.	Universität Hohenheim	1990	
Klenk Volker (Magister)	Weltausstellungen als PR-Instrument von Staaten. Theoretische Annäherung und empirische Befunde unter besonderer Berücksichtigung der universellen Weltausstellung Expo '92 Sevilla.	Universität Mainz	1996	Fallstudien (F)
Klenk Volker (Disserta- tion)	Langfristige Image-Wirkungen von Mega-Events. Dargestellt am Beispiel der Auswirkungen der Berichterstattung über die universelle Weltausstellung Expo' 92 in Deutschland. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Sozialwissen- schaften und Philosophie	1998	Image (I)

Klisch Sabine (Diplom)	Public Relations für eine neue Unternehmenskonzeption. Der Fall JENOPTIK GmbH nach 1991. Events als Mittel der Unternehmenskommunikation – Planung des PR Prozesses am Beispiel der Einweihung der Motorenwerke Bad Cannstadt der Daimler Benz AG.	Universität Bamberg, Germanistik	1995	Fallstudien (F)	
Klöpfer Julia (Diplom)		Universität Hohenheim	1997	Konzeption (K)	
Klopp Jeannette (Diplom)	Externe Öffentlichkeitsarbeit kommunaler Verwaltungen und Organisationen am Beispiel der Standort-PR für Stadt und Region Altenburg. Sharing Economy und Vertrauen. Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Vertrauensbildung durch Community Guidelines.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1995	Regionale PR (RPR)	(96-050)
Kloß Julia (B.A.)	Corporate Activism: Kurzfristiger Hype oder nachhaltiger Aktivismus? Ein Mixed-Method-Ansatz zur Erforschung gesellschaftspolitischer Positionierungen von Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Öffentliches Vertrauen (V)	(17-082)
Kloß Julia (M.A.)	Kommunikationsstrategien von Start-ups. Storytelling im Online-Versandhandel. Eine Inhaltsanalyse der TV-Werbekommunikation von Online-Versandhändlern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	Konzeption (K); Kampagnen (PR-K)	(21-106)
Klotz Anna-Sophia (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2014		
Klute, Tim (B.A.)	Rundfunk – PR im Spiegel der Berichterstattung. Eine Medienresonanzanalyse der Rundfunkanstalten ZDF und RTL im Spiegel. Gesellschaftliche Integration der Teilöffentlichkeit der Senioren durch Kommunikation. Eine Fallstudie am Bsp. Des Vereins „Seniorinnen und Senioren in der Wissens-gesellschaft“	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	Fallstudien (F)	(20-007)
Knoll Timo (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)	
Knollmann Ulrich (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)	(00-044)
Knupfer Christina (B.A.) (Oeckl)	Evaluation und Steuerung des Issues Management: Die Issues Management Scorecard. Die Agenda der Public Relations. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der deutsch-sprachigen Fachmagazine PR Report, PR Magazin, Pressesprecher und Kommunikationsmanager. Kommunikation von Unternehmensstrategien – Eine internationale Benchmarkanalyse von börsennotierten Konzernen. (2 Bde.) Investor Relations 2.0. Status quo bei börsennotierten Unternehmen in Deutschland und strategische Herausforderungen.	Universität St. Gallen	2005	Image (I)	
Köhler Karolin (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Controlling (C)	(13-050)
Köhler Karolin (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmenskommunikation (UK)	(17-062 a+b)
Köhler Kristin (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	(10-090)

	Prozess der Innovationskommunikation bei kleinen und mittelständischen Unternehmen der Zukunftstechnologie-Branchen.			
Köhler Maria (Magister)	Konzeptionelle Grundlagen und eine empirische Untersuchung am Beispiel der Unternehmen der Region Mitteldeutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 (F)	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (11-002)
Köhler Sophia (B.A.)	„Neue Werbeformen“ und die Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten im Hörfunk.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Werbung (W)
Költzsch Sabine (Magister)	Das Verhältnis zwischen Public Relations und Journalismus. Eine InputOutput-Analyse auf Basis des Intereffikationsmodells, untersucht am Fallbeispiel der Leipziger Publikumsmesse MODELL & HOBBY mit LEIPZIGER SPIELFEST. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Journalismus/PR (J/PR) Internationale PR (IPR); Politische Kommunikation (06-052 a +b)
König Eileen (B.A.)	Nationenimages und internationale politische Public Relations. Eine Analyse des Ungarnbildes in der deutschen Berichterstattung 2010 – 2012.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	(PoK)
Könnecke Martina (Magister)	Formen, Trends und Strategien des Sportsponsoring als Teil der Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudienanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Sponsoring (S) Interne Unternehmenskommunikation (03-075)
Kohl Gertrud (B.A.)	Das Social-Intranet – Über die Einführung der Plattform in Großunternehmen und die Einbindung von Non-Desk Employees.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	(IUK) Unternehmenskommunikation (UK); Konzeption (16-021)
Kolibal Denise (B.A.)	Leserbefragungen im Corporate Publishing. Konzeption und Umsetzung am Beispiel der MDR-Publikumszeitschrift mittendrin.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	(K) Politische Kommunikation (12-054)
Kolibal Denise (M.A.)	Social-Media-Kommunikation politischer Institutionen. Die Kommunikation nationaler Regierungen auf Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(PoK) (17-113)
Konova Ljudmila (M.A.)	Kundenzeitschriften in der Unternehmenskommunikation. Eine Vergleichsanalyse deutscher und russischer Kundenzeitschriften.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	(UK) Unternehmenskommunikation (12-040)
Kolacny Christian (Magister)	Ansätze und Möglichkeiten spieltheoretischen Denkens und spieltheoretischer Modelle innerhalb ausgewählter Themen der PR-Wissenschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Theorie (PR-T) (07-120)
Konopko Sylwia (Magister)	PR-Ethik in Polen. Bestandsaufnahme sekundärer Quellen und eine Berufsfeldbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Ethik (E) (10-053)
Kopitz Linda (B.A.)	Öffentliches Vertrauen in der Gesundheitsbranche. Am Beispiel der Krisenkommunikation der Universitätsmedizin Göttingen und ihrer Stakeholder im „Organspendeskandal“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Öffentliches Vertrauen (V)

	Vermittlung von Technologie- und Datenkompetenzen in der akademischen PR-Ausbildung. Eine Mixed-Methods Untersuchung des Status Quo und der Perspektiven zur Weiterentwicklung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-107)
Kornblum Tom (M.A.)				
Kramer Josephine (M.A.)	Kommunikative Integration in und durch Organisationen am Beispiel von Geflüchteten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-025)
Kramer Manja (Magister)	Interne Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der envia Energie Sachsen Brandenburg AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)
Krauchuk Anastasiya (B.A.)	Digital Working: die Bedeutung von Arbeit im digitalen Zeitalter. Eine qualitative Analyse der Perspektive von Crowdworkern auf wettbewerbsbasierten Plattformen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-008)
Krauel Laura (M.A.)	Politische Kommunikation von Social-Entrepreneurship-Organisationen. Theoretische Analyse, empirische Untersuchung von Konzeption eines Frameworks.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-020)
Krause Christina (B.A.)	Die Verbraucherkommunikation von Fastfoodketten im Web 2.0. Eine inhaltsanalytische Untersuchung des Internetportals „Unser Essen. Eure Fragen.“ von McDonald’s.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Kampagnen (PR-K)
Krause Judith (M.A.)	Innovationen als Gegenstand der Medienberichterstattung. Eine Analyse der Darstellung von Innovationen in der deutschen Presse & Implikationen für die innovationsbezogene Medienarbeit. Effizienter, fortschrittlicher, grüner? Europäische Smart-City-Kampagnen in den Medien. Eine Inhaltsanalyse zum Framing von europäischen Smart-City-Kampagnen in der regionalen Presseberichterstattung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK) (13-078)
Krause Lisa (B.A.)	Die Organisation der unternehmerischen Influencer-Kommunikation. Eine qualitative Untersuchung am Beispiel deutscher Startups.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Kampagnen (PR-K) (16-063)
Krause Lisa (M.A.)	PR für kleine und mittelständische Unternehmen – Eine Fallstudie am Beispiel „Kuverbau“ (Leipzig, Taucha).	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Startup-Kommunikation (St-K) (19-026)
Krause Ramona				
Krause Ronald (Magister)	Strategische Bausteine der Imagegestaltung. Untersuchung am Fallbeispiel Siemens AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Fallstudien (F) (01-066)
Krause Tim (B.A.)	Startup-Kommunikation auf LinkedIn. Wie junge Unternehmen das Erreichen der Unicorn-Unternehmensbewertung auf LinkedIn kommunizieren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-081)

Krebber Felix (M.A.)	Authentizität und Inszenierung in der Wahlkampfkommunikation. Eine Analyse des „Substanzwahl-kampfes“ der SPD Baden-Württemberg zur Landtagswahl 2011.	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig,	Politische Kommunikation 2011 (PoK)	(11-136)
Krebber Felix (Dissertation)	Gesellschaftliche Akzeptanz und Kommunikation. Inputorientierte Organisationskommunikation bei Infrastrukturprojekten. CFO-Positionierung deutschen börsennotierten Unternehmen. Eine empirische Studie zu Status quo und Zukunftspotenzialen der Positionierung von Finanzvorständen.	Universität Leipzig, Sozialwissen- schaften und Philosophie	Unternehmens- kommunikation 2015 (UK)	UBL: 01H- 2016-412
Kreisel, Larissa (M.A.)	Das neue Ressort. Warum ist Medienberichterstattung zum festen Bestandteil bundesdeutscher	Universität Leipzig, Institut für KMW	Finanzkommunikation 2019	(19-125)
Kreitling Holger (Magister)	Printmedien avanciert? Eine qualitative Befragung von Ressortleitern und Redakteuren. Kampagnen in der Standortkommunikation – Konzeptionelle	Freie Universität Berlin, Institut für Publizistik und KP	1996	
Kress Wibke (Magister)	Grundlagen und praktische Umsetzung am Beispiel der Kampagnen von Baden-Württemberg und Sachsen-Anhalt. Mitarbeiterkommunikation in Unternehmen speziellen Typs. Analyse	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen 2007 (PR-K)	(08-0057)
Kresse Katja (Magister)	der Bedeutung von gering-fülig Beschäftigten in der Unternehmensgruppe Walter Werbung. Adaptionen der PR an den Online-	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2003 (UK)	
Kretschmer Jens (B.A.)	Journalismus. Eine Expertenbefragung anhand des Intereffikationsmodells.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online PR (OPR); 2010 Fallstudien (F)	
Kretschmar Steffi (Magister)	Lobbying in Wirtschaftsunternehmen am Beispiel der Deutschen Telekom AG im Bereich Leipzig. Die Probleme der Öffentlichkeits-	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Lobbying	
Kring Claudia (Diplom)	arbeit von Hochschulen. Eine Literatur Bestandsaufnahme und eine Fallstudie (HTKW). Sponsoring als Mittel der Image-	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997 Fallstudien (F)	(99-029)
Krisch Pia (Magister)	gestaltung. Eine Fallstudie am Beispiel der Stadt- und Kreissparkasse Leipzig. YouTube als Kommunikations-	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997 Sponsoring (S)	(98-044)
Krömer Lisa (B.A.)	plattform deutscher Wirtschaftsunternehmen. Eine inhalts-analytische Untersuchung über die Bedeutung von YouTube für das Social Media Marketing von Kosmetikunternehmen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Online PR (OPR)	(17-035)
Krolzik Daniel (B.A.)	Sündenbock Heuschrecke: Eine PR-Konzeption für die Private EquityBranche in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	(08-033)

Kroth Laura Katharina (B.A.)	Event-Kommunikation im Non-Profit-Sektor. Eine PR-Konzeption für den BruttoSozialPreis 2007. Erfordernisse und Methoden der OA	Universität Leipzig, Institut für KMW	Konzeption (K); 2008 Non-Profit (NP)	(09-003)
Krug Günther (Diplom)	eines Industriezweiges, unter bes. Berücksichtigung ihrer Verwirklichung in journalistischen Massenmedien	Karl Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	Journalismus/PR 1975 (J/PR)	(76-124)
Krug Ines (B.A.)	Stadt als Marke: Das Beispiel Coburg.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 2009 (RPR)	
Krusekopf Sophia (Magister)	Interkulturelle Public Relations im Internet. Überblick, Analysen und ein deutsch-französischer Vergleich.	Universität Bielefeld	Internationale PR (IPR)	
Küchler Alexandra (Magister)	Kommunikationsmanagement für Personen – Herausforderungen, Konzepte und empirische Ausprägungen in der Mediengesellschaft. (2 Bde.) Kommunikations-Controlling und strategisches Alignment unternehmensverbundener Stiftungen. Eine explorative Untersuchung der Selbstlegitimation von Stiftungen im Spannungsfeld zwischen	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2008 (UK)	
Kügler, Göran (M.A.)	Profitorientierung und Gemeinwohlerwartung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kommunikations- Controlling	(20-024)
Kühnert Jarno (Magister)	Public Relations politischer Parteien. Eine Fallstudie am Beispiel der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Politische Kommunikation 2001 (PoK)	
Kuhn Caroline (B.A.)	Die Familie als Kommunikationsmarke – Narrative Ansätze und Personalisierungsstrategien in deutschen Familienunternehmen. Public Relations eines genossenschaftlichen Unternehmens. Fallstudie	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2016 (UK)	
Kuhnle Kareen Ulrike (Diplom)	am Beispiel der BÄKO-Zentrale Bayern-Württemberg e. G. Aufgaben und Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit und Werbung hinsichtlich ihrer wechselseitigen	Universität Bamberg, Germanistik	1994 Fallstudien (F)	
Kuhrt Horst (Diplom)	Beziehung. Dargestellt am Bsp. Der ÖA und Absatzwerbung im Industriezweig Bauelemente und Faserbaustoffe. Öffentlichkeitsarbeit in Vereinen. Besonderheiten und spezifische	Karl Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1975 Fallstudien (F)	(75-074)
Kunstmann Jessica (B.A.)	Herausforderungen in Theorie und Praxis. YouTube-Kommunikation als	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Non Profit (NP)	(12-055)
Kunze Nico (B.A.)	Herausforderung für die PR in der Energiebranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Online PR (OPR)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Ladwig Uwe	Public Relations von und mit Nonprofit Organisationen. Wissenschaftliche Arbeit (ohne weitere Angaben) zur Vorlage bei der Ausschreibung des Albert-Oeckl-Preises der DPRG zur Förderung des PR- Nachwuchses.	Kassel	1993	Non Profit (NP)		
Lamprecht Helene (B.A.)	Gemeinsam Tindern - Eine Untersuchung der Motive zur kollektiven Nutzung der Social-Dating- App Tinder.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017		(17-083)	
Lamprecht Helene (M.A.)	Anforderungen nachhaltigkeitsorientierter Investoren an Investor Relations. Eine qualitative Analyse des Informationsverhaltens und der Informationsbedürfnisse nachhaltigkeitsorientierter Asset- Manager*innen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-109)	
Lange Corinna (Magister)	Perspektiven eröffnen – Orientierung geben. Das Unternehmensleitbild als Orientierungshilfe im betrieblichen Wandel am Beispiel der Berufs- förderungswerk Halle gGmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Unternehmens- kommunikation (UK)	(06-056)	
Lange Karoline (B.A.)	Der CEO als Gesicht des Unter- nehmens. Eine empirische Untersuchung anhand ausgewählter Beispiele.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmens- kommunikation (UK)	(12-56)	
Lange Karoline (M.A.)	Kommunikation von Innovationen auf Corporate Websites in Deutschland, Großbritannien, Japan und den USA: Eine Benchmark.- Die Verbraucherpresse mit Waren- und Dienstleistungstests. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Wissenschafts- und Innovations- kommunikation (WIK)	(17-118)	
Langenberg Britta (Diplom)	Fallstudie zu Konzept, Entwicklung und Inhalt der Zeitschriftentest, Finanztest und Öko-Test.	Universität Bamberg	1992	Fallstudien (F)		
Lanz Kathrin (Magister)	Die Interdependenzen von Öffent- lichkeitsarbeit und Journalismus. Eine Analyse der Programmarbeit der ARTE Deutschland TV GmbH. Gesamtstatistiken als Evaluations- instrument des Veranstaltungs-wesens in Städten. Vorhanden: Kongreßstatistiken als Evaluations- instrument des Veranstaltungs- wesens in Städten : Vergleichbar-keit mit anderen Städten und Neukonzeption am Beispiel Leipzig (Magister: 98-065)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Journalismus/PR (J/PR)	(08-050)	
Lau Kerstin Cynthia	Öffentlichkeitsarbeit im National- sozialismus? Das Spannungsfeld PR und	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Regionale PR (RPR)		
Laue Susann (Magister)	Propaganda – eine Literatur- bestandsaufnahme und das Beispiel Volkswagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	PR-Historie (H)		

Lausch Katja (Magister)	Intereffikationsbeziehungen zwischen PR und Journalismus. Eine Studie über die PR Einflüsse auf die journalistische Berichterstattung über Mega-Events am Beispiel der Expo 2000.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 2001 (J/PR)	
Lech Thomas (Diplom)	Public Relations von privaten Fernsehsendern in Deutschland unter besonderer Berücksichtigung des Pay- TV-Senders Premiere – inklusive Ausarbeitung einer strategischen Public Relations-Konzeption für den Premiere- Kinderkanal.	Universität Salzburg	1995 Fallstudien (F)	
Lechler Beate	„Von der Behörde zum Dienst- leister“ – PR-Konzeption für eine Behörde am Beispiel des Arbeitsamtes Heidelberg.	Heidelberg	1992 Konzeption (K)	
Lehmann Anja (B.A.)	„Das Volksfest für die bildende Kunst“ – Ein Kommunikations-konzept für das Jubiläums-Event des Museums der bildenden Künste zu Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	
Lehmann Christina (B.A.)	Politische Kommunikation durch Influencer. Wahlen und Werbung – oder Wahlwerbung?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	
Lehmann Janine (Magister)	Die Stadtkommunikation der Stadt Magdeburg. Bestandsaufnahme der Kommunikationsaktivitäten zweier Ämter und Analyse der städtischen Images in überregionalen Zeitungen. Imagewandel durch Kommunikation: Möglichkeiten von Kampagnen, dargestellt am Beispiel der	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 1999 (RPR)	
Lehmann Katrin (Magister)	Börsenkampagne der Deutschen Post World Net. Kommunikative Aspekte der Netz- werkbildung und des Netzwerk- managements bei kleinen und mittleren Unternehmen – Bestandsaufnahme und eine Unternehmensbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen (PR- K) 2002	(03-020)
Lehmann Robert (M.A.)	Die Professionalisierung von Blogs durch die Beziehung zur PR in der Modebranche. Eine Bestandsaufnahme auf Basis des Intereffikationsmodells und Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	(14-152)
Lehnert Kerstin (B.A.)	Die Vertrauenskrise des WWF. Eine Analyse der Dokumentation „Der Pakt mit dem Panda“ auf Basis der Theorie des öffentlichen Vertrauens. Vorbilder für die Karriereplanung im Berufsfeld	Universität Leipzig, Institut für KMW	Öffentliches Vertrauen (V) 2012	
Lehnhoff Maike (B.A.)	Kommunikationsmanagement/PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2013 (UK)	(13-099)

Lehnhoff Maike (M.A.)	Unternehmenskommunikation bei Kommunikationsexperten Eine qualitative Untersuchung zu internen Strukturen und Prozessen innerhalb der Unternehmens-kommunikation deutscher PR-Agenturen. Selbstverpflichtung als	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2017 (UK)	(17-120)
Leimbach Sabine (Magister)	Kommunikationsinstrument von Unternehmen. Eine Bestandsaufnahme. Vorbereitende Kampagne für ein Rauchverbot in Deutschland. PR- Konzeption zur Einführung möglicher Nichtraucherschutz-gesetze und einem	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Ethik (E)	(99-031)
Leipziger Lisa (B.A.)	Rauchverbot in öffentlichen Gebäuden & Einrichtungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen (PR- 2005 K)	(05-060)
Lemme Holger (Magister)	Das Internet als Instrument der Hochschul-Public Relations. Eine Analyse universitärer Online-Angebote und der Internet Nutzung für die ÖA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Non Profit (NP)	(03-076)
Lenk Daniela (Magister)	Unternehmenskommunikation (PR und Werbung) einer Zweig- niederlassung. Eine Fallstudie am Beispiel der Siemens AG Hannover. Images und Einstellungen zum	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 1999 (UK)	
Lenz Julia Vanessa (M.A.)	deutschen Wein bei jüngeren Konsumenten – Experteninterviews und eine Online-Erhebung- Journalistische Kriterien zur Berücksichtigung des Sponsors eines	Universität Leipzig, Institut für KMW	Image (I); 2010 Fallstudien (F)	(10-110)
Leonhardt Silke (Diplom)	kulturellen Ereignisses in der Berichterstattung, am Beispiel der Grundig AG. Content-Strategie – Ein Erfolgs- faktor für die Kommunikation im Web? Eine Analyse des strategischen	Universität Erlangen-Nürnberg	1997 Sponsoring (S)	
Leopold Christin (B.A.)	Planungsprozesses und der praktischen Umsetzung anhand von Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online PR (OPR); 2013 Konzeption (K)	(14-018)
Leske Heiko (Diplom)	Planen, Kontrollieren und Werten in der Öffentlichkeitsarbeit - Eine Fallstudie in Schweden. Aspekte staatlicher Krisen- kommunikation. Der Fall BSE und die	Universität Leipzig, Institut für KMW	1994 Fallstudien (F)	(94-038)
Leukhard Lutz (Magister)	Krisenkommunikation des BPA, des Ministeriums für Landwirtschaft und des Ministeriums für Gesundheit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Krisen-PR (KPR)	(03-014)
Levy Benjamin (B.A.)	Selbstmanagement im Alltag. Konzeption und Erstellung eines Printmagazins als Instrument zur Ansprache junger Menschen.	Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg- Schweinfurt	2017	

Levy Siwan Anastasia (M.A.)	Personalisierungsstrategien in der Finanzmarktkommunikation – Die CEO-Kommunikation bei DAX30-Unternehmen im Rahmen der Investor Relations. (2 Bde.) <i>Anhang nicht zugänglich!</i>	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR)	2009	(10-017)
Lichte Carina (M.A.)	Management-Tools in der Unternehmenskommunikation. Praktiken und Ansätze der Kommunikationsberatung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien	2019	(19-097)
Lieber Jule (B.A.)	Mitarbeiterzeitschriften im Internetzeitalter. Eine Fallanalyse. Die Rolle des Kommunikationsmanagements im Prozess der Wettbewerberanalyse. Entwicklung und empirische Prüfung eines Modells	Universität Leipzig, Institut für KMW	(UK); Fallstudien	2011 (F)	(12-115)
Lieber Jule (M.A.)	am Beispiel von Siemens Energy Fossil Power Generation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Theorie (PR-T); Fallstudien (F)	2014	
Lieberwirth Tina (M.A.)	Kommunikationspolitik werbefinanzierter Hörfunkanbieter – Eine empirische Analyse ausgewählter Radiosender.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR (J/PR); Unternehmenskommunikation	2011 (UK)	
Liebold Anne (Magister)	Interne Unternehmenskommunikation – Probleme und Instrumente. Eine Fallstudie der Mercedes-Benz-Niederlassung Leipzig: Mitarbeiterbefragung und Analyse der Mitarbeiterzeitschrift.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	2004 (UK)	(05-016)
Liebold Rolf (Dissertation)	Die Öffentlichkeitsarbeit im sozialistischen Industriebetrieb – dargestellt an den Beziehungen der Pressestelle des VEB PCK Schwedt zu den journalistischen Massenmedien der DDR.	Karl-Marx-Universität Leipzig, Sektion Journalistik	Unternehmenskommunikation	1974 (UK)	(74-10)
Liefeith, Florentina (M.A.)	Kommunikationsdienstleister in Deutschland. Branchenstruktur, Geschäftsmodelle, Zukunftstrends. – 2019	Universität Leipzig, Institut für KMW		2019	
Liehr Adrian (B.A.)	Online Kommunikation in der Fußballbundesliga über soziale Netzwerke. Inhaltsanalytische Untersuchung von Facebook, Twitter und Instagram hinsichtlich Crossmedialität und Inhaltsgestaltung.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2021	(21-083)
Lieper Grit (Magister)	Markenmanagement/Markenpositionierung -Der Wert der Marke-Literaturbestandsaufnahme und Darstellung am Fallbeispiel der Marke Rotkäppchen-Sekt.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2006	Fallstudien (F)
Lier Dagmar (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit für junge Zielgruppen am Beispiel der EUKampagne „Talking Food“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen (PR-K); Fallstudien (F)	2001	(02-051)
Lieske Lisa-Marie (B.A.)	Onlinekommunikation deutscher Profivereine der 1. Fußball-Bundesliga.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2020	(20-092)

Liller

Tapio Kristian (Magister)	Public Relations Beziehungsweise. PR als „Kommunikative Gattung“. Die Stellung der Öffentlichkeits- arbeit in Sportvereinen. Analyse von Strukturen und Strategien sowie eine Befragung der Golfclubs im Deutschen Golf Verband.	Universität Essen	2002	Theorie (PR-T)	
Lindhorst Henning (Magister)	Eine Österreichweite Untersuchung über Stadttypen und deren Probleme im Rahmen des Citymarketing. Interkulturelle Aspekte deutsch- amerikanischer Wirtschafts-beziehung. Interkulturelle Weiterbildung in deutschen Unternehmen – eine qualitative Studie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)	(00-031)
Lindner Hannes (Diplom)	Zum Spannungsfeld zwischen Public Relations und Marketing: Literaturbestandsaufnahme (Kommunikationswissenschaft und Betriebswirtschaftslehre) und eine Expertenbefragung. (2 Bde.)	Wirtschaftsuniversität Wien, BWL	1991	Regionale PR (RPR)	
Lindner Jana	Influencer Kommunikation im Zeitalter von Blogs, Instagram, YouTube und Co. Ethische Dilemmata in der digitalen Kommunikation – Eine empirische Untersuchung ethischer Entscheidungsprozesse.	Universität Leipzig, Institut für Amerikanistik	2002	Fallstudien (F)	
Lindner Sebastian (Magister)	Ökosponsoring als Instrument der Public Relations. Eine Fallstudie am Beispiel der Unternehmen IBM und Vitakraft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Theorie (PR-T)	(05-085 a+b)
Lindner Yvonne (M.A.)	Dialogorientierte OA von Medien- unternehmen. Das Fallbeispiel SAT 1 unter besonderer Berücksichtigung von Call Center und Chatroom. Selbstverständnis und Stellenwert von Public Relations in öffentlichen Kulturbetrieben – eine regionale Vergleichsstudie zwischen Leipzig und Nürnberg. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		
Link, Jeanne (M.A.)	Zur Stellung von Public Relations (PR) in deutschen Wirtschafts- unternehmen. Tendenzen im Auswahlbereich Oberfranken. Das Männerbild in aktuellen Werbeanzeigen, untersucht am Beispiel der Kosmetik- und Parfümbranche.	Universität Bamberg	2020	Sponsoring (S); Fallstudien (F)	(21-140)
Linke Doris (Diplom)		Universität Bamberg	1994		
Linkenheil Sebastian (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)	(01-037)
Löck Anne (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2002		
Löhner Matthias (Diplom)		Universität Bamberg	o.J.	Unternehmens- kommunikation (UK)	
Löser Peggy (Diplom)		Universität Leipzig, Institut für KMW	1996		(99-011)
Lohrmann Sabine (Diplom)	Image und Unternehmenserfolg.	Universität Hohenheim	1995	Image (I)	

Lommert Katja (Magister)	Intereffikationsbeziehungen zwischen Public Relations und Journalismus. Eine Analyse des journalistischen Niederschlages und der Verwendung von PR-Inforna- tionen am Beispiel des Leipziger Lokalradios mephisto 97,6.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 2006 (J/PR)	(07-059)
Lorenz Janne (M.A.)	Corporate Listening in der Unter- nehmenspraxis, Konzepte und Umsetzungsformen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 (K)	(18-077)
Lorenz Verena (M.A.)	Strategische Kommunikation von NPOs in der Textilindustrie. Eine Framing-Analyse zur Untersuchung des Einflusses strategischer NPO- Botschaften auf die Medien- berichterstattung in der sozialen Nachhaltigkeitsdebatte.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Non Profit (NP)	(17-121)
Lotter-moser Katja (M.A.)	Identitätsorientiertes Stadt- marketing am Beispiel der Stadt Leipzig. Eine theoretische und empirische Analyse des öffentlichen Stadtbildes in (über) regionalen Leitmedien und bei stadtnahen Akteuren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Image (I)	(15-096)
Lück, Annika (M.A.)	Interne Nachhaltigkeitskommunikation. Ein Beitrag zum Verständnis der Strukturen und inhaltlichen Ausgestaltung deutscher börsen- und nicht börsennotierter Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-052)
Ludwig Kristina (Magister)	Besonderheiten der Standort-PR. Ein Konzeptionsansatz für den Stadtteil Leipzig-Grünau.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 1999 (RPR)	(03-077)
Lukas Anne-Katrin (B.A.)	Das Verhältnis von Marketing und Public Relations in Kultur-einrichtungen am Beispiel des Theaters Görlitz.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 20 09 (RPR)	
Lülfing Lena (B.A.)	Kultur-PR im Wandel. Professiona- lisierungstendenzen in der Öffent- lichkeitsarbeit für Kunst und Kultur am Beispiel ausgewählter Musikfestivals.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	(16-023)
Lüß Gesa (Magister)	Nation Branding Issues Management. Analyse und Weiterentwicklung eines Konzepts zur strategischen Ausrichtung von Public Relations, unter besonderer	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	(08-006)
Lütgens Stefan (Disserta- tion)	Berücksichtigung der praktischen Anwendungsmöglichkeiten der Scanning- und Monitoring- Funktion zur Identifizierung von Issues.	Universität Salzburg	1998 Image (I)	

Lux Astrid (M.A.)	Innovationskommunikation in der Automobilhersteller-Industrie. Eine inhaltsanalytische Betrachtung der Integrierten Kommunikation von Corporate Websites, Presse- mitteilungen und Geschäftsberichten. Die Public Relations--Dimension von Lobbying. Bestandsaufnahme und Überblick unter	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 (WIK)	Wissenschafts- und Innovations- kommunikation (18-156)
Lütgens Stefan (Diplom)	kommunikationswissenschaftlichen und interdisziplinären Gesichtspunkten. Kommunikation von Unternehmens-	Universität Salzburg	1992	Lobbying (L)
Lustig Kerstin (M.A.)	strategien in Wachstumsbranchen – Eine Analyse deutscher Startups. (2 Bde.) Immobilien Branding. Marken- bzw.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 (St-L)	Startup- Kommunikation (18-137 a+b)
Luzna Aleksandra (Magister)	Immobilien Branding. Marken- bzw. Herausforderungen der Gegenwart im Immobilienmarkt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 (UK)	Unternehmens- kommunikation (10-112)
Lyczek Boris (Magister) (Oeckl)	Internet und Public Relations. Status quo und zukünftige Bedeutungsentwicklung des Netz- Mediums. (2 Bde.)	Ludwig- Maximilians- Universität München	2002	Online PR (OPR)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Maas Gabriela (B.A.)	Zum Verhältnis von PR und Journalismus. Theoretische Grundlagen und Fallstudie am Beispiel politischer Berichterstattung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Journalismus/PR (J/PR)		
Mäder Katja (Magister)	Die Öffentlichkeitsarbeit von Länderparlamenten. Bestandsaufnahme und Analyse der PR-Aktivitäten aller deutschen Länderparlamente. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)	(02-064 a + b)	
Mäding Katrin (B.A.)	Kundenbindung durch Identifikation in der Wohnungswirtschaft. Ein Kommunikationskonzept für die Hallesche Wohnungsgesellschaft. Coporate Tweeting. Eine empirische Analyse von Themen und Informationsaufbereitung in der Twitter-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K)		
März Wiebke (M.A.)	Kommunikation der HDAX-Unternehmen. Think Global, Act Local. Einblicke in Organisation und Strategie der Public Relations deutscher Unternehmen in	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online-PR (OPR)	(12-073)	
Mahler Daniel (Diplom)	den USA. Bewegtbildkommunikation im Internet. Eine empirische Studie über die Herausforderungen von Online-	Hochschule für Musik und Theater	1995	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Mahnke Martina (Magister)	Videocontent für die Presse- und Medienarbeit. Feminisierung des Berufsfeldes Public Relations. Theoretisch-analytische Grundlegung und eine Befragung zu den Ursachen unter	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Online-PR (OPR)	(09-043)	
Mandel Dorit (Magister)	Berücksichtigung der Konsequenzen für den Professionalisierungsprozess. Employer Branding. Die Bedeutung der Public Relations bei der Etablierung einer Arbeitgebermarke in deutschen Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Feminisierung (FE)	(07-060)	
Mannteufel Kristin (Magister)	Krisenkommunikation bei der Fußball-Weltmeisterschaft 2006. Prozessanalyse von Aktivitäten sächsischer Behörden. Die Beziehung zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Eine Fallstudie (Input-Output-Analyse) am Beispiel „Amnesty International“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Mannteufel Madlen (Magister)	Digitalisierung in Deutschland: Digitales Fernsehen über das Breitbandkabel. Bedeutung, Rahmenbedingungen und Nutzung. Wissenschaftskommunikation in der Corona-Krise. Eine Analyse der Beteiligung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern am	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2002	Krisen-PR (KPR)	(07-115)	
Marg Julia (Magister)	deutschsprachigen Twitter-Diskurs zur Corona-Krise.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	Journalismus/PR (J/PR)	(08-007)	
Markgraf Christiane (Magister)						
Martin, Michelle (M.A.)						(21-054)

Martinek Eva Susanne (Magister)	Der PR-Film als audiovisuelles Instrument in der Öffentlichkeitsarbeit der Touristik-, Verkehrs- und Wirtschaftsförderung. Eine Untersuchung anhand der 15 größten Städte in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig,	Regionale PR 2005 (RPR)	(06-062)
Marzahl Lisa (Dissertation)	Umweltkommunikation im Netzwerk. Perspektiven, Interessen und Strategien im Diskurs um den Nationalpark Wattenmeer. Corporate Influencer in der Veränderungskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Erkenntnisse zum Einsatz von Corporate Influencern als informelle Kommunikatoren in Veränderungsprozessen.	Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2018 Non Profit (NP)	
Maschmann Malen (M.A.)	Storytelling im Onlinejournalismus. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zu Qualitätsjournalismus in digitalen Langformen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-099)
Matern Marie (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig, Fakultät für	Internationale PR (IPR); Online- PR (OPR) 2018	
Mattke Christian (Dissertation)	Albert Oeckl – sein Leben und Wirken für die deutsche Öffentlichkeitsarbeit. PR in Stadtwerken. Eine Fallstudie am Beispiel der „Dessauer Versorgungs- und Verkehrs-gesellschaft mbH – DVV – Stadtwerke“.	Sozialwissenschaften und Philosophie	2004	UBL: E-Book
Mattke Christian (Diplom)	Einsatz von Social Media für die Polizeikommunikation. Eine Analyse des strategischen Kommunikationsmanagements deutscher Polizeibehörden. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997 Fallstudien (F)	(97-022)
Mattner Laura (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Online-PR (OPR)	(17-122 a+b)
Matzen, Maïke (M.A.)	Zwischen Wachstum und Innovation: Eine länderübergreifende Studie über die Ausgestaltung der internen Kommunikation bei deutschen und amerikanischen Start-up-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-055)
Maucher Sebastian (Dissertation)	Die Ökonomik der Transparenz. Der Einfluss von Transparenz auf Vertrauen.	HHL – Leipzig, Graduate School of Management	Öffentliches Vertrauen (V) 2010	
Maus, Sarah (M.A.)	Die Rolle der Internen Kommunikation im CSR-Managementprozess. Das Unterstützungspotenzial der Internen Kommunikation zur Umsetzung des CSR-Managementprozesses. Ein Framework Diversity in der externen Unternehmenskommunikation. Eine Bestandsaufnahme der 50 umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-060)
Mausolf Sophie Marie (M.A.)	Employer Branding-Maßnahmen von PR-Agenturen in Deutschland im Internet: Eine Benchmark-Analyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- Kommunikation 2014 (UK)	(14-088)
Mayer Juliane (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- Kommunikation 2014 (UK)	(14-089)

Meyer Reinhardt (Diplom)	Anforderungen an Inhalt und Formen der Öffentlichkeitsarbeit staatlicher Institutionen zur Erhöhung ihrer ideologischen Wirksamkeit. Öffentlichkeitsarbeit an Universitäten und Hochschulen. Allgemeine Analysen sowie eine Fallstudie über das kulturelle	Karl-Marx-Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1972 (PoK)	Politische Kommunikation (72-078)
Mayr Peter B. (Magister)	Kooperationsprojekt „Uniconmoz“ (ucm) der Universität Salzburg mit der Hochschule Mozarteum. Werbung als Kunst – Eine künstliche, philosophische, kommunikationswissenschaftliche	Universität Salzburg	1997	Fallstudien (F)
Mayrhofer Martin (Diplom)	sowie qualitativ-empirische Annäherung. 1999. Aufgreifen bestehender Stereotype oder Neu-Kreationen? Eine qualitative Inhalts- und Figurenanalyse ausgewählter	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	PR-Theorie (T)
Mazmanyan Anna (B.A.)	Folgen der komplex-narrativen Serie "Game of Thrones".	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-048)
Mehnert Melissa (B.A.)	Das Event als Kommunikationsinstrument der Zukunft – Auf dem Weg zur nachhaltigen Live-Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens-Kommunikation (UK)
Meinhardt Tina (M.A.)	Studiengangmagazine als Kommunikationsinstrument für Hochschulen – Zielgruppen-segmentierung im Corporate Publishing anhand des Studienwahlprozesses von Schülerinnen und Schülern.	Leipzig School of Media	2014	Investor Relations (IR)
Meinsen Thorsten (Magister)	Umweltschutzorientierte Öffentlichkeitsarbeit (PR) als strategische Dimension der Unternehmenskommunikation unter Berücksichtigung Einer Befragung von Unternehmen und Umweltschutzorganisationen. Das Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit im Wandel. Praxisanforderungen als	Freie Universität Berlin	1990	Unternehmens-Kommunikation (UK)
Meister Susanne (Magister)	Indikatoren für Professionalisierungstendenzen des Berufsfeldes. Eine Inhaltsanalyse von Stellenanzeigen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F) (01-022)
Meixner Oliver Herbert (Diplom)	Kommunales Marketing. Eine empirische Untersuchung in ausgewählten Gemeinden Österreichs. Corporate Twitter. Sinnvolles Instrument der Unternehmens-	Wirtschaftsuniversität Wien	1994	Regionale PR (RPR) Kopie
Melzer Nicole (B.A.)	kommunikation oder vorübergehender Hype? Mitarbeitermagazine und multimediales Nutzungsverhalten: Neue	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens-Kommunikation (UK)
Menzel Nicole (B.A.)	Herausforderungen durch die Generation Y?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Image (I) (15-075)

	Integrierte Regionenkommunikation. Zum Imagewandel von Industrie- standorten in den neuen Bundesländern am Beispiel der Region Bitterfeld/Wolfen. Bestandsaufnahme				
Menzel Nora (Magister) (Oeckl)	und eine zeitlich vergleichende Inhaltsanalyse. (2 Bde.) Die auslandsinformierte Presse- arbeit als wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit eines sozialistischen Unternehmens – dargestellt am Beispiel des Leipziger Messeamtes.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 2003 (RPR)		
Merkwitschka Fred (Dissertation)	Auf welche Art vermittelt der Verbund der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sinnstiftende Werte an zukünftige Mitarbeiter? Employer Branding Strategien in den Online- Angeboten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	Karl-Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1968		(68-041)
Merx, Carolin Sophie (B.A.)	Anforderungen an Formen und Inhalt der Öffentlichkeitsarbeit staatlicher Institutionen zur Erhöhung ihrer ideologischen Wirksamkeit Public Relations und Kontrolle von PR. Eine Akzeptanzstudie am Beispiel des Kundenmagazins der Stadtwerke Leipzig. 1998.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-038)
Meyer Reinhard (Diplom)	Gamifying Public Relations. Video Games as Persuasive Media and their Potential in Public Relations. Kommunikation für Verbände: Analyse und Konzeption am Beispiel des Qualitätsforums Deutscher Informationsdienstleister.	Karl-Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1972		(72-078)
Michael Anke (Diplom)		Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Fallstudien (F)		(99-048)
Michel Eva-Maria (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Online-PR (OPR)		(15-029)
Michel Peggy (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Konzeption (K); Lobbying (L)		
Michl, Josephine (B.A.)	Der Markenbildungsprozess bei FinTech- Startups in der Gründungsphase. Zwischen Disruption und Vertrauen – Eine qualitative Analyse	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-039)
Middelmann Julia Alexandra (Magister) (Oeckl)	Change-Kommunikation als Erfolgs- faktor für die Reduzierung von Widerständen in Change-Management- Prozessen.	Universität Lüneburg	2005	Unternehmens- Kommunikation	(UK)
Möbius Sophie (M.A.)	Leadership Communication at the Middle Management Level of Industrial Enterprises. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Leadership (LEA)	
Mödlhammer Irmgard (Diplom) Moegelin Andreas (Magister)	Das Kommunikationsmanagement von Nonprofit-Organisationen. Bestandsaufnahme und Analyse unter kommunikations-wissenschaftlichen und interdisziplinären Gesichtspunkten. Ehre und Prestige und der Öffentliche Meinung.	Universität Salzburg	1998	Non Profit (NP)	
		Universität Mainz	1986	Image (I)	

Möhle Maïke (M.A.)	Die Sprache der Investor Relations. Eine inhaltsanalytische Vergleichs- untersuchung der Publikationen von DAX 30 Unternehmen. In Bezug auf die Verwendung emotionaler Sprache zur Verwirklichung finanzwirtschaftlicher Ziele.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Investor Relations (IR); Image (I)	(11-193)
Mörchen Dieter (Magister)	Krisenkommunikation bei Museen. Literaturbestandsaufnahme und Analyse von zwei Fallbeispielen in Leipzig. WAVING FLAGS – Die gesellschaftspolitische Positionierung von E-Commerce Unternehmen. Eine Untersuchung der situativen Rahmung von Corporate Advocacy am Beispiel LGBTIQ+.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Krisen-PR (KPR)	(02-016)
Morlock Maximilian (M.A.)	Strategisches Issues Management in der Unternehmenskommunikation. Analyse des Status quo in den Dax- Unternehmen. (2 Bde.) <i>Anlagenband nicht zugänglich!</i>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-112)
Mosemann Theresa (M.A.)	Entertainment Advertising.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Image (I)	(13-007a)
Mosting Annelie (Diplom)	Anzeigen-Gestaltung im Zeitalter der Informationsüberlastung.	Hochschule der Künste Berlin	1991	Werbung (W)	
Mühlauer Nicole (Diplom)	Marketing im Jugendtourismus.	Universität Salzburg	1998	Fallstudien (F)	
Mühlberg Sandra (Magister)	Theorie und Wirklichkeit sozialis- tischer Öffentlichkeitsarbeit in der DDR. Das Beispiel Automobilindustrie. Umweltkommunikation als Element zukünftiger Unternehmensstrategien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	PR-Historie (H)	(05-006)
Mühleisen Stefan (Diplom)	Beispiel: Siemens Nixdorf Informationssysteme AG	Universität Hohenheim	1992	Fallstudien (F)	
Mülbrecht, Jeannine Saskia (M.A.)	Investor Relations Officer Roles Grid. Rollen im Berufsfeld der Investor Relations und deren Verbreitung	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-061)
Müller Andrea Bernadett (M.A.)	Monetäre Bewertung von Medien- arbeit. Bestandsaufnahme und Bewertung von Analyse- instrumenten aus der Perspektive des Kommunikations-Controllings. Investor Relations und Social Media.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Controlling (C)	
Müller Anika (B.A.)	Untersuchung der Finanz- kommunikation börsennotierter Unternehmen auf YouTube, Twitter, Facebook und SlideShare im internationalen Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Investor Relations (IR); Online-PR (OPR)	
Müller Anika (M.A.)	Der Einsatz von Apps in der Finanz- kommunikation. Innovative Weg Investor Relations in einer neuen Ära der mobilen Kommunikation? Die Erfolgskontrolle externer PR- Leistungen am Beispiel der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Finanz- kommunikation (FiKo)	(16-154)
Müller Bettina (Diplom)	Produkteinführung eines Automobilherstellers. (2 Bde.)	Katholische Universität Eichstätt	2000	Fallstudien (F)	

Müller Gabriele; Zeise, Elke-Iris	PR-Konzept zur Aktualisierung der Öffentlichkeitsarbeit der Barmer in den neuen Bundesländern. Effizienz kommunaler Public Relations. Der Einfluss verschiedener PR-Instrumente auf die regionale Berichterstattung.	Kolleg für Kultur und Wirtschaft Potsdam	1992	Konzeption (K)	
Müller Jan (Magister) (Oeckl)		TU Dresden	2005	Journalismus/PR (J/PR) Öffentliches Vertrauen (V); Kampagnen (PR-K)	
Müller Katrin (Magister)	Grundlagen und Perspektiven der Öffentlichkeitsarbeit von Versicherungen. Krisen-Public Relations. Public Relations von Energieversorgungsunternehmen in der Bundesrepublik Deutschland unter besonderer Berücksichtigung von aktuellen krisenhaften Erscheinungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006		
Müller Lambert (Dissertation)		Universität Salzburg	1993	Krisen-PR (KPR) Online-PR (OPR); Politische Kommunikation (PoK)	
Müller Lisa (B.A.)	Politische Online-Kommunikation auf Twitter: Eine Studie am Beispiel der Parteien des Sächsischen Landtages. Der Kommunikationsbegriff in der Betriebswirtschaftslehre. Eine Analyse aus kommunikations-wissenschaftlicher Perspektive.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2011		
Müller Lisa (B.A.)	Governance und Praxis der CSR-Kommunikation in deutschen Unternehmen. Eine Befragung von Kommunikationsverantwortlichen. Empörungswellen in sozialen Medien. Eine Analyse des Phänomens „Shitstorm“ und seiner Auswirkungen auf das öffentliche Vertrauen in Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Theorie (PR-T) Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	(12-033) (12-074)
Müller Maren Christin (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2012		
Müller Martin (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Öffentliches Vertrauen (V)	
Müller Ulrich (Magister)	Der PR-Journalist. Ein Beitrag zur Kommunikatorforschung. (2 Bde.) PR von Handelsunternehmen.	Universität Mainz	1975	Sponsoring (S)	
Müller Uta (Magister)	Literaturbestandsaufnahme und eine Unternehmensbefragung. Transkription der Leitfadengespräche zu „PR von Handelsunternehmen. Literaturbestandsaufnahme und eine Unternehmensbefragung.“	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)	(00-052a)
Müller Uta (Magister)	<i>Anlagenband nicht zugänglich!</i> Die Europaorientierte Aus- und Weiterbildung von Journalisten und Kommunikationsberuflern. Eine Bestandsaufnahme und neue Modelle. Messe und mehr? Über die Nutzung der Kommunikationsplattform Messe durch kleine und mittelständische Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)	
Müller Wiebke (Dissertation)		Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	Internationale PR (IPR)	UBL:97-2-585
Mummert Uta (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2000		(00-032)

Muxfeldt Christoph (M.A.)	Der Fall Christian Wulff. Eine inhalts- analytische Untersuchung der Berichterstattung in der Vertrauenskrise um den Bundespräsidenten unter besonderer Berücksichtigung der Springer-Presse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Öffentliches Vertrauen (V); 2012 Fallstudien (F) (12-075)
---------------------------------	--	--	---

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Nagel Robert (B.A.)	Die Diskussion um internes Corporate TV in der deutschen Kommunikationsbranche – eine von einem Hype bestimmte Berichterstattung?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Interne Unternehmenskommunikation (IUK)	(18-011)	
Nagl, Jana (M.A.)	Innovationskommunikation von Cleantech-Unternehmen. Eine empirische Untersuchung der Kommunikation nachhaltiger Innovationen erfolgreicher Cleantech-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-056)	
Nasalean Carmen Sabrina (M.A.)	Neue Wege in der HR-Kommunikation: Recruiting im mobilen Zeitalter. Eine inhalts-analytische Untersuchung von mobil-optimierten Karriere-Webseiten börsennotierter Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online-PR (OPR)	(16-085)	
Nebe Tina (M.A.)	CSR-Kommunikation aus Kundenperspektive. Fokusgruppen-interviews und Online-Befragung zur Relevanz von Facebook als Instrument der CSR-Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	CSR-Kommunikation (CSR)	(16-086)	
Nemet-schek Marco (B.A.)	Das Intranet als Medium der internen Kommunikation. Dargestellt am Beispiel der Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH (LEG Thüringen).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK)		
Neubauer Paula (B.A.)	Die Selbstdarstellung der Polizei Sachsen auf ihrem Instagram Kanal. Eine qualitative Inhaltsanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-022)	
Neubert Leah Sophie (B.A.)	Herausforderungen und Chancen der internen Kommunikation in Start-up Unternehmen. Eine systematische Literaturanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-095)	
Neugebauer Jessica (B.A.)	The impact of dating platforms on online safety: A case study of female students' usage patterns on digital dating platforms and their influence on online safety.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-023)	
Neukirchen Silke Alexandra von (Magister)	Auf diese Steine können Sie bauen – Business TV und Mitarbeiterzeitschrift als Instrumente der internen Kommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der Bausparkasse Schwäbisch Hall AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	(04-049 a+b)	
Neumann Julia (Magister)	Die personale Kommunikation innerhalb der Aufklärungskampagne „Gib AIDS keine Chance“ der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. Ein historischer Abriss.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Kampagnen (PR-K)		
Neutert Simone (Magister)	PR und Öffentlichkeitsarbeit von Konzerthäusern. Bestandsaufnahme und das Fallbeispiel der Philharmonie Essen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Non Profit (NP); Fallstudien (F)		

Ney, Karin					
Krämer, Ute;	Öffentlichkeitsarbeit für Ausländer-				
Vinzing,	kulturarbeit. Als Beitrag zum Berlin-				
Gudrun	Image.			Konzeption (K)	
	The Peso model in online marketing				
	campaigns of start-up companies. The				
	implementation of digital media types				
Nguyen Thuy	in start-up companies´ online	Universität Leipzig,			
(B.A.)	marketing campaigns.	Institut für KMW	2022		
	Die Rolle von Public Affairs und				
	Lobbying als Bestandteil der				
	Unternehmenskommunikation.			Politische	
Nickel	Bestandsaufnahme und Analyse der			Kommunikation	
Mandy	Public Affairs Aktivitäten am Beispiel	Universität Leipzig,		(PoK); Lobbying	
(Magister)	der deutschen Energiebranche.	Institut für KMW	2005 (L)		(06-005)
	Investor Relations und Public				
	Relations. Eine systematische				
	Literaturanalyse der inter-nationalen				
Nickol	Forschung von 2001 bis 2018 zum				
Theresa	Verhältnis der IR-Funktion und der PR-	Universität Leipzig,		Investor	
(B.A.)	Funktion.	Institut für KMW	2018	Relations (IR)	(18-118)
	Die neue Rolle des Aufsichtsrates				
	in der Kapitalmarktkommunikation.				
Nieber	Entwicklung eines konzeptionellen				
Mandy	Bezugsrahmens und Experten-	Universität Leipzig,		Investor	
(M.A.)	interviews. <i>Anhang nicht zugänglich!</i>	Institut für KMW	2015	Relations (IR)	(15-114 a)
Niedtner	Die Vorteile der Nutzung des				
Oliver	Internets durch Non-Profit-	Universität Leipzig,			
(Magister)	Organisationen.	Institut für KMW	2003	Non Profit (NP)	
Nikolov					
Nikola	Personen PR. Image Bildung von	Universität Leipzig,		Image (I);	
(Magister)	Personen – drei Fallstudien.	Institut für KMW	2013	Fallstudien (F)	
	Wertekommunikation von Unter-				
	nehmen – eine inhaltsanalytische				
	Dokumentenanalyse der externen				
	Kommunikationspraxis von Volkswagen				
Nobis	im zeitlichen Rahmen des	Universität Leipzig,			
Paula (B.A.)	Abgasskandals.	Institut für KMW	2017	Fallstudien (F)	(17-041)
	Strategiekommunikation beim Wechsel				
	der Unternehmensstrategie:				
Nölle	Herausforderungen und				
Inga-Marit	Handlungsmöglichkeiten beim Pivot	Universität Leipzig,			
(M.A.)	von Start-ups.	Institut für KMW	2019		(19-101)
	Die Festhalle Frankfurt feiert 100-				
	jähriges Jubiläum. Entwurf eines				
	Kommunikationskonzeptes unter				
	besonderer Berücksichtigung der				
Nolte	Festhalle als imagefördernder Faktor	Universität Leipzig,			
Laura	für den Standort Messe Frankfurt.	Institut für KMW	2005	Konzeption (K)	
	Die Qualität der Qualität. Was PR-				
	Agenturen unter Qualität verstehen.				
Nothhaft	Literatur-bestandsaufnahme und eine				
Howard	Analyse von Selbst-darstellungsmedien	Universität Leipzig,			
(Magister)	deutscher PR-Agenturen. (2 Bde.)	Institut für KMW	2002	(03-003 a+b)	
(Oeckl)					

Notthaft	Kommunikationsmanagement als professionelle Organisationspraxis.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2009 Theorie (PR-T)	UBL: E-Book
Howard (Dissertation)	Theoretische Annäherung auf Grundlage einer teilnehmenden Beobachtungsstudie. (2 Bde.)			
Nuernbergk Christian (Magister) (Oeckl)	Die Mutmacher. Eine explorative Studie über die Öffentlichkeits-arbeit der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft. Normative Aspekte der Public Relations. Gründe und Auswirkungen des Einflusses von Public Relations auf den Journalismus unter professionsethischen und praktischen Gesichtspunkten.	Westfälische Wilhelms-Universität Münster	2005 Fallstudien (F)	
Nuri Pares (B.A.) (Oeckl)		Heinrich-Heine Universität Düsseldorf	2005 Ethik (E)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
von Oehsen Oliver (B.A.)	Investor Relations mit Privatan- legern im DAX-30. Eine IR- Teilkonzeption für die ThyssenKrupp AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Investor Relations (IR)	(06-081)	
Ostermeier Meike (M.A.)	Der Beitrag von Kommunikations- abteilungen zur Digitalen Transformation in Unternehmen. Handlungsfelder und Unterstützungsmöglichkeiten der Unternehmenskommunikation in Zeiten des digitalen Wandels. Ein Framework.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017		(17-125)	
Öttl Barbara (Disserta- tion)	„Convenience News“ für die Gesellschaft: Was Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus leisten und wie beide einander beeinflussen. Kompetenzen für Social Media in der Organisationskommunikation – Eine Untersuchung von Anforder- ungsprofilen aus theoretischer und praktischer Sicht.	Universität Salzburg	2002	Journalismus/ PR (J/PR)		
Otto Daniel (B.A.)	„Die Welt zu Gast bei Freunden“ – ein Konzept zur FIFA Fußballweltmeisterschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online PR (OPR)	(12-059)	
Otto Janine (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Konzeption (K)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Pape Julia (M.A.)	CEO-Positionierung auf Corporate Websites: Theoretische Zugänge und empirische Analyse der führenden Unternehmen in Deutschland und den USA. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Leadership (LEA)	(15-009 a+ b)	
Papenfuß Tina (B.A.)	Social Media Manager in Medienorganisationen. Analyse der Anforderungen an Social-Media-Verantwortliche aus Perspektive der Organisationskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online-PR (OPR)	(17-023)	
Papp Christiane (Magister)	Krisen-PR als Aufgabenfeld der Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der VNG – Verbundnetz Gas AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Krisen-PR (KPR); Fallstudien (F)		
Parsche Brigitte (M.A.)	Die „Himmelscheibe von Nebra“ – Kulturgut als Marke. (3 Bde.)	Leipzig School of Media				
Parthey Kathleen (Magister)	Das Pressefoto als adaptierte journalistische Arbeitsform der PR. Bestandsaufnahme relevanter Literatur und eine Befragung von Journalisten. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Journalismus/PR (J/PR)	(00-077 a + b)	
Pasternak Lisa (B.A.)	Mitarbeiterzeitschriften im Internetzeitalter am Beispiel der Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Online-PR (OPR)		
Paul Antonia (B.A.)	Kommunale Öffentlichkeitsarbeit im Vergleich zweier Städte. Ein Vergleich zwischen Hoyerswerda & Görlitz unter Berücksichtigung des „Tages der Sachsen“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Online-PR (OPR)		
Paulick Jaqueline (Magister)	Die Rolle der Krisensimulation im Krisenmanagement von Großunternehmen. Eine Bestandsaufnahme. (2 Bde.), Nur Anhang vorhanden!	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Regionale PR (RPR); Fallstudien (F)	(99-042)	
Peev Biance	Personalisierung. Journalisten und ihre persönliche Marke auf Instagram.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Krisen-PR (KPR)		
Peglow Pamela (Magister)	Erfolgspotential Kommunikation: Ausgewählte Aspekte der internen und externen Marketingkommunikation internationaler Unternehmen.	Universität Duisburg Essen	2003	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(08-013)	
(Oeckl)	„Krisenkommunikation 2.0“ – Dark Site, Twitter oder Facebook – Welche Möglichkeiten der Onlinekommunikation werden von Unternehmen in Krisen genutzt? Literaturbestandsaufnahme, Experteninterviews und Unternehmensbefragung zum Thema Onlinekommunikation in Krisen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F); Krisen-PR (KPR)	(11-165 a +b)	

Peschel Stefanie (B.A.)	Gamification im Alltag. Die Habitualisierung funktionalen Verhaltens durch den Einsatz ausgewählter Apps.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(18-053)
Peschke Cornelia (Magister)	Public Relations für Kinospielefilme. Eine Bestandsaufnahme der PR-Aktivitäten in der Filmbranche. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Sponsoring (S)	(03-080 a+b)
Peters Moritz (B.A.)	„Wie berichtet das Medienmagazin ZAPP über PR-Themen?“ Die Unternehmenskommunikation als Kommunikatives Stakeholder-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Journalismus/PR (J/PR)	
Petersen Paula (M.A.)	management: Materialitätsanalyse und strategische Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017		(17-150)
Pinnig Fabian (Magister) (Oeckl)	Public Relations von Medien- konzernen. Eine empirische Untersuchung. Der Presseworkshop als Instrument der Unternehmens- und Produkt-	Freie Universität Berlin	2004	Fallstudien (F)	
Pirlich Julia (Magister)	kommunikation in der Automobil- wirtschaft. Eine kritische Analyse am Beispiel der Volkswagen AG. Anforderungen des Online-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmens- Kommunikation (UK)	
Pirouz Mani (Diplom) (Oeckl)	Entwicklung von Handlungs- empfehlungen für die Praxis unternehmerischer Kommunikation mit Onlinemedien.	Hochschule für Musik und Theater Hannover	2004	Journalismus/PR (J/PR)	
Pirrwitz Harry (Magister)	Radio-PR im Internet. Bestands- aufnahme und Beispielanalysen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(98-068)
Pirus Anna (B.A.)	Employer Branding von Startup- Unternehmen. Mitarbeitergewinnung junger Unternehmen in der IT-Branche durch Online-Kommunikation. Du sollst nicht lügen!(?). Literatur-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Online-PR (OPR)	(18-012)
Pitzschel Oliver (M.A.)	bestandsaufnahme und Experteninterviews zum Umgang mit Lüge und Täuschung in der PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Ethik €	
Planer Rosanna (B.A.)	Die Renaissance des „Boundary- Spannings“. Über die Entwicklung eines integrativen Ansatzes zur Verknüpfung von interner und externer Unternehmenskommunikation. Die Öffentlichkeitsarbeit mittel- ständischer Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(16-030)
Pleil Thomas (Diplom)	Strukturierungsversuch aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht.	Katholische Universität Eichstätt	1992	Fallstudien (F)	

Podeswa Ernst (Diplom)	Funktion, Inhalt und Methoden der Öffentlichkeitsarbeit örtlicher (zentraler) Staatsorgane der Deutschen Demokratischen Republik.	Karl-Marx-Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1974	Politische Kommunikation (PoK)	(74-038)
Poeck Christian (Magister)	Die Inszenierung der Wahlkampf-kommunikation als Imagekonstruktion. Eine Untersuchung zur Meta-kommunikation der SPD-KAMPA 1998 und 2002.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Politische Kommunikation (PoK)	(07-024)
Poerschke Karla (Dissertation)	Zu den Aufgaben und Problemen der sozialistischen Öffentlichkeitsarbeit, besonders dargestellt an der Öffentlichkeitsarbeit im Hochschulwesen der DDR. (T. 2 fehlt)	Karl-Marx-Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1972	PR-Historie (H)	(72-08a)
Pohl Franziska Elisabeth (M.A.)	Prozesse im Kommunikationsmanagement. Analyse und Optimierungspotenziale. Eine Untersuchung am Beispiel der Abteilung Unternehmenspresse der Dr. Ing. h.c. Porsche AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmens-Kommunikation (UK)	(16-167)
Pohle Josefine (M.A.)	Interne Strategiekommunikation – Konzeptionelle Grundlagen, Chancen und Herausforderungen. (2 Bde.) Anlagenband + CD-Rom nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Interne Unternehmens-kommunikation (IUK)	(18-140 a)
Polenz Katrin (Magister)	Chancen und Risiken der Guerilla-Kommunikation in der Unternehmenskommunikation. Management der Kreativität in der Kommunikationsberatung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmens-Kommunikation (UK)	
Poljak Sebastian (M.A.)	Literaturanalyse und Experten-interviews zur Kreativität in Kommunikationsagenturen. Wettbewerbsfaktor Interne Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel eines ostdeutschen mittelständischen Unternehmens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmens-Kommunikation (UK)	(17-151)
Pollack Frank (Diplom)	Kommunikationsmanagement: Das zentrale Mittelfeld der Sportgesellschaft. Eine Bestandsaufnahme zur Public Relations von Profi-Fußballvereinen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1994	Fallstudien (F)	(95-013)
Pollscheit Christian (Magister)	Public Relations im WWW. Potenzial und Nutzung von Unternehmens-Websites als Informations- und Kommunikationsplattform.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Fallstudien (F)	(06-084)
Polzer Jörg (Diplom)	CSR-Kommunikation mit Bewegtbild. Eigenschaften und Erfolgsfaktoren der YouTube-Kommunikation über das verantwortliche Handeln von Unternehmen.	Otto-Friedrich-Universität Bamberg	2001	Internationale PR (IPR)	
Popenya Anastassiya (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	CSR-Kommunikation (CSR)	(15-098)

Popp Lydia-Marie (M.A.)	Geschichte der Public Relations von Verlagen. Eine Fallstudie am Beispiel der Öffentlichkeitsarbeit des C. F. Peters Musikverlages von 1800 bis 1938. (2 Bde.) Anhang nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)	
Poppe, Laura (B.A.)	Corporate-Social-Responsibility-Kommunikation während der Corona-Pandemie. Eine inhaltsanalytische Untersuchung von Arbeitgeberaccounts auf der Social-Media-Plattform Instagram.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-025)
Porada Tamina Sophie (B.A.)	Parasoziale Interaktion auf TikTok – Inwiefern zeichnen sich parasoziale Interaktionen beziehungsweise parasoziale Beziehungen auf TikTok ab, am Beispiel von Harry Potter TikToks? Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Wirkung von parasozialer Interaktion beziehungsweise parasozialer Beziehung auf TikTok.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-026)
Pötsch Barbara (B.A.) (Oeckl)	PR und Journalismus. Erfolgsfaktoren von Pressearbeit – dargestellt am Beispiel ausgewählter Kommunikationsmaßnahmen zur Einführung der neuen Mercedes-Benz S-Klasse.	Universität Augsburg	2006	Politische Kommunikation (PoK)	
Prahm Shireen (M.A.)	Szenariotechnik im Kommunikationsmanagement. Grundlagen, Anwendungsmöglichkeiten, Grenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens-Kommunikation (UK)	(10-078)
Prase, Tilo Dr. (Habilitation)	Das Fernsehbild im kommunikativen Gebrauch. Eine semiotisch-publizistikwissenschaftliche Studie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1990		(91-05)
Preiß Andre (Diplom)	Öffentlichkeitsarbeit in Sportorganisationen – Beispiel World Cup 1991 (Windsurfen). Deutschland ist verliebt“. Die Entwicklung des öffentlich-medialen Images von Karl-Theodor zu Guttenberg. Eine qualitative Analyse unter besonderer Berücksichtigung des Vertrauensaspekts.	Universität Hamburg	1992	Fallstudien (F)	
Pries Sina (M.A.)	Parteien-PR in Ost und West. 10 Jahre nach der deutschen Einheit. Bestandsaufnahme und Vergleich der Öffentlichkeitsarbeit der SPD-Landesverbände in Sachsen und Bayern. Anhang nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Politische Kommunikation (PoK); Öffentliches Vertrauen (ÖV)	
Pritzel Karin (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit der SPD-Landesverbände in Sachsen und Bayern. Anhang nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)	(02-052 a)

Kampf der Köpfe. Wie glaubwürdig
sind die politischen Selbstdarsteller?
Eine theoretische und empirische

Pscherer Jörg (Diplom)	Analyse am Bsp. Der Spitzenkandidaten im Bundestagswahlkampf 1990: Helmut Kohl & Oskar Lafontaine. Public Relations und Ethik. Eine	Otto-Friedrich- Universität Bamberg	Politische Kommunikation 1992 (PoK)
Pütz Martina (Diplom)	Studie zum verantwortlichen Handeln in der Praxis der Öffentlichkeitsarbeit.	Hochschule der Künste Berlin	1993 Ethik (E)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Quenzler Kathrin (M.A.)	Integrierte Kommunikationspolitik von Regierung und Verwaltung im Freistaat Sachsen? Analytische Grundlegung und eine empirische Studie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Regionale PR (RPR); Politische Kommuni- kation (PoK)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Ramel Walter (Diplom)	Die Ökologieberichterstattung in deutschen und italienischen Tageszeitungen.	Katholische Universität Eichstätt	1993	Start-Up-Kommunikation (St-K); Unternehmens-Kommunikation		
Rantzsch Bianca (B.A.)	Interne Unternehmenskommunikation in Startup-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	(UK)		
Rauch Birgit (Diplom)	Die Bedeutung der Kundenzeit-schrift als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit am Beispiel des „LBS-Journals“ der LBS Rheinland-Pfalz. Kompetenzen und Qualifikationen von Kommunikationsmanagern im Bereich Interner Kommunikation – Eine	FH Rheinland-Pfalz, Öffentlichkeitsarbeit	1995	Fallstudien (F)		
Raudszus Melanie (B.A.)	Untersuchung zur Darstellung eines Kompetenzprofils aus theoretischer und praktischer Sicht. Mobile Kommunikation in der internen Unternehmens-kommunikation. Entwicklung eines kommunikativen Phasenmodells zur	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens-Kommunikation (UK)	(13-106)	
Raudszus Melanie (M.A.)	erfolgreichen Einführung mobiler Kommunikationsinstrumente in Unternehmen. Die mediale Vertrauenskrise der Ostsächsischen Sparkasse Dresden. Eine Analyse der Berichterstattung auf	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Interne Unter-nehmenskom-munikation (IUK)	(16-158)	
Raulf Anne (B.A.)	Basis der Theorie des öffentlichen Vertrauens. Leben und Wirken von Dr. Horst Avenarius unter besonderer	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Regionale PR (RPR); Krisen PR (KPR)		
Raulf Anne (M.A.)	Berücksichtigung seiner auf das PR-Berufsfeld bezogenen Tätigkeiten. PR-Forschung und Lehre in	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	PR-Historie (H)		
Raynova Vesela (Magister)	Bulgarien. Bestandsaufnahme der Literatur und kritische Reflexion. (2 Bde.) Vom Erlebnis zum Image. Kommunikationswissenschaftliche	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007		(07-095 a+b)	
Rebentrost Uta (Magister)	Betrachtungen der Imagebildung von Industrieunternehmen durch Erlebniswelten. Aufgaben und Möglichkeiten der PR für wissenschaftliche Institutionen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Image (I)	(09-055)	
Rechinger Gabriele Rechmann Nicola (Diplom)	Analyse am Bsp. Des Europäischen Forums für Migrationsstudien. Die Imagekampagnen Ruhrgebiets. Zielsetzungen, Strategien, Resonanz.	Universität Bamberg	1994	Fallstudien (F)		
(Oeckl)	Stardust and Publicity? Personen-PR im Unterhaltungsbereich. (2 Bde.)	Katholische Universität Eichstätt	1999	Image (I)		
Reckling Carla (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2004		(04-061 a+b)	

Redlich Diane (Magister)	Frauen im Berufsfeld Public Relations. Eine empirische Studie zur Beruflichen Situation weiblicher Public Relations-Fachleute in Deutschland.	Universität München	1994		
Regensberger Gregor (Diplom)	Public Relations in Ungarn – konkret diskutiert am Beispiel der Ungarischen Elektrizitätswerks AG.	Universität Bamberg	1995	Internationale PR (IPR)	
Rehbein Benedict (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit in Randsportarten. Das Beispiel Ringkampfsport. Interdependenzen zwischen Sportjournalismus und Sport-PR: eine Input-Output-Analyse zum Einfluß von Presseinformationen auf die lokale Sportberichterstattung und eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Non Profit (NP); Fallstudien (F)	
Rehhahn Kerstin (Magister)	Befragung zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Leipziger Sportvereinen und-verbänden.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Journalismus/ PR (J/PR)	(02-062)
Rehmet Claudio (M.A.)	Die Ausgestaltung Interner Kommunikation in Startups. Eine Untersuchung anhand phasenspezifischer Herausforderungen im Unternehmenslebenszyklus. PR in einer kritisierten Wirtschaftsbranche. Die Öffentlichkeitsarbeit der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Start-Up-Kommunikation (St-K)	(17-127)
Reiche Sandra (Magister)	British American Tobacco (Germany) unter besonderer Berücksichtigung ihrer Sponsoringaktivitäten. Innovationsjournalismus. Konzeptionelle Grundlagen und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Sponsoring (S)	(01-067)
Reimann Christoph (B.A.)	Herausforderungen für die Medienarbeit. Die Kampagnenfähigkeit von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010		
Reimann Christoph (M.A.)	Parteien in Deutschland. Grundlagen, Dimensionen und praktische Implikationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Politische Kommunikation (PoK)	(14-123)
Reinecke Svenja (M.A.)	Erfolgsfaktor Unterhaltung? Unterhaltung als strategisches Element in der Live-Kommunikation mit Mitarbeitern. Theoretische Grundlagen und erste empirische Erkenntnisse anhand von Experteninterviews. Kommunikation in der Klemme. Die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Interne Unternehmenskommunikation (IUK)	(15-010)
Reiner Oliver (Magister)	OA von Nonprofit-Organisationen im Spannungsfeld zw. Fundraising, Ehrenamt und Förderrichtlinien. Social Media in der Finanzkommunikation: Analyse von Investor	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Non Profit (NP)	
Reinhardt Isabel (B.A.)	Relations-Websites börsennotierter Unternehmen im internationalen Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Investor Relations (IR); Online PR (OPR)	

Reinhardt Isabel (M.A.)	Nicht-finanzbezogene Informationen in Geschäftsberichten: Eine Zeitreihenanalyse der Kapitalmarktkommunikation in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor 2015 Relations (IR)	(15-056)
Reinholz, Jan (M.A.)	Nachhaltigkeit in der Kapitalmarktkommunikation. Eine Analyse des Managements der Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen an den Kapitalmarkt bei börsennotierten Unternehmen. Die Dramaturgie des Werbespots. Eine inhaltsanalytische und exemplarische Untersuchung der Gestaltung von Fernseh-Werbespots anhand von im ZDF ausgestrahlten Werbefilmen und Filmen der Cannes-Rolle 1984.	Universität Leipzig, Institut für KMW	CSR- Kommunikation 2019 (CSR)	(19-132)
Reinkober Peter (Magister)	Politische Kommunikation auf Landesebene. Eine quantitative Vergleichsstudie zu Kommunikationsmanagement und insbesondere zur Erfolgskontrolle landespolitischer Organisationen in der Bundesrepublik Deutschland.	Freie Universität Berlin	1985	
Reißig Kevin (M.A.)	Framing in der Kultur-PR von Festivals. Eine Inhaltsanalyse am Beispiel der 66. Internationalen Filmfestspiele Berlin.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Politische Kommunikation 2013 (PoK)	
Rennmann Nora (B.A.)	Kampagnen als Reaktion auf Krisensituationen in der Ernährungskommunikation. Eine Fallstudienanalyse. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen 2004 (PR-K)	(16-034)
Repenning Sabine (Magister)	Formen und Inhalte der Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes der Europa-Union Deutschland e. V.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1994 Fallstudien (F)	(94-027)
Reschke Carolin (B.A.)	Visuelle Strategien in der Werbung. Für tierische Produkte. Eine qualitative Videoanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-097)
Rettmann Anja (Magister)	Dialogorientierte Kampagnen. Eine Fallstudie am Beispiel der Sozialkampagne „In was für einer Gesellschaft wollen wir leben?“ der Aktion Mensch.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen 2006 (PR-K)	(07-094)
Reuter Anke (B.A.)	Music connects us! Ein Kommunikationskonzept für das Start-Up muxmusic.com.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	
Richter Andreas (Magister)	Kommunikation in Veränderungsprozessen. Eine theoretisch-analytische Betrachtung und Expertenbefragung zur Rolle von Promotoren, Meinungsführern und Multiplikatoren innerhalb persönlicher unternehmensinterner Kommunikation im organisatorischen Wandel. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	(07-075 a +b)

Richter Anne (Magister)	Die Rolle des Corporate Image und der Markenidentifikation bei der Mitarbeitermotivation. Theoretisch-analytischer Hintergrund und eine Personalmarketingkampagne der Deutsche Lufthansa AG Passage. Sustainability Communications in	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Image (I)	
Richter Isabel (Magister)	Unternehmen. Bestandsaufnahme der Nachhaltigkeitskommunikation und ausgewählte Beispiele. Kommunikation im Projektmanagement. Explorative Entwicklung eines	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(04-099)
Richter Ina-Kathrin (M.A.)	Frameworks für agile Projektmanagementkommunikation bei der BOSCH Group. Beziehungen zwischen Öffentlich-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens- Kommunikation (UK)	
Richter Susan (Magister)	keitsarbeit und Journalismus. Eine Fallstudie am Beispiel sächsischer Landespolitik.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Journalismus/ PR (J/PR)	(01-004)
Richter Yvonne (B.A.)	Eine Region wird zur Marke. Begleitende Kommunikations-strategie zum Standortmarketing am Beispiel des Regionenmarketing Mitteldeutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Regionale PR (RPR); Konzeption (K)	(06-066)
Ridder Christo-pher (Oeckl) (Disserta- tion)	Investor Relations-Qualität: Determinanten und Wirkungen. Theoretische Konzeption mit empirischer Überprüfung für den deutschen Kapitalmarkt. Medienresonanzanalyse als	Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmens- führung Vallendar	2005	Investor Relations (IR)	
Riebel Björn (Magister)	Instrument der PR-Evaluation. Entwicklung, systematische Darstellung, Potenziale. Nachhaltigkeitsverständnis und Nachhaltigkeitskommunikation im	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002		(03-034)
Riedel Stephanie (B.A.)	deutschen Profifußball: Eine Analyse der lizenzierten Clubs der 1. und 2. Bundesliga. Public Relations als Dienstleistung. Berufszugang, Berufsbild und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		
Riefler Stefan (Magister)	berufliches Selbstverständnis von PR-Beratern in der Bundesrepublik Deutschland. PR-Erfolgskontrolle. Die Medien-	Universität München	1994		
Rieger Birgit (Magister)	resonanz-Analyse am Beispiel der Veröffentlichten Meinung über die Grundig AG, Fürth. Rolle und Chancen zielgerichteter	Universität Erlangen-Nürnberg	1996	Fallstudien (F)	
Rieth Sabine (Diplom) (Oeckl)	Kundenorientierung öffentlicher Verwaltungen. Corporate Identity als Management-Strategie für öffentliche Verwaltungen.	Hochschule der Künste Berlin	1998	Unternehmens- Kommunikation (UK)	

	Der Mensch im Mittelpunkt. Interne Unternehmenskommunikation in Zeiten des Wandels. Die Mitarbeiterkommunikation der Unternehmensführung des <i>Axel Springer Verlags</i> hinsichtlich des im November 2001 angekündigten Personalabbaus. Eine linguistische Analyse unter den Gesichtspunkten der Verständigungsorientierung und Vertrauensbildung. (2 Bde.)	Universität Hamburg, Institut für Germanistik I	Unternehmenskommunikation	2003 (UK)	
Riethausen Jana (Magister) (Oeckl)					
Rinck Annette M.A. (Dissertation)	Interdependenzen zwischen PR und Journalismus. Eine empirische Untersuchung der Medienwirkung am Beispiel einer dialogorientierten PR-Strategie von BMW. (3 Bde.) Strategische Kommunikation von humanitären Hilfsorganisationen. Eine vergleichende Analyse der Jahresberichte von Ärzte ohne Grenzen, Care, Oxfam und Save the Children im Zeitraum von 2006 bis 2015.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	Journalismus/ PR (J/PR)	1997	
Rinne Elisa Marie (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	Non Profit (NP)	2016	(16-065)
Risch Friederike (B.A.)	Crossmediale Unternehmenskommunikation – organisatorische Veränderungen durch Multi-Channel-Strategien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online-PR (OPR)	2015	
Rist Karolin Susanne (M.A.)	The Role of Communication in Organizational Identity Construction. Re-conceptualizing Mead's Theory of the Self: From Individual Self-Concept to Organizational Self-Concept. New Theoretical Perspectives & Practical Implications for Communication Management.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2013	(13-195)
Ritschel Dirk (Magister)	Unternehmenskommunikation im Bereich Tourismus. Eine Fallstudie am Beispiel des Freizeitparks Großschönau.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	1998 (UK)	(03-081)
Rizvo Aida (Diplom)	Investor Relations in den USA und in Deutschland. Eine Vergleichende Analyse.	Universität Kassel	Investor Relations (IR)	1998	
Roa Vargas, Martin Enrique (B.A.)	Framing und Priming in Kolumbien. Wie berichten die kolumbianischen Medien über die FARC-Dissidenzen? Kommunale Pressearbeit und ihr Verhältnis zum Journalismus in der Weimarer Republik und im Nationalsozialismus am Beispiel der Stadt Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2019	
Rockstroh Grit (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	PR-Historie (H)	2003	(04-024)
Rodrian Jessica (B.A.)	Wirklichkeitskonstruktion durch Kampagnen der Milch- und Fleischindustrie. Zur Glaubwürdigkeit von Kampagnen zum Thema Nachhaltigkeit am Beispiel der Nachhaltigkeits-Initiative von Leerdamer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen (PR-K)	2016	(16-035)

Rohde Franziska (B.A.)	Nationenimages und internationale politische Public Relations am Beispiel Deutschlands. Eine Inhaltsanalyse von Imagefilmen über Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	(14-059)
Rohmberger Thomas (B.A.)	Die Wahrnehmung von Deceptive Green Labels in der Kundengruppe der LOHAS	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-041)
Röhr Ulrike (M.A.)	Internationale Organisationskommunikation. Einflussfaktoren und Organisationsformen der Internen Kommunikation. (2 Bde.) Anlagenband nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Internationale PR (IPR)
Roldán, López Alejandro (B.A.)	Instagram communication of luxury fashion companies. A qualitative content analysis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmens-Kommunikation (UK) (19-119)
Ronneberger Jessica (B.A.)	Tablet statt Tablett? Wenn das iPad den Kellner ersetzt. Motive und Determinanten zur Nutzung von digitalen Bestellsystemen in der Gastronomie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-011)
Roos Christian (B.A.)	City Branding – die Marke Fußballverein als Erfolgsfaktor? Eine Fallstudie am Beispiel der Stadt Kaiserslautern und des 1. FCK.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Fallstudien (F) (12-060)
Roos Christian (M.A.)	Social Media-Kommunikation im Strategischen Krisenmanagement. Kommunikative Online-Dialogstrategien von Unternehmen im Streikfall am Beispiel Facebook – ein inhaltsanalytischer Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online-PR (OPR) (16-138)
Rößler Carolin Luise (M.A.)	Das Verhältnis von Innovationskommunikation, Forschungskommunikation und Wissenschaftskommunikation. Grundlegung eines integrativen Bezugsrahmens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Theorie (PR-T) (12-076)
Roßdeutscher Thomas (Magister)	Schweigen in der PR. Analytische Bestandsaufnahme und eine Expertenbefragung zum Phänomen Schweigen in der Pressearbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmens-Kommunikation (UK) (12-65)
Roters Gunnar (Magister)	Medien und die türkische Bevölkerung von Berlin (West). Eine repräsentative Studie zur Mediennutzung. (2 Bde.)	Freie Universität Berlin	o.J.	
Roth Alexander (Magister)	Werben mit der Wende – Wirtschaftskommunikation zur deutschen Einheit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Werbung (W) (12-076)
Rothe, Fabiola (M.A.)	Institutionalisiertes Change-Management und seine Potenziale für die Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Unternehmenskommunikation (UK)
Röttger Ulrike (Dissertation)	Public Relations - Organisation und Profession. Empirische Befunde und theoretische Ansätze zur Öffentlichkeitsarbeit im organisationalen Kontext.	Universität Zürich	1999	

	Das Verhältnis zwischen Journalismus und Presse und Öffentlichkeitsarbeit - Eine Input-Output-Analyse am Beispiel der „ImmobilienMesse“ der Leipziger Messe GmbH vor dem Hintergrund des	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002		(03-022)
Röwer Katja (Magister)	„Intereffikationsmodells“.				
Romppel Jana (M.A.)	Corporate Heritage in der CSR-Kommunikation von Unternehmen. Die Kommunikation des historischen Unternehmenserbes als Einflussfaktor auf die Glaubwürdigkeit. Investor Relations. Die Pflege der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	CSR-Kommunikation (CSR)	(17-129)
Rüscher Gesa (Diplom) (Oeckl)	Finanz- und Meinungsmarktes von Aktiengesellschaften unter besonderer Berücksichtigung der Finanzwerbung mittels Anzeigen. Dialog der Premiumklasse? Eine empirische Analyse dialogorientierter Kommunikation von	Hochschule der Künste Berlin	1992	Investor Relations (IR); Werbung (W)	
Ruf Theresa (M.A.)	Premiumautomobilkonzernen mit jungen Zielgruppen auf Instagram. Konzeption für das Kultur- und Informationszentrum der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-115)
Ruge Hildegund	tschechischen und slowakischen Föderativen Republik in Berlin. 200 Jahre Völkerschlacht / 100 Jahre Völkerschlachtdenkmal. Ein	Berlin	1992	Konzeption (K)	
Rühle Roman (B.A.)	Kommunikationskonzept zum Doppeljubiläum 2013 für die Stadt Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Regionale PR (RPR); Konzeption (K)	
Rühle Roman (M.A.)	Litigation-PR. Funktion, Selbstverständnis und Berufspraxis in Deutschland. Mitarbeiterkommunikation und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Litigation-PR (LPR)	(12-077)
Rupp Mark P. (Magister)	Corporate Identity: Möglichkeiten und Grenzen. Das Fallbeispiel der Johnson Controls Headliner GmbH. Issues Management als Verfahren der Public Relations: eine Analyse verschiedener Forschungsansätze unter besonderer Beachtung der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	(05-031)
Rutsch Daniela (Magister)	Implementierung von Issues Management in deutschen Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Issue Management (IM)	(00-16)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Sack Sebastian (B.A.)	Virale Bewegtbildkommunikation auf Social-Media-Plattformen: Die Wirkung wahrgenommener Persuasionsabsicht. Funktion, Inhalt und Methoden der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017		(17-087)	
Sadowski Lisa (Diplom)	staatlichen Öffentlichkeitsarbeit im Ministerium für Land-, Forst- und Nahrungsgüterwirtschaft	Karl-Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1974		(74-127)	
Saehrendt Michaela (Magister) (Oeckl)	Selbstdarstellungsbroschüren. Eine linguistische Analyse dargestellt am Bsp. Der chemisch-pharmazeutischen Industrie und Energiewirtschaft. Storytelling in der Unternehmens-	Universität Münster, Philologische Fakultät	1998	Fallstudien (F)		
Sáfrány Zsófia (M.A.)	kommunikation bei Luxusbrands. Chancen und Grenzen der Brand Story in der Markenkommunikation. Corporate Social Responsiveness im Social Web. Theoretische Zugänge und empirische Befunde zur	Leipzig School of Media	2015	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Salewski Annemarie (M.A.)	Unternehmen in Deutschland mit ihren Stakeholdern im sozialen Netzwerk Facebook. PR und der Dialogcharakter. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online PR (OPR)	(16-87)	
Sand Assia (Oeckl)	Studie über den Zusammenhang von Dialogcharakter und gegenseitigem Verständnis.	Katholieke Universiteit Nijmegen	2004	Fallstudien (F)		
Sander Kirsten (Magister)	Die PR bei RTL – Analytische Beschreibung und Medienanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(99-33)	
Sasse Alexander (M.A.)	Interne Soziale Netzwerke in Non-Profit-Organisationen. Erfolgspotenziale und Implementierung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Non Profit (NP)	(18-157)	
Sasse Kathrin (Magister)	Interaktive PR. Die Internetpräsentation von PR-Agenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)		
Sassen Sabrina (M.A.)	Öffentliches Vertrauen. Eine Metastudie. Corporate Publishing im Wandel. Akzentverschiebung zu	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Öffentliches Vertrauen (ÖV)	(11-180)	
Sattler Fabian (M.A.)	beziehungsorientierten Pull-Kommunikation im Netz? Eine empirische Untersuchung journalistisch geprägter Online-Publikationen. Henne oder Ei? Richtlinien qualitative	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online PR (OPR); Unternehmens- kommunikation (UK)	(17-153)	
Schäbitz Til (B.A.)	360° -VR-Produktionen und wie diese die aktuelle Situation des Journalismus beeinflussen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	Online PR (OPR);	(20-014)	
Schade Sebastian (B.A.)	Issues Management und Issues Monitoring im Web 2.0. Neue Chancen, neue Risiken.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Issues Management (IM)		

Schaer Nadine (M.A.)	Die Rolle der Kommunikation im Betrieblichen Gesundheitsmanagement. Eine qualitative Untersuchung von Planung, Strategie und Organisation der Gesundheitskommunikation ausgewählter Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	2016 (UK)	(16-155)
Schaich, Annika Katharina (M.A.)	Visuelle Unternehmenskommunikation. Eine empirische Analyse von Inhalten und Darstellungsstrategien der umsatzstärksten Unternehmen und erfolgreichsten Start-ups aus Deutschland und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	2016 (UK)	(16-139)
Schaller Lars (Magister)	Verbandskommunikation in den neuen Bundesländern. Eine Analyse der externen Kommunikation ostdeutscher Unternehmerverbände.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien	2010 (F)	(10-114)
Schäfer Madlen (Magister)	Internationale Politische PR. Ein Vergleich zwischen Deutschland und Großbritannien am Beispiel Der Abteilung Ausland des BPA und des Information Department des FCO.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR); Politische Kommunikation	2001 (PoK)	(02-008)
Schaffranietz, Adrian (Magister) (Oeckl)	Internationale PR – Die Imagepflege des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung im Ausland am Beispiel Polen.	Universität Essen	Internationale PR (IPR)	2000	
Schaffranietz, Adrian (Dissertation)	Internationale politische Öffentlichkeitsarbeit und Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik – Eine analytische Bestandsaufnahme und empirische Studie der Kommunikationsmaßnahmen des Besucherprogramms der deutschen Kulturmittlerorganisation Goethe-Institut für politische Multiplikatoren.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	Internationale PR (IPR)	2009	UBL: 01H-2010-106
Schatz Nadja (B.A.)	Das PR-Volontariat in Agenturen am Beispiel der neuen Bundesländer und Berlin.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	2013 (UK)	
Scheibe Frank (B.A.)	Wachsende Vielfalt – Vielfalt in Gefahr. Entwicklung eines geschlossenen TV-Empfängergerätemarktes im Zuge der Digitalisierung, seine möglichen Auswirkungen und die kommunikative Gegensteuerung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation (UK); Konzeption	2009 (K)	
Schepers Tanja (Magister)	Imagegestaltung zwischen Werbung und PR. Zur Entwicklungsgeschichte der Anzeigenkampagne am Beispiel der Henkel KgaA.	Ruhr Universität Bochum	Fallstudien	2001 (F)	

Scherhauser Jonas (M.A.)	Instrumente der Marketingkommunikation zur Integration der Kunden in den Innovationsprozess von Automobilzulieferern - Eine empirische Analyse der phasen-spezifischen Informations- und Kommunikationsbedürfnisse der Robert Bosch GmbH im Bereich Mobility Solutions.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 (W)	Unternehmenskommunikation (UK); Werbung (17-155)
Scherz Erika (Diplom)	Marketing und Public Relations. Eine Analyse ihrer Gemeinsamkeiten, Beziehungsstrukturen, Abgrenzungs-, Problem- und Kooperationsbereiche sowie ihrer zukünftigen Entwicklungstrends.	Universität Salzburg	1989	
Scheiderer Claudia (Diplom)	Die Wirtschaftsberichterstattung über vier deutsche Automobilunternehmen. Eine Evaluation der Pressemitteilungen von Audi, BMW, Daimler Chrysler und Volkswagen.	Katholische Universität Eichstätt	2000 (F)	Fallstudien
Scheithauer Mathias (M.A.)	Corporate Events in der Innovationskommunikation. Einsatz und Bedeutung interner Innovationsveranstaltungen an einer Fallstudie der Bayer AG und qualitativen Befragung deutscher Großkonzerne mit Innovations Schwerpunkt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Wissenschafts- und Innovationskommunikation (WIK); Fallstudien (F)
Schelten-Peterssen, Constanze (B.A.)	Kompetenzen für die Social-Media-Kommunikation. Eine Analyse der Inhalte von Qualifikationsangeboten für Kommunikationsverantwortliche in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online PR (OPR)
Schelten-Peterssen, Constanze (M.A.)	Spezifika und Herausforderungen der Startup-Kommunikation. Literaturbestandsaufnahme und Experteninterviews zur Entwicklung eines konzeptionellen Bezugsrahmens. (2 Bde.) Interviewband nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Start-Up-Kommunikation (15-099a)
Scheunert Vera (M.A.)	Natural Language Processing in Communication Management: Exploring the Opportunities of NLP Technologies based on Artificial Intelligence.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-116)
Schikowski Sarah (B.A.)	Mikro-Influencer im deutschen Kinder- und Jugendbuchbereich. Wie sie arbeiten und welche Einflüsse auf sie einwirken.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-075)
Schilling Susan (Magister)	Die Öffentlichkeitsarbeit von Nationalparks in Deutschland. Eine vergleichende Analyse der PR-Tätigkeit im umweltspezifischen Kontext. Bühne Bundespressekonferenz – Politische Inszenierung in der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 (F)	Fallstudien (00-063)
Schindler Eva (Diplom) (Oeckl)	Mediendemokratie. Eine Analyse der politischen Öffentlichkeitsarbeit in Deutschlands berühmtester Pressekonferenz.	Universität Passau, Lehrstuhl für Politikwissenschaft	2004 (PoK)	Politische Kommunikation

Schirmacher, Mandy (Magister)	Die Kommunikation von Corporate Governance als Aufgabe der Investor Relations. Quantitative Inhaltsanalyse der Kommunikation von Corporate Governance auf den Internetseiten deutscher börsennotierter Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 (F)	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien	(05-018)
Schleier Astrid (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit und Wirtschaftsförderung. Eine Fallstudie am Beispiel des Business and Innovation Centre Nordthüringen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996 (F)	Fallstudien	(96-037)
Schlenz Julia S. (Diplom)	Der Einfluss von Macht auf den Grad der Adaptionsleistung der Systeme Public Relations und Journalismus. Ein Modifikations-vorschlag des Intereffikations-Modells am Beispiel der Formel 1.	Universität Wien, Institut für Publizistik und KMW	2002	Theorie (PR-T); Fallstudien (F)	
Schließmann, Andreas (Diplom)	Eine Frage der Transparenz? Eine berufsethische Betrachtung von Medienpartnerschaften am Beispiel der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft.	Hochschule Darmstadt	2008 (F)	Fallstudien	
Schmeißer Lena (B.A.)	Durch parasoziale Interaktionen und Beziehungen zum "erfolgreichsten Podcast Europas"? - Eine qualitative Analyse leitfadengestützter Interviews mit potentiellen und tatsächlichen Nutzern des Podcasts Gemischtes Hack.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-042)
Schmidt Alice (Magister)	Auf der Suche nach dialogorientierter Öffentlichkeitsarbeit. Deutsche Lebensmittel-unternehmen im Umgang mit kritischen Anspruchsgruppen. Angriffskampagnen aktivistischer Stakeholder. Eine Mehrmethodenstudie zum Krisenpotenzial aktivistischer Stakeholder (Non-Profit)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 (IM)	Issues Management	(07-061)
Schmidt Ann-Katrin (M.A.)	im Hinblick auf die Krisenkommunikation von Unternehmen. Unternehmenskommunikation in der Jackentasche: Corporate mobile Apps in Deutschland. Eine empirische Bestandsaufnahme der App-gestützten Kommunikation der DAX-30-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Non Profit (NP)	(17-130)
Schmidt Christian (M.A.)	Die Öffentlichkeitsarbeit von Ministerien. Eine Bestandsaufnahme am Beispiel des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung.	Leipzig School of Media	2015 (UK)	Unternehmenskommunikation	
Schmidt Dana (Magister)	Die Kommunikation des Aufsichtsrats: Inhaltsanalyse der Aufsichtsratsberichte der DAX30-Unternehmen in Hinblick auf glaubwürdige und vertrauensfördernde Stilmittel.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 (F)	Fallstudien	
Schmidt Elisabeth (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(18-059)

Schmidt Fabian (M.A.)	Leitbilder und Imagefilme in der Unternehmenskommunikation. Eine Inhaltsanalyse der Bewegtbildkommunikation von DAX-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmenskommunikation (UK)	
Schmidt Frank-Michael (Magister)	Werbung zwischen Manipulation und Entertainment.	Freie Universität Berlin	1989	Werbung (W)	
Schmidt Ingolf (Diplom)	Public Relations bei Banken. Eine Fallstudie am Beispiel Der Commerzbank AG in den neuen Bundesländern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	Fallstudien (F)	
Schmidt Manuela (Magister)	Kommunale Öffentlichkeitsarbeit im Vergleich. Darstellung und Analyse der städtischen Öffentlichkeitsarbeit in Torgau und Sindelfingen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Regionale PR (RPR)	
Schmidt Mario (M.A.)	Kommunales Corporate Publishing. Das SOLL-Image der Kleinstadt Jüterborg und seine verbal-thematische Darstellung in Publikationen. Eine Image- und Inhaltsanalyse.	Leipzig School of Media	2013	Image (I)	
Schmidt Marion (Magister)	Das Internet als PR-Instrument mittelständischer Unternehmen in Sachsen. Bestandsaufnahme und Fallbeispiele.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)	(02-033)
Schmidt Michael (B.A.)	Der VW-Abgasskandal in den Printmedien - Eine inhaltsanalytische Auswertung interdependenter Framingprozesse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016		
Schmidt Rainer (Magister)	Selbstverpflichtungserklärungen als PR-Instrument von Unternehmen – Literaturbestandsaufnahme und Fallbeispiele.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Ethik (E)	
Schmidt-Christina (Magister)	Das Verhältnis von Journalismus und PR im Bereich Rundfunk. Eine Analyse am Beispiel von Jump (MDR). Die Bedeutung des Kommunikationsinstruments „Stadtzeitschrift“ für	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Journalismus/PR (J/PR)	
Schmidtke Anett (Magister)	die Imagegenerierung von Städten und die Positionierung einer Stadt als Marke.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Regionale PR (RPR); Image (I)	12-066 a +b)
Schmidtke Reimar (Magister)	Die Interdependenzen zwischen PR und Journalismus. Eine kombinierte Medienresonanz-, Input-Output-Analyse am Beispiel des Mittel-deutschen Rundfunk. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Journalismus/PR (J/PR)	(03-029 a+b)
Schmidtsebastian	Interessenvertretung und Lobbyismus für die regionale Wirtschaft. Die Arbeit der Industrie- und Handelskammer im Spannungsfeld von Korporatismus und Einzelvertretung Corporate Reporting – Potenziale für das Kommunikationsmanagement.	Universität Leipzig, Lehrstuhl für Politikwissenschaft	2009	Lobbying (L); Regionale PR (RPR)	
Schmiech, Yannick (M.A.)	Framework und Fallbeispiele zur Integration der Unternehmensberichterstattung	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-066)

	Innovationskommunikation als Grundlage für die erfolgreiche Positionierung von Branchen-clustern.				
Schmiedgen Peter (M.A.)	Konzeptionelle Grundlagen und empirische Untersuchung am Beispiel von Silicon Saxony. PR-Kampagnen für Kinder und Jugendliche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 2011 (RPR)	(11-191)	
Schmigalle Petra (Magister)	Literaturbestandsaufnahme und eine Analyse von drei Beispielkampagnen. E-Government in Deutschland –	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen 2009 (PR-K)		
Schneider Anne (Magister)	Dialogorientierte Öffentlichkeitsarbeit von deutschen Kommunen mit Hilfe des Internet.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 2004 (RPR)	(04-073)	
Schneider Annett (Magister)	Kommunale Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Leipzig. Eine Input/Output-Analyse am Beispiel von Pressekonferenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 1998 (RPR)	(99-024)	nur Anhang vorhanden
Schneider Carina (B.A.)	Sharing Economy: Chance oder Gefahr für den Arbeitnehmer?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(17-044)	
Schneider Claudia (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit als Mittel der Interessendurchsetzung. Internationale Kommunikation deutscher Unternehmen und ihre lokale Kommunikationsfunktion in Russland: Strategische Ausrichtung und Exzellenz der Kommunikations-einheiten vor Ort. Einfluss der Rahmenbedingungen.	Universität Augsburg	1993		
Schneider Kira (M.A.)	Status quo am Beispiel der ausgewählten Branchen. Unternehmenskommunikation und Polyphonie – Interdisziplinäre	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR) 2017		
Schneider Lena (M.A.)	Grundlagen und konzeptionelle Perspektiven.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation 2016 (UK)	(16-088)	
Schneider Michael (Magister)	Partizipation und Technik. Legitimationsoptionen für die Technologiepolitik. Trailer machen Quote. Analyse und Vergleich der Formate inner-	Leipzig, Lehrstuhl für Politikwissenschaft	Politische Kommunikation 2007 (PoK)		
Schneider Nicole (Magister) (Transfer)	programmlicher Eigenwerbung mit Trailern bei ARD, ZDF, RTL, PRO SIEBEN und ARTE. Start-up-Kommunikation auf Kickstarter. Eine Analyse der	Johannes Gutenberg-Universität Mainz Universität Leipzig, Lehrstuhl	1998		
Schnicke, Tyra (B.A.)	Gründerzentrierung in Start-ups bei Crowdfunding-Kampagnen. Verbandskommunikation im Gesundheitsbereich. Entwicklung und Kommunikation der deutschen	für Politikwissenschaft	Start-up Kommunikation 2019		
Schnitzler Heiko (Magister)	Vertragsärzteschaft unter besonderer Berücksichtigung der Kassenärztlichen Vereinigung Pfalz.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	(00-079)	
Schoder Claudia (Magister)	Feminisierung von Public Relations. Analyse und Ursachenforschung anhand einer Befragung von PR-Studierenden.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien 2004 (F); Ethik (E)		

Schödel Marcus- Christian (Magister)	Hofberichterstatter oder kritische Instanz? Der Umgang des öffentlich- rechtlichen Rundfunks mit PR- Informationen der Bundesregierung. Eine Medienresonanzanalyse am Beispiel des Nachrichtenradios MDR INFO. Unternehmenskultur als Erfolgs- faktor der Corporate Identity. Die	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 2011 (J/PR)	(11-166)
Schönborn Gregor (Disserta- tion)	Bedeutung der Unternehmenskultur für den ökonomischen Erfolg von Unternehmen und deren strate-gische Relevanz in der Corporate Identity. Die Relevanz von symmetrischer	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2012 (UK)	
Schön- brunn Ingo (Magister) (Oeckl)	Kommunikation und von Teilöffentlichkeiten im innerbetrieblichen Kommunikations- prozeß. Der Flughafen Dresden als Fallstudie. Kunstförderung als Instrument	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien 1999 (F)	(00-017)
Schönefeld Julia (Magister) (Oeckl)	innerhalb des Kommunikations- managements. Eine Fallstudie am Beispiel. Des Projekts, Kunst in der Leipziger Messe“. Analytische Bestandsaufnahme der	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien 1999 (F)	(00-018)
Schönherr Jenny (B.A.)	Berlin Magazin und Bleibgesund im Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation (UK); Fallstudien 2011 (F)	(11-108)
Scholz Juliane (M.A.)	A normative approach to the practice of public relations in the eastern part of Germany. Internationale Werbestrategien zwischen Standardisierung und Differenzierung. Analytische	University of Maryland	1998 PR-Historie (H)	
Schombel Kristin (Magister)	Bestandsaufnahme und inhalts- analytischer Vergleich von deutscher und US-amerikanischer Printwerbung. Mentoring als Instrument der Personalentwicklung in Kommunikationsagenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Werbung (W); 2005 Fallstudien (F)	
Schopf Stephanie Franziska (M.A.)	Theoretische Modellierung und empirische Bestandsaufnahme von Mentoring in Kommunikations- agenturen in Deutschland. (2 Bde.) Digital Public Affairs. Anwendungs- möglichkeiten und Erscheinungs- formen von Online-Kommunikation im	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen 2018 (PR-K)	(18-144 a+b)
Schott Jessica (M.A.)	Rahmen von Public Affairs-Aktivitäten von Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Online PR (OPR)	(15-117)
Schott- müller Veronika (M.A.)	Unternehmenskommunikation und B-to-B-Kommunikation. Analytische Grundlagen und Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für Interflex Datensysteme GmbH & Co. KG. Medienstandort Halle? Ein Kommu- nikationskonzept für das Mittel-	Leipzig School of Media	Unternehmens- kommunikation 2016 (UK)	
Schrader Janet (B.A.)	deutsche Multimediazentrum Halle.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	

Schramm Dana Melanie (M.A.) Schreiber Achim (Magister) (Transfer)	Social Media Newsrooms – Konzeptionelle Grundlagen und empirische Befunde in Deutschland, dem Vereinigten Königreich und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online PR (OPR)	(12-079)
Schreiber Selina (M.A.)	Business-TV als Instrument interner Kommunikation von Unternehmen. Fundraising-Kommunikation von Non-Profit-Organisationen im Social Web. Eine inhaltsanalytische Betrachtung des dialogischen Beziehungsaufbaus deutscher Non-Profit-Organisationen mit ihren Spendern bei Facebook.	Johannes Gutenberg-Universität Mainz	1998	Unternehmenskommunikation (UK)	
Schreiber Yvonne (Magister)	Corporate Identity und Images von Medienunternehmen. Eine Fallstudie am Beispiel des lokalen Fernsehprogramms Eilenburg-TV. Auffallen um jeden Preis? Die Kampagne des Unternehmens Benetton: gesellschaftliches Umfeld, normative Grundlagen, Kampagnenanalyse und qualitative Medienresonanzanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Image (I)	
Schreier Kerstin (Magister)	Das Intereffikationsmodell zum Verhältnis von Journalismus und PR unter den Bedingungen des medialen Wandels durch Online-Kommunikation. Eine theoretisch-analytische Untersuchung der Auswirkungen des Internets auf Induktionsleistungen. Social Media als Einflussfaktor auf die Geschäftsberichterstattung. Eine vergleichende Potenzialanalyse von Web-2.0-Anwendungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Konzeption (K)	(02-021)
Schrempel Nadine; Planitzer Julian (B.A.)	Terra incognita imaginis – Eine Expedition zum Bild. Beiträge zur Analyse des kulturellen Stellenwertes von Bildern. Familienunternehmen im Social Web. Status quo der Unternehmenskommunikation von deutschen Familienunternehmen im Social Web. Das Verhältnis von Journalismus und PR in der Politik. Eine Input-Output-Analyse am Beispiel der PDS Sachsen und CDU Sachsen während des sächsischen Landtags-wahlkampfes 2004.	Freie Universität Berlin	1991	Unternehmenskommunikation (UK); Online PR (OPR)	
Schreyer Carolin (B.A.) Schuck-Wersing, Petra (Dissertation)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Online PR (OPR)	(13-064)
Schüler Isabell (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Journalismus/PR (J/PR); Fallstudien (F)	(06-031)

Schultz Alexander (Magister)	Das Corporate Intranet als Instrument des internen Kommunikationsmanagements von Unternehmen. Bestandsaufnahme, Expertenbefragung und inhaltsanalytische Vergleichsstudie anhand ausgewählter Unternehmen des ÖPNV.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 (F)	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (06-010)
Schulz Sabine (Magister)	PR-Konzeption im Rahmen integrierter Kommunikation. Zuständigkeiten für Social Media in der Organisationskommunikation – Eine Untersuchung von	Universität Lüneburg	1999	Konzeption (K)
Schulze Stefanie (B.A.)	Kooperationsmodellen in Theorie und Praxis. Macht und Einfluss als Dimensionen der Unternehmenskommunikation. Eine Klärung des Verhältnisses von Macht,	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Online PR (OPR) (13-066)
Schumann Sandra (M.A.)	Einfluss und Unternehmenskommunikation durch soziologische Machtkonzepte. Vertrauen in der internen Organisationskommunikation des Universitätsklinikums Dresden. Eine empirische Untersuchung von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 (UK)	Unternehmenskommunikation (12-80)
Schurig Susann (Magister)	Vertrauen an Schnittstellen auf der horizontalen Ebene des Managements sowie deren Kommunikations- und Informationsprozesse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Regionale PR (RPR); Öffentliches Vertrauen (V)
Schuster Marie-Sophie (M.A.)	Vertrauen und Employee Engagement in der internen Kommunikation. Eine theoretische Modellierung und Entwicklung eines Instruments. Öffentlichkeitsarbeit und Einsatz werbetechnischer Mittel in Naturschutz und Landschaftspflege am Beispiel der Umsetzung eines Biotopverbundkonzeptes für die Niedermoor-Kernbereiche des	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-109)
Schwahn Matthias (Diplom)	westlichen Dachauer Mooses, sowie einige grundsätzliche Anmerkungen zu diesem Thema.	Fachhochschule Freising/Weihenstephan	1993 (NP)	Fallstudien (F); Non Profit (NP)
Schwarz Bettina (Magister) (Oeckl)	Das Image der Unternehmen Hoechst AG und Bayer AG. Eine textlinguistische Analyse ihrer französischsprachigen Anzeigen. Zwischen Standardisierung und Differenzierung. Die Organisation	Freie Universität Berlin	1999	Image (I)
Schwarz Clara (Magister)	internationaler Unternehmenskommunikation am Fallbeispiel COMPAREX. Ein Kommunikationskonzept für das	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 (UK)	Unternehmenskommunikation
Schwarz Clara (B.A.)	Independent- Label Ahornfelder unter Berücksichtigung von Guerilla-Maßnahmen. PR für kleine Budgets.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K) (09-026)

Schwarze, Birgit;					
Tucholski-Schmidt, Susanne;	Weimar, Wiege der Klassik, im Blickpunkt moderner Public Relations.				
Wolf, Hartmut	Eine PR-Konzeption für die Entwicklungsgesellschaft Weimar mbH.	Dt. Angestellten Akad. Gelsenkirchen	1991	Konzeption (K) Online PR (OPR); Unternehmenskommunikation	
Schwede Katrin (B.A.)	Mikro-Blogging als Instrument der Unternehmenskommunikation. Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	(UK) Fallstudien	
Schweier Rebecca (M.A.)	„Greenwashing“ – Phänomen der PR-Kritik. Analytische Bestandsaufnahme und Fallstudien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	(F); Theorie (PR-T)	(12-011)
Seele Nicola (B.A.)	Die Macht der Bilder- Wie Risiko im Fernsehen sichtbar wird, am Beispiel Fracking.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		
Seeling Stefan (Dissertation)	Organisierte Interessen und öffentliche Kommunikation. Eine Analyse ihrer Beziehungen im deutschen Kaiserreich (1871 – 1914).	Otto-Friedrich Universität Bamberg	1994	PR-Historie (H)	UBL: AP 23210 S452
Seete Maik (M.A.)	Das Intereffikationsmodell unter dem Einfluss des Social Web. Analyse und Weiterentwicklung am Beispiel der Automobilherstellerbranche. Anhang nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Journalismus/PR (J/PR); Online PR (OPR)	(13-082 a)
Seidel Udo	Leipzig im Keller – Kommunikationsreihe in Auerbachs Keller. Im Mittelpunkt: der Mittelstand. Das Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus im Kontext von Variablen – Darstellung, Modellentwicklung und Studie zur Wirkung ausgewählter Variablen in	Leipzig	1993	Konzeption (K)	
Seidenglanz René (Magister)	einzelnen Dimensionen bzw. Bereichen auf Basis eines Intereffikations-Variablen-Modells.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Journalismus/PR (J/PR)	(03-025)
Seidl Vanessa (Magister)	Das Image einer Stadt und dessen Einfluss auf den Städtetourismus im Vergleich von vier Großstädten in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Image (I)	(04-015)
Seifert Alexander (Magister)	Interne Unternehmenskommunikation in der Siemens AG. Eine Untersuchung am Beispiel der Abteilung I&S IS SC NO LPZ.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmenskommunikation (UK)	(05-026)
Seifert Kristina (Magister)	Der Mitarbeiter im Mittelpunkt der internen PR. Eine Untersuchung der Mitarbeiterkommunikation der Elf Oil Deutschland GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)	(00-066)
Seiffert Jens (Magister)	PR-Forschung zwischen Theorie und Praxis – Analyse einer Beziehung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Theorie (PR-T)	(08-010)
Seiffert Jens (Dissertation)	Vertrauen in der Mediengesellschaft. Eine theoretische und empirische Analyse.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2013	Öffentliches Vertrauen (ÖV)	UBL: E-Book

Seitz Gabriele (Diplom.)	Die Wahlwerbespots im Bundestagswahlkampf 1990. Interpretative Analyse und Rezeption: Zur Politik im Fernsehzeitalter	Universität Bamberg, Institut für Germanistik	1993	
Senft, Isa (M.A.)	Akzeptanzkommunikation für smarte Nobilität: Eine Befragung zur Identifikation von Einflussfaktoren und Moderatoren der Akzeptanz smarter Mobilität in deutschen Großstädten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-059)
Senger Ines (Magister)	Social Software als Instrument der Wissenskommunikation. Chancen und Risiken für die interne Wissensgenerierung und den Wissensaustausch durch die Einführung eines Wikis und Weblogs bei ABB.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 (UK)	Unternehmenskommunikation Interne Unternehmenskommunikation (09-058)
Serbe Diana (B.A.)	Mitarbeiter im Internetzeitalter am Beispiel der Mineralölbranche. Unternehmenskommunikation aus Perspektive der Unternehmensführung. Wissen, Erfahrungen und Erwartungen von Vorständen und Geschäftsführern deutscher Unternehmen zur strategischen Kommunikation mit Stakeholdern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 (IUK)	Unternehmenskommunikation (13-084)
Sherzada Mushda (M.A.)	Ratings zur Qualitätsbewertung der Finanzkommunikation: Grundlagen, Bestandsaufnahme und ein weltweiter Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Investor Relations (IR)
Shoukry Metry, Bahi George (M.A.)	Public Relations in the Arab World. The Case of Corporate PR in Multinational and Local Companies in Egypt. A qualitative study. Investor Relations 2.0 und Dialog. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Finanzkommunikation von Intel, Cisco, Microsoft, BASF, SAP und der Deutschen Telekom.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Internationale PR (IPR) (14-007)
Sichlinger Judith (B.A.)	Chatbots in der Kundenkommunikation. Eine qualitative Analyse leitfadengestützter Experteninterviews zu Chancen und Risiken des Einsatzes textbasierter Dialogsysteme als Instrument der Kundenbindung auf Whats-App.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	Investor Relations (IR) (20-043)
Siegel Caroline (B.A.)	Organisation in der Kommunikation: eine Literaturstudie und kritische Reflexion von Konzepten zur Struktur von Kommunikationsabteilungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Theorie (PR-T)
Siegel Kristin (M.A.)	Strategische Kommunikation von Mediatoren für zivilgesellschaftliche Akzeptanz von Verhandlungen zwischen Staaten im Konflikt. Konzeption eines Forschungsrahmens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	(15-118)

Siegmund Eva (Magister)	Bewegtbildkommunikation in der Online-Medienarbeit der HDAX- Unternehmen: Konzeptionelle Grundlagen und empirische Untersuchung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online PR (OPR); 2012 Konzeption (K)	
Silberhorn Daniel (Oeckl)	Defining CSR in Germany and the UK. A corporate perspective on notion, rationale and influences.	Manchester Metropolitan Univ.	Theorie (PR-T); 2005 Fallstudien (F)	
Simmel- bauer EvaMaria (Magister) (Oeckl)	Frauenpower oder Männerdomäne? Zur Situation von Frauen und Männern im Berufsfeld Public Relations. Eine Befragung von PR-ExpertInnen in Deutschland. Die Zukunft der Public Relations aus der Sicht angehender Young Professionals. Ein empirischer Vergleich	Ludwig-Maximilians- Universität München	Fallstudien 2002 (F)	
Simon Katharina (M.A.)	der Einschätzungen von Kommunikationsmanagern und Studierenden in Europa.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR) 2012	(12-078)
Simon Ulrich (Magister)	Probleme der Öffentlichkeitsarbeit im medizinischen Sektor. Eine Fallstudie zur Spendermotivation am Bsp. Der Blutspende am Institut für Klinische Immunologie und Transfusionsmedizin der Universität Leipzig. Public Relations von Schulen. Öffentlichkeitsarbeit als Erfolgsfaktor schulischer Selbstdarstellung. Zur Notwendigkeit der Selbstdarstellung öffentlicher Schulen und zu den Rahmenbedingungen professioneller	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien 1999 (F)	(02-035)
Skala Silke (Diplom) (Oeckl)	Öffentlichkeitsarbeit im Feld Schule ausgehend von den diesbezüglichen Gegebenheiten allgemein in Wirtschaft und Gesellschaft. Wenn man vom Wolfe spricht.	FH für Technik und Wirtschaft Berlin	2005 Non Profit (NP)	
Skawinska Izabela Anna (B.A.)	Konzeptionelle Überlegung für den Artenschutz am Beispiel von Wolfschutzkampagnen. Das Verhältnis von Public Relations und Journalismus – am Beispiel der	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen 2007 (PR-K)	(07-124)
Slakova Maria (B.A.) Smetanin Anja (Magister)	Nonprofit-Organisation Ärzte ohne Grenzen. Die Öffentlichkeitsarbeit von leistungsorientierten Sportvereinen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 2013 (J/PR) 2001	
Smirek Katja (Magister) (Oeckl)	Politische Kommunikation und öffentliches Vertrauen. Der Fall Biedenkopf 2001. (Rekonstruktion und Inhaltsanalyse).	Universität Leipzig, Institut für KMW	Theorie (PR-T); 2006 Fallstudien (F)	(06-026)
Sommer Christian (Magister) (Oeckl)	Im Brennpunkt der Öffentlichkeit: Florian Gersters Vertrauens-problem. Eine Fallstudie zur Berateraffäre 2003/2004.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Theorie (PR-T); 2005 Fallstudien (F)	(05-056)
Sommer Vivienne (M.A.)	Die Genese des Privaten im Digitalkapitalismus.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	

Sorgau Klaus-Peter (Magister) Spanier	Die Leipziger PR-Branche. Eine aktuelle Bestandsaufnahme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien 1997 (F)	(98-070)
Bernd (Magister) Spengler	Media and Politics in the UK. Who are the real Spin Doctors?	Universität Mainz	2002 (PoK)	
Patrick (Magister)	Politische Kommunikation und Lüge. Theoretisch-analytische Grundlagen und eine Fallstudie (Andrea Ypsilanti).	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien (F); Öffentliches Vertrauen (V)	(10-116)
Spitzer Jasmin (M.A.)	Visuelle Online-Kommunikation in der Politik. Eine bildinhalts-analytische Untersuchung des Inszenierung ausgewählter Regierungschefs auf Instagram.	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	Politische Kommunikation (PoK); Online- Kommunikation	(18-159)
Sponholz Liriam (Dissertatio n)	Objektivität im Journalismus. Begriffe und Praxis in Brasilien und Deutschland.		Internationale PR (IPR)	UBL:01H- 2008-210
Sporis Ecaterina (B.A.)	Historische Entwicklung der Instrumente zur Mitarbeiter-kommunikation im deutsch-sprachigen Raum. Darstellung des Diskurses im Praxis-Journal „PR-MAGAZIN“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Interne Unternehmens- Kommunikation	2017 (IUK)
Sprink Henrik (Magister)	Integriertes Kommunikation-smanagement als Erfolgsfaktor für MarkenPR? Literaturbestands-aufnahme und Analyse von Beispielen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation	2008 (UK) (08-027)
Staack Lilli Charlotte (M.A.)	Kommunikation von Innovation in der deutschen Versicherungs-wirtschaft. Eine empirische Untersuchung von Strategie und Umsetzung entlang des Innovationsprozesses.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Wissenschafts- und Innovations- Kommunikaton	2018 (WIK) (18-146)
Stalder Simona (M.A.)	Der Einsatz von Social Media in der Öffentlichkeitsarbeit von Schweizer Hochschulen – Motive, Risiken, Erfahrungswerte.	Leipzig School of Media	2012 Online PR (OPR)	
Steglich Laura (B.A.)	Chatbots in der Unternehmens-kommunikation - Eine Analyse von möglichen Anwendungsmöglichkeiten in der internen Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-081)
Stehfest Antje (Magister)	Interne Kommunikation der Deutschen Bahn AG. Eine empirisch ausgerichtete Fallstudie zum Geschäftsbereich Netz, Niederlassung Südost.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien 1997 (F)	(98-017)
Steigertahl Lorena (M.A.)	Nachhaltigkeitskommunikation im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland. Eine empirische Untersuchung der Nachhaltigkeits-kommunikation und der darin integrierten Vertrauensfaktoren auf Websites deutscher Lebensmitteleinzelhändler.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Öffentliches Vertrauen (ÖV)	(18-147)

Steinmann Magdalena- Tabea A. (B.A.)	Die Kommunikation nachhaltiger Startups auf Instagram. Eine qualitative Inhaltsanalyse ausgewählter Profile. Die Berufschancen von Absolventen mit Schwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit/PR an der Universität Leipzig vor dem Hintergrund der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-100)
Stelzner Karen (Magister)	Professionalisierung des Berufsfeldes. Politische Desinformation und die Verbreitung von Falschmeldungen mittels Social Bots in sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter. Eine Untersuchung der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007		(07-098)
Stephan Erik (B.A.)	reichweitenstärksten deutschen Online-Angebote.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-090)
Sterzinsky Frank (Magister)	Die Kampagne „Leipzig kommt!“ Kritische Bestandsaufnahme und Entwicklung neuer Perspektiven. Event-PR als PR-Instrument für öffentlich-rechtliche Rundfunk-	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Kampagnen (PR-K)	(00-019)
Steuere Cornelia (Magister)	anstalten. Eine Fallstudie am Beispiel des ARD-Kinderfestes 1997, organisiert vom Mitteldeutschen Rundfunk. Der Einfluss von Corporate Storytelling auf die Wahrnehmung des Image von Unternehmen – Eine empirische	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(99-007)
Stephan- Odenthal, Anna (M.A.)	Untersuchung am Fallbeispiel eines fiktiven Unternehmens aus der Pharmabranche Urbane Mobilität der Zukunft. Empirische Befunde zum Status quo und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-068)
Steuer Maxime (M.A.)	der Rolle der Innovationskommunikation für die interaktive Wertschöpfung deutscher Automobilhersteller.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Wissenschafts- und Innovations- Kommunikation (WIK)	(18-097)
Stöcker Katja (Magister)	Der Internet Press Room als Schnittstelle zwischen PR und Journalismus. Eine Untersuchung von Internet Press Rooms der am deutschen Markt aktiven Mobiltelefon-Hersteller . PR-Akteure, journalistische Akteure und ihre Beziehungen in der externen	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig, Fakultät für	2003	Online PR (OPR; Fallstudien (F))	(04-051)
Stockfisch Christina (Dissertation)	Gewerkschafts-kommunikation. Eine Analyse des Spannungsfeldes zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus auf Basis des Intereffikationsmodells. Perspektiven für den Einsatz von	Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	2004	Journalismus/PR (J/PR)	UBL: 01H- 2005-604
Stolenow Sascha (M.A.)	Corporate TV im Rahmen eines integrierten Kommunikationsmanagements der Bundeswehr.	Donau-Universität Krems	2006	Konzeption (K) Internationale PR (IPR); Politische Kommunikation	
Stopp Susanne (Magister)	Wahlkampfkommunikation in Deutschland und Frankreich. Eine vergleichende Analyse der TV-Duelle von 2005 und 2007.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	(PoK)	

Straka Yvonne (B.A.) Strauch	Kommunale Publikationstätigkeit einer Stadt gegenüber dem Bürger und auswärtigen Adressaten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Politische Kommunikation 2010 (PoK)	
Katrin (Magister)	Sächsische Kommunen im Internet. Bestandsaufnahme und Fallstudien. Investor Relations und Social Media: Benchmark-Studie zur Finanzkommunikation von	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien 1999 (F)	
Strejcek Sindy (B.A.)	Aktiengesellschaften auf YouTube, Twitter, Facebook und SlideShare. Sportsponsoring als Teil der Unter- nehmenskommunikation. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR)	(11-113)
Strenger Annett (Magister)	Befragung von Sponsoren des deutschen Profi-Radsports sowie Fallstudien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Sponsoring (S)	
Strobel Chiara- Isabelle (M.A.)	Die Rollen von Kommunikations- verantwortlichen in Organisationen. Eine interdisziplinäre, systematische Übersichtarbeit zur Rollenforschung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2017 (UK)	(17-069)
Strunz Robert (Magister)	Das Kommunikationskonzept als Grundlage strategischer Zielgruppensicherung und -erweiterung am Beispiel des Reader's Digest. Investor Relations als Teilfeld der PR. Eine Literaturlaufnahme und ein empirischer Vergleich der Investor Relations börsennotierter Unter- nehmen des Deutschen Aktienindex und des Neuen Marktes.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 Konzeption (K)	(04-106)
Struve Simone (Magister)	Theorie und Praxis verständigungs- orientierter Öffentlichkeitsarbeit. Überlegungen über einen möglichen	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR)	(02-002)
Sturm Karin E. (Diplom)	Beitrag zur Lösung von Kommunikationsproblemen der österreichischen Psychiatrie. Die katholische Kirche im Social	Universität Salzburg	1993 Theorie (PR-T)	
Stützer Matthias (B.A.) Sudendorf	Web. Eine Analyse der öffentlichen Kommunikation der Diözesen auf Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Online PR (OPR)	
Malte (Magister) (Oeckl)	Marken-PR. Ein neues Arbeitsfeld. Literaturbestandsaufnahme und Analyse von Beispielen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Theorie (PR-T)	
Sulaiman Miriam (Master)	Vom Gatekeeper zum Newsguide – Chancen und Risiken journalistischer Social-Media-Aktivitäten. Public Relations öffentlicher Betriebe im Spannungsfeld zwischen Standortmarketing und Regional-PR.	Leipzig School of Media	Journalismus/PR 2010 (J/PR)	
Sziburies Ina (Magister)	Eine Fallstudie am Beispiel der Landesentwicklungs-gesellschaft Thüringen mbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 1998 (RPR)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Tänzler Heike (Magister)	Die Presse- und Werbearbeit des Leipziger Pressamtes zur Zeit der Weimarer Republik. Ist Krisenkommunikation	Universität Leipzig, Historisches Seminar	1997	PR-Historie (H)		
Tasyürek Catharina Nalan (M.A.)	Chefsache? Die Wirkung der CEO- Positionierung in vermeidbaren Krisen: Ein Experiment. Rolle von Framing bei Covid-19- Desinformation in sozialen Medien. Eine qualitative Inhaltsanalyse der Funktionen statischer Bilder für die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Krisen-PR (KPR)	(16-093)	
Taute Vivianne (B.A.)	Frames in deutschsprachiger Des- und Misinformation zu Covid-19. Strategische Gründerpositionierung in der Investorenkommunikation von Start-ups. Eine empirische	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-092)	
Tengler, Katharina (M.A.)	Untersuchung der Gründerpositionierung als Teil der Equity Story von Start-ups. Nationenimages und internationale politische PR – Eine Fallstudie am	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Start-up Kommunikat	(19-139)	
Tepluchina Natalia (B.A.)	Beispiel des Russlandbildes in Deutschland. Politische Partizipation in geschlossenen digitalen Räumen. Eine qualitative Analyse der Formen und Nutzungsmotive junger Erwachsener	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Image (I)		
Tetzl, Milo Hannah (B.A.)	mit Fokus auf Facebook- und Chatgruppen. Öffentlichkeitsarbeit eines Industrieunternehmens in den neuen Bundesländern am Beispiel der KWO	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Mediennutzung	(19-120)	
Terp Steffi (Diplom)	Kabel GmbH Berlin. Dokumentation, Inhaltsanalyse & Bewertung. Herausforderung Ehrenamt: Die Verbandskommunikation mit ehrenamtlichen Mitgliedern als Herausforderung für das Kommunikationsmanagement von	Universität Leipzig, Institut für KMW	1995	Fallstudien (F)	(95-033)	
Thein Anna-Maria (M.A.)	zivilgesellschaftlichen Verbänden. Eine analytische Bestandsaufnahme und konzeptionelle Überlegungen. Kultursponsoring als Kommunikationsinstrument. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014		(14-147)	
Theissen Caroline (Magister)	empirische Studie aus der Sicht von gesponserten Berliner Kulturinstitutionen. Influencer Marketing aus der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Sponsoring (S)	(02-026)	
Thelen Paulo Govinda (B.A.)	Perspektive der Rezipienten. Das Persuasionswissen jugendlicher Konsumenten. Sportsponsoring als Instrument für die Kommunikation mit Mitarbeitern und potenziellen Mitarbeitern. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Werbung (W)	(17-090)	
Thiele Florian (M.A.)	Befragung von Trikot-Sponsoren des deutschen Profi-Fußballs.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Sponsoring (S)	(15-062)	

Thiele Sebastian (Magister)	Die Rückgewinnung öffentlichen Vertrauens: Strategie, Maßnahmen und Erfolge. Analyse und Fallstudien. Strategische Kommunikation oder unreflektiertes Zweckbündnis? – Das	Universität Leipzig, Institut für KMW	Öffentliches Vertrauen (V)	2011	(11-178)
Thießen Ansgar (Diplom)	Verhältnis zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus in Krisen. Qualität der Kommunikationsberatung. Konzeptionelle Grundlagen	Universität Ilmenau	Journalismus / PR (J/PR)	2007	
Thobe Susanne (M.A.)	und empirische Analyse des Selbstverständnisses deutscher PR-Agenturen. Profilsuche im Elfenbeinturm. Eine exemplarische Analyse zur aktuellen	Universität Leipzig, Institut für KMW	Image (I)	2013	(13-194)
Thole Ute (Magister)	Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit in Theorie und Praxis. Strategiekonzept zur Umsiedlung	Universität Münster, Philosophische Fakultät	Fallstudien (F)	1997	
Thomas Andrea (Magister)	einer Ortschaft unter dem Aspekt des Konfliktmanagements für die Lausitzer Braunkohle AG. Probleme der Krisenkommunikation. Der Krisenfall Copenrath & Wiese als Präzedenzfall für den	TU Dresden, Institut für Germanistik	Krisen-PR (KPR)	1999	
Thomas Ines Kristina (B.A.) (Oeckl)	vorsorgenden Verbraucherschutz – Analyse, Krisenhandbuch und Strategieempfehlungen. Krisen in der	Universität Leipzig, Institut für KMW	Krisen-PR (KPR)	2004	
Thomas Lea (M.A.)	Kapitalmarktkommunikation. Appelle an das Vertrauen der Financial Community zu Beginn der Covid-19-Pandemie. Nachhaltigkeitsberichterstattung von öffentlich-rechtlichen	Universität Leipzig, Institut für KMW		2021	(21-119)
Thormann Lena (B.A.)	Rundfunkanstalten. Inhaltsanalytische Untersuchung der Kommunikation von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu Corporate Social Responsibility und Public Value. Inhaltliche und formale Qualitätsaspekte von Firmenwebpages. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW		2018	(18-060)
Thormeier Katrin (Magister)	Analyse der Online-PR deutscher PR-Agenturen. Der CEO als Gesicht des Unternehmens. Personen als Teil des unternehmerischen Reputation Management. Eine empirische	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online-PR (OPR)	2003	(04-107)
Thurrow Kerstin (B.A.)	Untersuchung ausgewählter Fallbeispiele. Im Gerichtssaal der Öffentlichkeit. Litigation-PR bei juristischen Auseinandersetzungen. Analytische	Universität Leipzig, Institut für KMW	Image (I); Unternehmenskommunikation (UK)	2009	
Thurrow Kerstin (M.A.)	Bestandsaufnahme und die Fallstudie Zumwinkel. Jugendorientierte Öffentlichkeits-	Universität Leipzig, Institut für KMW	Litigation-PR (LPR)	2011	(12-043)
Tichatzky Heike (Diplom)	arbeit am Beispiel der IBM Deutschland GmbH.	Universität Bamberg	Fallstudien (F)	1992	

Tietze Manuel (M.A.)	Personalisierung in der Wissenschaftskommunikation auf YouTube. Eine Charakterisierung der audiovisuellen Online- Wissenschaftskommunikation von Wissenschaftsorganisationen und individuellen Akteur:innen in Bezug auf öffentliches Vertrauen und personale Darstellungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-022)
Tittmann Angelina (Magister)	Interdependenzen zwischen PR und Journalismus in der politischen Berichterstattung. Eine Input-Output- Analyse am Beispiel der SPD zur Bundestagswahl 2005 auf Basis des Intereffikationsmodells.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 (F)	Politische Kommunikation (PoK); Fallstudien	(09-061)
Toback Verena (Diplom)	Öffentlichkeitsarbeit mittel- ständischer Wirtschafts-unternehmen in den neuen Bundesländern. Eine Situationsanalyse. (2 Bde.)	Hochschule der Künste Berlin	1995	Fallstudien (F)	
Tolkamp, Niklas (M.A.)	CEO-Kommunikation von Start-ups – Wie Geschäftsführer von jungen Unternehmen ihre Kommunikation gestalten	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-070)
Torkornoo Sarah (B.A.)	Vorbilder für die Karriereplanung im Berufsfeld Kommunikationsmanagement/Public Relations. Der berufliche Einfluss von Vorbildern auf die „Generation Y“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Image (I)	(14-026)
Träder Sarah (B.A.)	Kundenzeitschriften in der Energiebranche – Grundlagen und empirische Analyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	(UK)	(12-061)
Traubel Theresa (Magister)	Marken- und Produktkommunika- tion im Spannungsfeld eigen- und fremdinitiiert Videos auf YouTube. Impression Management auf Tinder. Eine Analyse ausgewählter Profilbilder	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Werbung (W)	
Trautzsch Isabel (B.A.)	unter dem Aspekt der Selbstdarstellung. Pioniere der Public Relations in Deutschland. Die Praktikertheorien von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017		(17-091)
Traykova Elena (Magister)	Carl Hundhausen und Albert Oeckl und ihre Rezeption im PR-Berufsfeld und in der Wissenschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	PR-Historie (H)	
Treu Frederike (Magister)	Vom „Advertisement“ zum Internet: Öffentlichkeitsarbeit von Verlagen vom 18. Jahrhundert bis heute.	Universität Bremen	2002	Fallstudien (F)	
Trinks Melanie (M.A.)	Work-Life-Balance im PR- Berufsfeld. Eine Untersuchung zu Stressfaktoren des Social Media Einsatzes in der externen Kommunikation und deren Auswirkungen auf Kommunikationsverantwortliche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Unternehmens- kommunikation (UK); Online-PR (OPR)	(18-150)
Troll, Holger; Schneider, Klaus; Steinhuber, Uwe	Wismut 2000? Eine PR-Konzeption für die Wismut AG.	PR-Akademie Wiesbaden	1991	Konzeption (K)	

Tropp Jörg (Habilitation)	Der Brand Management Navigator. Konzeption und Leitfaden des systemischen Markenmanagements. Arbeitsbelastungen in der Unter-	Martin-Luther- Universität	2002	Konzeption (K)	
Troppe Melanie (M.A.)	nehmenskommunikation. Formen, Einflussfaktoren und Möglichkeiten der Prävention.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens- kommunikation (UK)	(16-141)
Tropper Melanie (B.A.)	Corporate Media von Kommunen. Handlungsempfehlungen zur Umgestaltung des Leipziger Amtsblatt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Journalismus / PR (J/PR)	(14-097)
Truijens Ingola Katja (Magister)	Dialogorientierte Unternehmens- kommunikation. Schillernder Modebegriff oder richtungsweisendes Kommunikationskonzept? Eine kritische Auseinandersetzung.	Universität Münster	1998	Unternehmens- kommunikation (UK)	
Tschöke Anne (B.A.)	Negativberichterstattung in der politischen Kommunikation. Das Sündenbock-Potenzial von Mitgliedern der Bundesregierung im Jahr 2014. Images von Nationen. Die Rolle der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Politische Kommunikation (PoK)	
Tsocheva Tanja (Magister)	außenpolitischen ÖA bei der Präsentation und Imagebildung Bulgariens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Image (I) Unternehmens- kommunikation (UK); Online-PR	
Tunack Dörte (B.A.)	Social Media in der Unternehmens- kommunikation: Die Entwicklung eines Leitfadens einer Social-Media-Strategie für Unternehmen. Corporate Identity als Instrument der Unternehmensdarstellung – eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	(OPR) Unternehmens- kommunikation	(11-115)
Tusl, Sabine	Kritik		2000	(UK)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Uhlig Mathias (B.A.)	Integrierte Kommunikation: Vision oder Wirklichkeit? Das Fallbeispiel Lufthansa Cargo AG. Vertrauen in der Influencer Kommunikation. Eine empirische Analyse zur Vertrauens-zuschreibung	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)		
Ulrich Romy-Marie (M.A.)	von Rezipienten in Social Media Influencer aus dem Bereich Beauty & Lifestyle. Leuchtturm oder Labyrinth? Eine Analyse des Personalmarketings auf	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Online PR (OPR); Öffentliches Vertrauen (V)	(18-151)	
Umlauf Marianne (B.A.)	Webseiten von PR-Agenturen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Online PR (OPR)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Vaaßen Fiona (M.A.)	Reden oder Schweigen? Eine Experimentalstudie zum Entscheidungsverhalten von Kommunikatoren in Krisensituationen. Promoting the European Union.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-120)	
Valentini Chiara (Dissertation)	Comparative Analysis of EU Communication Strategies in Finland and Italy.	University of Jyväskylä	2008		UBL:02B- 2018-1131	
Van Poele, Maximilian (M.A.)	Die CEO-Positionierung von DAX- Unternehmen. Eine empirische Studie zum Status quo Positionierung des Vorstandsvorsitzenden und deren Einfluss auf die Aktienkursentwicklung. Public Relations für kleine und mittelständische Übersetzer und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-141)	
Vasmanolis Emmanouil (Magister)	Dolmetscheragenturen. Bestandsaufnahme und Optimierungsvorschläge. Content Marketing. Nur ein Modewort oder tatsächlich	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Mittelstands- Kommunikation (MitK)		
Verhoog Jutta(M.A.)	(R)evolution von Marketing und Kommunikation?	Leipzig School of Media	2015	Management (IM)		
Virgil Fabian (M.A.)	Public Affairs im Mittelstand. Eine Befragung zur politischen Kommunikation mittlerer Industrieunternehmen in Deutschland. Eine PR-Konzeption für eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-134)	
Visser Antje (Magister)	Westernstadt am Beispiel von Poley City. Public Relations in den neuen Bundesländern. Historische	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Konzeption (K)	(02-068)	
Voigt Beate (Diplom)	Entwicklung, Themen und eine empirische Fallstudie. Zwischen Fiktion und Wirklichkeit – Parasoziale Interaktionen des DRUCK- Publikums mit den fiktiven Serienfiguren auf Instagram. Eine	Universität Bamberg	1993	PR-Historie (H)		
Voigt Lisa-Marie (B.A.)	qualitative Inhaltsanalyse von Nutzer:innenkommentaren. Potenziale im Kommunikations- Controlling. Theoretische Analyse und Systematisierung aktueller Ansätze. Mit einer empirischen Studie zu	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-015)	
Völker, Daniel Alexander (Magister) (Oeckl)	Einschätzung, Umsetzung und Zukunfts- potenzialen des Kommunikations- Controllings aus Sicht von Kommunikationspraktikern in deutschen Unternehmen.	Freie Universität Berlin	2006	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)		
Vollmann Anka (Magister) (Oeckl)	Dialogkonzepte in der Unter- nehmenskommunikation und ihr Anwendung (2 Bde.)	Freie Universität Berlin	1997	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Von Oehsen Hendrik Oliver (Magister)	Lobbying in Berlin. Theoretische Bestandsaufnahme und explorative Untersuchung des Berufsfelds.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Lobbying (L)	(07-091)	

Von Kageneck Peter (M.A.) Vogel Kristin (Magister)	Positionierung von Vorständen in Geschäftsberichten. Theoretisches Modell und empirische Studie. Corporate Social Responsibility – ein fester Bestandteil deutscher Unternehmenspolitik?	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig, Institut für KMW	Finanz- kommunikation (FiKo); Unternehmens- Kommunikation Unternehmens- Kommunikation	2018 (UK) 2003 (UK)	(18-071) (04-031)
Vogt Sandra (Magister)	Das Nationenimage Chinas in der deutschen Presse. Eine Inhaltsanalyse am Beispiel der Expo 2010 in Shanghai. Public Relations Evaluation and Measurement Research. A Systematic	Universität Leipzig, Institut für KMW		2011 Image (I)	(12-012)
Volk, Sophia Charlotte (M.A.)	Review within the Field's Academic Journals from 1975 to 2015.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2015 Controlling (C)	(15-105)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Wachtarz Sebastian (Magister)	Kampagnenkommunikation in der Politik. Theoretisch-analytische Grundlagen und Analyse des Fallbeispiels „50 Jahre Baden-Württemberg“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Kampagnen (PR-K)	(04-109)	
Wackernagel João Paulo (M.A.)	Communication Management within the Startup Ecosystem: A study on the communication offers of Berlin's business incubators.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019			
Wagner Isabel (Oeckl)	Die Mitarbeiterzeitschrift als Instrument der integrierten Kommunikation. Eine empirische Fallstudie.	Heinrich-Heine- Universität Düsseldorf	2003	Fallstudien (F)		
Wagner Stefan (B.A.)	Public Diplomacy in der Medien-gesellschaft: Chancen und Grenzen am Beispiel des Karikaturenstreits zwischen Polen und Deutschland. Freistil Film. Eine PR-Konzeption für den Dokumentarfilm vor dem Hintergrund einer fort-schreitenden	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Internationale PR (IPR)		
Walinda Tina (B.A.)	Formatstandar-disierung der Medien. Verführung in eigener Sache.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Konzeption (K)		
Wallrafen Volker (Magister)	Selbstdarstellungsbroschüren von Werbeagenturen – eine empirische Untersuchung.	Universität Münster	1995	Werbung (W)		
Walkenbach Melanie (Magister)	Parteien und PR – Eine kritische Literaturanalyse.	Universität Münster	1995	Politische Kommunikation (PoK)		
Walkhoff Angela (Magister)	Multimedia als Instrument der Unternehmenskommunikation - Eine Befragung sachsen-anhaltinischer Unternehmen und eine Fallstudie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(99-034)	
Waloseck Anja (Magister)	Umweltorientierte PR von Unternehmen. Eine Fallstudie am Beispiel der Flughäfen Leipzig/Halle, Frankfurt/Main, Dresden und Berlin/Tegel.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Waltz Frederick (Magister)	Investor Relations im Internet. Eine vergleichende Analyse (Inhaltsanalyse und Leitfadengespräche) der Investor-Relations-Angebote von DAX-30-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Online-PR (OPR)	(04-059)	
Wätzel Christin (Magister)	Krisenkommunikation im Tourismus. Literaturanalyse, Befragung deutscher Reiseveranstalter und Darstellung eines Fallbeispiels.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Krisen-PR (KPR); Fallstudien (F)	(06-007)	

Wamser Carola (Dissertation)	Die Wissensdimension im Professionalisierungsprozeß der Public Relations. Wissenschaftlich-theoretische Fundierung und deren Auswirkungen auf eine potentielle Professionalisierung am Beispiel der Public Relations.	Universität Salzburg	1999	Theorie (PR-T)	
Waskowiak, Lea (M.A.)	Der Personalvorstand in der Unternehmenskommunikation. Eine empirische Studie zu externer Vorstandskommunikation, Positionierungsstrategien und den Herausforderungen für das Kommunikationsmanagement. Strategische Social-Media-Kommunikation von Behörden in Deutschland. Eine qualitative Untersuchung am Beispiel deutscher Bundesbehörden.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-060)
Weber Jasmin (M.A.)	Public Relations und Nachwuchsförderung im Handwerk – Entwicklung und Begründung eines Kampagnendesigns am Bsp. Einer Kampagne für das Jung-Handwerk Oberfranken.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(18-162)
Weber Katrin (Diplom)		Universität Münster	1996	Kampagnen (PR-K)	
Weber Katrin (Magister)	Universitäre Öffentlichkeitsarbeit. Ein Vergleich von Theorie und Praxis am Beispiel des Pressereferats der Ludwig-Maximilian-Universität. (nur Anhang vorhanden)	Universität München	1992	Fallstudien (F)	
Weber Muriel (B.A.)	Staatliche Öffentlichkeitsarbeit auf Länderebene. Eine Fallstudie am Beispiel des Kultus-ministeriums Baden-Württemberg. Die Verwendung von Internet-Memes in der politischen Kommunikation. Eine qualitative Inhaltsanalyse satirischer Internet-Memes auf Instagram.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Fallstudien (F); Regionale PR (RPR)	(11-117)
Weber Sammy (B.A.)	Gamification in der Internen Unternehmenskommunikation. Eine Analyse der strategischen Nutzungspotenziale.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	Interne Unternehmenskommunikation	
Weber Sebastian (M.A.)	Strategische Positionierung: Wie PR-Agenturen im Social Web kommunizieren. Eine vergleichende Inhaltsanalyse der Social-Media-Kommunikation der 25 umsatzstärksten PR-Agenturen in Deutschland und der 25 umsatzstärksten PR-Agenturen in den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(IUK)	(17-133)
Wecker Manuel (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Online-PR (OPR)	(14-119)

Wehinger Birgit (B.A.) Wehmeier Stefan (Habilitation)	Eröffnung – und dann? Ein mittelfristiges Kommunikationskonzept zur Stabilisierung von Besucherzahlen am Beispiel des GRASSI Museums für Angewandte Kunst Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Konzeption (K)	(08-025)
Wehnert Jenny (M.A.)	Public Relations: Status und Zukunft eines Forschungsfelds. Die Nutzung von Corporate Media für die innerbetriebliche Kommunikation eines Betriebsrats. Effizienz durch Kompetenz?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Theorie (PR-T)	
Wehren Birthe-Doris (Magister)	Kommunale Pressearbeit und ihre Resonanz In der Lokalberichterstattung. Eine exemplarische Inhaltsanalyse. Beethoven: Ein Verein engagiert sich. PR-Konzeption für den Verein Beethoven-Haus.	Leipzig School of Media	2015	Konzeption (K)	
Weick, Marion Weidauer Sabrina Michelette (B.A.)	Public Relations and Communication Management. An overview of the current State of the Art. Wirkungskommunikation politisch tätiger Non-profit-Organisationen. Entwicklung eines theoretischen	Universität Münster Deutsche Angestellten Akademie, Bonn	1997	Regionale PR (RPR)	
Weidl Christina (M.A.)	Frameworks und empirische Betrachtung der Berufspraxis. Verständlichkeit in der Unternehmenskommunikation – Reflektion der Verfahren der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-023)
Weimann Jan-Helge (M.A.)	Verständlichkeitsforschung zur Steuerung der Verständlichkeit der Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(12-081)
Weinforth Pia (M.A.)	Interne CEO-Kommunikation. Eine qualitative Untersuchung des strategischen Einsatzes der obersten Führungsebene in der internen Unternehmenskommunikation. Populismus in Referendums-kampagnen. Zum Einsatz populistischer Kommunikation vor dem Brexit und zur Reaktion der britischen Presse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-024)
Weinmann Kira (M.A.)	Kommunale Öffentlichkeitsarbeit in der SBZ/DDR von 1945 bis 1989. Inhaltsanalytische Fallstudie am Beispiel Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Politische Kommunikation (PoK)	(17-135)
Weinreich Cornelia (Magister)	50 Jahre Berliner Luftbrücke 1998: Inszenierung von Medienereignissen zum historischen Gedenken und als Geschichtslektion – Inhalte und Organisation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Regionale PR (RPR); Historie (H)	(04-079)
Weis Martin-Tobias (Magister)			1998	Historie (H)	(00-020)

Weiß Miriam (B.A.)	Branding von Regionen. Markenentwicklung eines Bundeslandes mit Schwerpunkt Tourismus am Beispiel von Mecklenburg-Vorpommern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 2011 (RPR)	
Weitz, Vivian (M.A.)	Die kommunikative Dimension der Arbeitswelt 4.0. Status quo und Entwicklungslinien der Blue-Collar Communication in der deutschen Automobilindustrie im Zeitalter der Industrie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-102)
Weitzel Marlen (Magister)	Der Fall Sanli – Sanlu’s Fall. Rekonstruktion & Inhaltsanalyse unter besonderer Berücksichtigung des Vertrauensaspekts.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Fallstudien (F); Öffentliches Vertrauen (V) (11-186)
Wellendorf Anna (B.A.)	Region als Marke. Die Entwicklung der Marke für den Südraum Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Regionale PR (RPR) (11-120)
Werner, Dirk (Diplom)	Product Placement in Spielfilmen: Theoretische Grundlagen Und Erscheinungsformen.	Universität Bamberg	1994	
Westphal Sandra (B.A.)	Darstellungsformen der Social-Media-Kommunikation von Medienorganisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online-PR (OPR)
Wettengel Laura (B.A.)	Parasoziale Interaktion und subjektive Wahrnehmung in der Serie "LA Casa de Papel". Eine qualitative Befragung zur Einflussnahme der Seriencharaktere auf die individuelle Wahrnehmung von Stereotypen in der Gesellschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-095)
Wetzel, Jonas; Selbmann, Sebastian (B.A.)	Personalisierung als Verfahren des Kommunikations-managements – Inhaltsanalyse und Experteninterviews zur Rolle von Guido Westerwelle im Bundestagswahlkampf 2009.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Politische Kommunikation (PoK) (11-122)
Wetzig, André (Magister)	Vertrauensverluste im Schlaglicht der Öffentlichkeit. Analytische Grundlagen und eine Fallstudie (Fall Welteke) zur Adlon-Affäre des ehemaligen Präsidenten der Deutschen Bundesbank.	Universität Leipzig, Institut für Politik- Wissenschaft	2007	Fallstudien (F)
Wickleder Uta (Magister)	Universität Leipzig 2007. Risikokommunikation in der Ernährungsindustrie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	(00-068)
Wiedemer Andrea (Magister)	Neue Formen von PR und Werbung im Hörfunk. Produktion bei Spezialagenturen. Nutzung und Akzeptanz bei privaten und öffentlich-rechtlichen Anbietern der neuen Bundesländer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	Werbung (W)
Wienand Edith (Dissertation)	Public Relations als Beruf – eine kritische Analyse eines aufstrebenden Kommunikationsberufes.	Universität Münster	2002	Theorie (PR-T)

Wiehler Karin (Diplom)	Anforderungen an die OA in wenig transparenten Märkten – Dargestellt an der Kommunikationspolitik von High-Tech-Unternehmen.	Fachhochschule München, BWL	1992	Fallstudien (F)	
Wiesenberg Markus (Dissertation)	Strategische Kommunikation deutscher Großkirchen: Von kirchlicher Publizistik zur strategischen Kirchenkommunikation. (nur Bd. 2 vorhanden)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Non Profit Kommunikation (NP)	UBL: E-Book
Wilhelm Franziska (Magister)	Transparenz in der Nachhaltigkeitskommunikation. Verknüpfung der Theorie des Öffentlichen Vertrauens mit dem Konzept der Corporate Social Responsibility. Interne Unternehmenskommunikation und Corporate Identity bei Firmenfusionen. Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen und eine kritische Analyse des Mergers	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Öffentliches Vertrauen (V)	(07-078)
Wilhelm Kathrin (Magister)	Daimler-Chrysler drei Jahre nach der Fusion. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Unternehmenskommunikation (UK)	
Wind Theresa (B.A.)	Kompetenzen und Qualifikationen des Chief Communication Officer in der Zukunft. Eine theoretische Bestandsaufnahme der Literatur und Erstellung eines Anforderungsprofils. Öffentlichkeitsarbeit einer	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK)	
Winkler Bianca (Diplom)	öffentlich-rechtlichen Körperschaft am Beispiel der Handwerkskammer zu Leipzig. Analyse und Konzeption. Genes und Spezifik der Kommunikation mittelständischer Unternehmen. Fallbasierte Analyse	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	Fallstudien (F)	(97-044)
Winkler Luisa (Dissertation)	der Organisationskommunikation im industriellen Mittelstand. Employer Branding von mittelständischen Unternehmen. Einfluss	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmenskommunikation (UK)	
Winter Tamara (B.A.)	der Unternehmenskultur auf die Arbeitgebermarke.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Unternehmenskommunikation (UK)	(15-082)
Winterle Leonie (B.A.)	Wissenschaftskommunikation von Fachhochschulen im Social Web. Eine Inhaltsanalyse der Interaktionen zwischen Fachhochschulen und ihren Stakeholder_innen auf Facebook. Qualität im Rahmen von Online-PR. Ein integratives Analyse-modell zur Optimierung der Online-PR-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Wissenschafts- und Innovationskommunikation (WIK)	(17-048)
Wit Alexander (Magister)	Qualität von Messe-Websites am Fallbeispiel der Erlebnis- und Fachmesse GC-Games Convention.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Online-PR (OPR)	(05-071)

	Neues Leitmedium Intranet? Die Einordnung eines Instruments der Mitarbeiterkommunikation in die Theorie der Integrierten Unternehmenskommunikation. Eine Bestandsaufnahme hinsichtlich spezifischer Charakteristika.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 (UK)	Unternehmens-Kommunikation (05-072)
Wittau Nadin (Magister)	„Tu Gutes, aber verständige dich vorher darüber“? Zum Beitrag der Public Relations zu Corporate Social Responsibility. (2 Bde.)	Freie Universität Berlin	2003	Theorie (PR-T)
Wittke, Ulla (Magister) (Oeckl)	Die Automobilindustrie in der Berichterstattung des Handelsblattes. Eine inhaltsanalytische Fallstudie.	Universität Bamberg	1994	Fallstudien (F)
Wittko Manuela (Diplom)	Öffentliches Vertrauen in grüne Gentechnik. Eine Studie zur Berichterstattung über sowie den Herausforderungen an Unternehmenskommunikation zum Thema grüne Gentechnik.	Leipzig School of Media	2011	Fallstudien (UK); Fallstudien (F)
Wittlinger Anna K. (M.A.)	Corporate Publishing im Spannungsfeld klassischer und multimedialer Möglichkeiten: Online-Videos und Audio-Podcasts in der Markt-kommunikation von Mercedes-Benz.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmens-Kommunikation (UK)
Wohlfeld Mathias (B.A.)	Der Sündenbock in der öffentlichen Kommunikation eine archtypische Erzählung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	UBL: (01H-2014-322)
Wohlgemuth Christine (Dissertation)	Probleme von PR-Kampagnen im Gesundheitssektor. Eine rekonstruktive Fallstudie am Beispiel der Kampagne „Keine Macht den Drogen“ der Bundeszentrale für politische Aufklärung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	Kampagnen (PR-K) (99-035)
Wohlrab Nadine (Magister)	Tourismusmarketing im Web 2.0 – eine Content-Analyse zur Nutzung von TikTok das Social Media Marketing von Tourismusunternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	
Wolf Alexandra-Sophie (B.A.)	Die Beziehung zwischen Journalismus und Public Relations. Theoretische Grundlegung und eine Fallstudie (input-output-Analyse) zur Frankfurter Buchmesse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Fallstudien (F) (07-063)
Wolf, Andrea (Magister)	"Sorry Princess, but shut your mouth and stand still!" Eine Inhaltsanalyse von Gender-bezogener Diskriminierung in den Dialogen der Quality TV Serie Orange is the New Black.	Universität Leipzig, Institut für KMW		(18-125)
Wolf Katharina (B.A.)	Kommunikative Herausforderungen für kleine IT-Unternehmen. Ein Kommunikationskonzept für Ipoque.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Kampagnen (PR-K)
Wolf, Kristin (B.A.)				

Wolff, Sarah (B.A.)	Der Stellenwert von Mitarbeiterzeitschriften im Internetzeitalter. Eine Untersuchung an Exemplaren von Nonprofit-Organisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- Kommunikation	2013 (UK)	(13-068)
Wolfskämpf Vera (B.A.)	Die Rolle der Rhetorik in der Politischen Kommunikation. Apps in der internen Unternehmenskommunikation, Eine empirische Untersuchung zur Wirkung von Mitarbeiter-Apps auf die interne Unternehmenskommunikation am Beispiel von myLVB der Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB) GmbH.	Universität Leipzig, Institut für Politik- Wissenschaft	Politische Kommunikation	2009 (PoK)	
Wolk, Janina (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	Interne Unternehmens- kommunikation	2017 (IUK)	
Wollweber Antje (Magister)	PR-Forschung und PR-Wissenschaft im deutschsprachigen Raum. Eine Bestandsaufnahme von Public Relations als Gegenstand von Forschung und Lehre im Vergleich zwischen den Jahren 1989-1993 und 2001-2003. (2 Bde.) Kommunikation gegen das Böse? Framing- und Rezeptionsanalyse der	Universität Leipzig, Institut für KMW		2005 Theorie (PR-T)	(06-058 a+b)
Wölfer Julia (M.A.)	Kommunikationskampagne „Kony 2012“ (Invisible Children). Wissenschaftliche Grundlagen sozialistischer Öffentlichkeitsarbeit (Zu einigen theoretischen Fragen der Öffentlichkeitsarbeit in der DDR unter besonderer Beachtung ihres Bezugs zum Wirken der	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen	2013 (PR-K)	(13-086)
Wöltge Herbert (Dissertation)	journalistischen Massenmedien). Internationale Kommunikation und Nation-Images. Die Vermittlung des Deutschlandimages durch Akteure internationaler PR. Eine Fallstudie am Beispiel der Kampagne „Va bene?! La Germania in italiano. Italien auf Deutsch.“ des Goethe-	Karl-Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik		1973 Historie (H)	(73-17)
Worch, Mary (Magister)	Instituts. Kommunikationskonzept für das Frauenmuseum Bonn.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR)	2011	(12-049)
Wouters Edith	Die Kommunikation zu gesellschaftspolitischen Themen in modernen Unternehmensstrategien am Beispiel inländischer Rückversicherer.	Köln	Konzeption (K)	1997	
Wunderlich Carol (Diplom)	United States of Europe. Eine qualitative Inhaltsanalyse von Onlinemedien ausgewählter EU-Staaten hinsichtlich einer vermuteten Angleichung der	Universität Leipzig, Institut für KMW		1993 Fallstudien (F)	(94-034)
Würz Anika (B.A.)	Mediensysteme im vereinten Europa des Internetzeitalters.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2021	(21-097)

Würzig Steffi (Magister)	Externe Kommunikation von Unternehmen der Energie- dienstleistungsbranche. Empirische Bestandsaufnahme und Fallstudie am Beispiel der Stadtwerke Halle GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- Kommunikation 2000 (UK)	(00-067)
--------------------------------	---	--	---	----------

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Zaus, Daniela (B.A.)	Framing der Markenkommunikation von Unternehmen während Corona- Pandemie. Eine Inhaltsanalyse von Unternehmensbeiträgen auf Facebook. Internet – ein neuer Weg für Public Relations und integrierte Unternehmenskommunikation. Ein Überblick der kommunikativen Möglichkeiten, ein Exkurs zur Situation in	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-032)	
Zehetner Sabine	Salzburg und eine Konzepterstellung. Gendersensible Sprache in der Unternehmenskommunikation.	Salzburg	1997	Konzeption (K)		
Zehner Janine (M.A.)	Ein Referenzrahmen für Forschung und Praxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-139)	
Zeisler, Ella Katharina (B.A.)	TV-Formate als Instrument strategischer Kommunikations- politik am Beispiel der IHK Frankfurt (Oder).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Politische Kommunikation (PoK)		
Zeller Tobias (B.A.)	PR für eine Nonprofit-Kulturorga- nisation. Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für den Richard-Wagner-Verband Leipzig e. V.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)		
Zeltner Eva Morena (M.A.)	Die Rolle der Compliance- Kommunikation in der Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-114)	
Zender Michelle (B.A.)	Portraying the ugly, painful reality". Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Darstellung psychischer Erkrankungen in der Netflix-Serie 13 Reasons Why. Online- Kommunikationsstrategien in der Filmwirtschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-129)	
Zengel, Phili (M.A.)	Vermarktungsmöglichkeiten von Kinospielefilmen in Deutschland. Anhang + CD-Rom nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Kino, Spielfilme, Marketing, Strategie	(18-161)	
Zenker Widukind (B.A.)	Nationalimages und internationale politische PR. Eine Fallstudie am Beispiel des Russlandbildes in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Internationale PR (IPR); Image (I); Fallstudien (F)		

Zenner Juliane (B.A.)	Der Einfluss eines Schlüsselergebnisses auf die Wahlkampf-kommunikation: Das Beispiel der Landtagswahl 2011 in Baden-Württemberg.	Universität Leipzig, Institut für Politik- Wissenschaften	Politische Kommunikation 2011 (PoK)	
Zerbin Anja (Magister)	Unternehmerische PR im Globalisierungsprozeß. Entwicklungen von Strukturen und Strategien globaler PR am Beispiel der Deutschen Lufthansa AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 1999 (UK)	(03-031)
Zerfaß Ansgar (Oeckl)	Theorie der Unternehmens-kommunikation. Eine Grundlegung im Spannungsfeld von Sozialtheorie, Kommunikations-wissenschaft und Betriebswirtschaftslehre.	Universität Erlangen-Nürnberg	Theorie (PR-T); Unternehmens- Kommunikation 1995 (UK)	
Zerfaß Ansgar (Dissertati- on)	Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmens-kommunikation und Public Relations.	Universität Erlangen-Nürnberg	Theorie (PR-T); Unternehmens- Kommunikation 1995 (UK)	Komm (13-00113)
Zettler Annegret (B.A.)	Kommunikation von Innovationen bei der Gollmann GmbH: Analyse und Profilierungschancen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2009 (UK)	
Zhou, Ding (B.A.)	Nationenimages und internationale politische PR am Beispiel Chinas. Analyse und Interviews mit Multiplikatoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR); Image 2010 (I)	
Zhou, Gufeng (B.A.)	Nation Branding Chinas im Krisenfall: Marktführung am Beispiel des Milchskandals.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR) 2009	
Ziegele Daniel (M.A.)	Work stress among communication professionals. A comparative study between Germany and the United States.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2019 (19-141)
Ziegler Joanna (Magister)	Der thematische Einfluss von PR-Aktivitäten auf die Presse. Eine Bestandsaufnahme und das Fallbeispiel der Stadtwerke Leipzig GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 2004 (J/PR)	
Ziesch, Simon Peter (Magister)	Kommunikation in der Musikbranche. Bestandsaufnahme, Probleme und Perspektiven der Unternehmenskommunikation im deutschen Independentbereich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2005 (UK)	

	Kommunikation von Museen im Web 2.0 – Wie gestalten britische, amerikanische und deutsche Kunstmuseen die Kommunikation in der				
Zillner Stefanie (M.A.)	Vermittlungsarbeit in den sozialen Medien?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online-PR (OPR)	(17-070)
Zimmer Veronika (M.A.)	Kommunikations-Enabling: Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzungsformen in der Praxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Konzeption (K)	(17-138)
Zimmermann Andreas (Magister)	Handbücher als Mittel interner Unternehmenskommunikation. Game-Studies – Computerspielforschung und Medienpsychologie. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Unternehmenskommunikation (UK)	
Zimmermann Maik (M.A.)	interdisziplinäre, qualitativ geleitete Studie zur Genreselektion interaktiver Medienangebote. Schaffung und Verlust von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(18-155)
Zimmermann Robert	Anlegervertrauen -eine kritische Bestandsaufnahme mit Befragung verschiedener Anlegergruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Investor Relations (IR)	fehlt, angefragt
Zlateva Manuela (M.A.)	Innovationskommunikation im Internet und im Social Web. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der HDAX-Unternehmen. Die journalistische Darstellung von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmenskommunikation (UK)	(12-082)
Zöllner Nora (B.A.)	Public Relations in deutschen Qualitätsmedien. Eine theoretische Analyse und empirische Fallstudie am Beispiel von SPIEGEL ONLINE. Der CEO als Gesicht des Unternehmens. Analytische Bestandsaufnahme und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Journalismus/PR (J/PR)	
Zösch, Constanze (B.A.)	Personalisierungsstrategien in der CEO-Kommunikation. Eine empirische Untersuchung anhand ausgewählter Beispiele.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmenskommunikation (UK)	(11-124)

Kommunikation und
Compliance.
Eine Inhaltsanalyse der
Compliance-Kodizes der
deutschen DAX30-Unternehmen
und Interviews mit
ausgewählten Experten. (2 Bde.)
Universität Leipzig,
Institut für KMW

Zösch,
Silvia
Constanze
(M.A.)

Unternehmens-
kommunikation
2015 (UK)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Adler Stefanie (M.A.)	Die mediale Vertrauenskrise der ERGO Versicherungsgruppe AG. Eine empirische Studie auf Basis der Theorie des öffentlichen Vertrauens.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Öffentliches Vertrauen 2013 (V)		x
Arnold Christoph (B.A.)	Kommunikation von Innovationen in der Energiebranche: Grundlagen und empirische Analyse. Kultur-PR für Musikschaaffende.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Unternehmens- Kommunikation 2011 (UK)		x
Arp Dana (B.A.)	Eine PR-Konzeption zur Image- Förderung von Musiker Clueso. Spannungsfeld Umweltkommunikation und Glaubwürdigkeit. Ein	Universität Leipzig, Institut für KMW		Konzeption (K) 2006		x
Bartmann Matthias (B.A.)	Kommunikationskonzept für BMW CleanEnergy. Der Einsatz einer Social Business Community als internes	Universität Leipzig, Institut für KMW		Konzeption (K) Interne Unternehmens- Kommunikation 2008		x
Bauer Jasmin (M.A.)	Kommunikationsinstrument. Das Beispiel Bosch Connected Industry.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2018 (I-UK)		x
Beisel Julia (Magister)	Die Bedeutung der Kundenzeitschrift als Printmedium in Zeiten der Digitalisierung. (2 Bde.) Anforderungen an eine Mitarbeiter- Zeitschrift moderner Ausprägung. Ein inhaltsanalytischer Vergleich der Mitarbeiterzeitschrift vor und nach	Universität Leipzig, Institut für KMW		Unternehmens- Kommunikation 2009 (UK)		x
Berger Imke (B.A.)	einem Relaunch am Beispiel der Thyssen Krupp AG . Interne Kommunikation zwischen den Paradigmen von Krise und Wandel.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Interne Unternehmens- Kommunikation 2014 (I-UK)		x
Biebrach Carolin (Magister)	Konzeptionelle Überlegungen und empirische Analyse am Beispiel der Lufthansa Cargo AG. (2 Bde.) Wissensmanagement am Beispiel von Tools in Agenturen. Qualitative	Universität Leipzig, Institut für KMW		Fallstudien Unternehmens- Kommunikation 2010 (F UK)		x
Binckenstein Lydia (B.A.)	Experteninterviewstudie und Dokumentation von Tools.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2020		x
Bötel Juliane (Magister)	Employer Branding. Bestandsaufnahme einer Unternehmensstrategie und das Fallbeispiel Salzgitter AG. Innen glühen – nach außen strahlen. Gesellschaftliches Engagement der Scholz & Friends Group. Konzept zur	Universität Leipzig, Institut für KMW		Unternehmens- Kommunikation 2009 (UK)		x
Braun Philipp (B.A.)	Implementierung des CSR-Profiles in einem Agenturnetzwerk. Evaluation internationaler Medien- Produktvorstellungen anhand ausgewählter Beispiele der BMW Group. Das Kommunikations-	Universität Leipzig, Institut für KMW		Konzeption (K) 2008		x
Dahnert Kerstin (Magister)	Instrument Produktpräsentation vor dem Hintergrund Strategischer PR. (2 Bde.) Vattenfalls Vertrauenproblem. Eine systematische und empirische Studie	Universität Leipzig, Institut für KMW		Fallstudien (F) 2011		x
Diete Emily (Magister)	zum Vorfall im Kernkraftwerk Krümmel 2009. (2 Bde.) Blickpunkt „Finessen“. Standort- Bestimmung und konzeptionelle Weiterentwicklung einer Kundenzeit- schrift am Beispiel von	Universität Leipzig, Institut für KMW		Fallstudie Öffentliches Vertrauen (V F) 2011		x
Dörr Niklas (M.A.)	Vorwerk-Thermomix. Event im Sport. Eine Kommunikations-	Leipzig School of Media		2012		x
Eckstein Eva (B.A.)	Konzeption für den Morgenpost Dresden-Marathon.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Konzeption (K) 2009		x

Eeckhout David (M.A.)	Unternehmenskommunikation beim Börsengang. Eine explorative Untersuchung der IPO-Kommunikation deutscher Emittenten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		x
Eichmann Sarah (M.A.)	Die Rolle von Transparenz in der Unternehmenskultur. Theoretisch-analytische Grundlagen und Analyse des Fallbeispiels Deutsche Bahn AG. Mitarbeiterzeitschriften im Internet-Zeitalter. Inhaltsanalytischer Vergleich	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Elsner Bianka (B.A.)	der Mitarbeiterzeitschriften der Commerzbank AG und der ING-DIBA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Interne Unternehmens-Kommunikation (I-UK)	x
Emmer Claudia (Magister)	Die Vertrauenskrise des Finanz-Systems. Eine inhaltsanalytische der Medienberichterstattung von September 2008 bis Februar 2009.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)	x
Feige Hendrik (B.A.)	Die süße Identität. Entwicklung einer Corporate Identity für die Schokozeit AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Konzeption (K)	x
Feitel Franziska (M.A.)	Unternehmensidentität kommunizieren. Diskurs und Fallstudien zur Entwicklung eines Unternehmens-Leitbilds und dessen Funktion im Kontext von Corporate Media.	Leipzig School of Media	2014		x
Fetzer Marcus (M.A.)	Künstliche Intelligenz in der Unternehmenskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und empirisches Framework.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Fiedler Mirja (Diplom)	Journalismus und Public Relations. Eine Input-Output-Analyse auf Basis des Intereffikationsmodells am Beispiel Porsche Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Journalismus/ PR (J/PR)	x
Flamm, Maria (B.A.)	Die Kommunikation von Smart City-Konzepten. Der Einsatz Integrierter Kommunikation in kooperativen Smart City-Projekten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Fluder Christina (M.A.)	Social Media und Unternehmenskommunikation in der Automobilbranche. Entwicklung eines Bezugsrahmens und inhaltsanalytische Untersuchung der Online-Meinungsbildung zum Thema „Alternative Antriebe“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudie Online-PR (F O-PR)	x
Fröbe Stefan (M.A.)	Kommunikation von Zweckverbänden im öffentlichen Personalverkehr. Analyse und Ansätze für ein strukturiertes Kommunikationsmanagement am Beispiel des Zweckverbands für den Nahverkehrsraum Leipzig (ZVNL). Zielgruppenorientierte Öffentlichkeits-Arbeit von Wirtschafts-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Regionale PR (RPR)	x
Gabler Julia (Magister)	Eine Analyse der Jugendmarkt-Aktivitäten (Zielgruppe Kinder und Jugendliche) der Stadt- und Kreis-Sparkasse Leipzig und eine Multiplikatorenbefragung zum Sparkassen-SchulService.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Garten Czermaks (M.A.)	Die Rolle der Unternehmens-Kommunikation in Projekten aus prozessorientierter Sicht am Beispiel des Neubaus der Unternehmenszentrale der Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbH (LWB).	Leipzig School of Media	2015	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Gehder Steffen (Magister)	Music for the Masses – PR-Evaluation einer Großveranstaltung am Beispiel des Hurricane-, M'era Luna- und des Highfield-Festivals 2004. (3 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Fallstudien (F)	x

Geissler Martin (B.A.)	Eine Chance für den Spitzenbasketball: Sportstadt Leipzig – Ein PR-Konzept zur kommunikativen Begleitung des Standortwechsels des Mitteldeutschen Basketball Clubs von Weißenfels nach Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Konzeption (K) Fallstudien	x
Gemirr Eva (Magister)	Interne Unternehmenskommunikation im Changeprozess. Eine Fallstudie am Beispiel der Integration INA/FAG Kugelfischer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmens- Kommunikation (F UK)	x
Gerstner Alexandra (Magister)	Öffentliches Vertrauen in die Wirtschaft. Theoretisch-analytische Darstellung und einen Analyse des Falls Volkswagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Öffentliches Vertrauen (V)	x
Glaser Lisa (Magister)	Analytische Grundlagen und die Arbeit von Spezialagenturen für Hörfunk-PR als Mittler.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Journalismus/ PR (J/PR)	x
Haase Franziska (Magister)	Politische Public Relations von Parteien. Eine Fallstudie am Beispiel der Freien Demokratischen Partei (F.D.P.). E-Collaboration in Non-Profit- Organisationen. Eine qualitative	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Politische Kommunikation (PoK)	x
Hänßler Florentina (M.A.)	Befragung zum Umgang von Non-Profit- Organisationen mit E-Collaboration-Systemen. Legitimation durch Kommunikation. Kulturelle Öffentlichkeitsarbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Non Profit (NP)	x
Haupt Alexandra	Überlegungen zur Zukunft der Theaterkommunikation. Transnationales Kommunikations- management der Europäischen		2001	Fallstudien (F)	x
Heger Ines (Magister)	Kommission. Europäisierung der Öffentlichkeit mittels gezielter Kommunikationsarbeit? Strategische Kommunikation von Nichtregierungsorganisationen: Die Rolle ehrenamtlicher Mitglieder als	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Politische Kommunikation (PoK)	x
Hess Antonia (M.A.)	Kommunikatoren und Multiplikatoren. (2 Bde.) Internationale Organisation der Kommunikationsfunktion. Entwicklung	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Non Profit (NP)	x
Holpert Bianca (M.A.)	eines netzwerktheoretischen Bezugsrahmens. Weniger Geld, mehr Kultur! Eine PR	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Internationale PR (I-PR)	x
Jäger Susanne (B.A.)	Konzeption zur Kooperation des Meiniger Theaters und des Eisenacher Theaters. Das Verhältnis zwischen der Kommunikationsarbeit von Unternehmen und der Berichterstattung von Bloggern. Eine theoretische Systematisierung auf Basis des Intereffikationsmodells und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)	x
Jakob Sarah (M.A.)	eine empirische Analyse an einem Fallbeispiel. (2 Bde.) Glaubwürdigkeit im Social Web.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Journalismus/ PR (J/PR)	x
Käppler Christin (M.A.)	Evaluation von Wahrnehmung, Image und Glaubwürdigkeit der Kampagne "Studieren in Fernost". Strategische Kommunikation im Inter- nationalisierungsprozess von Unter- nehmen. Entwicklung eines	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Kommunikations- Controlling ©	x
Keller- Bacher Jule (M.A.)	handlungsleitenden Bezugsrahmens der Kommunikationsfunktion. Feministischer Hashtag-Aktivismus – Auswirkungen von #MeToo und #Times Up auf die Arbeitswelt deutscher	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Internationale PR (I-PR)	x
Kling, Ann- Kathrin Larissa (M.A.)	Fernsehproduktionen und ihr Potenzial zur Beeinflussung von Geschlechtergerechtigkeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		

Klippel Maria (Magister)	Kommunikationscontrolling und organisatorischer Wandel. Entwicklung eines Konzeptes zur Scorecard-Einführung in der Kommunikation bei ABB Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens-Kommunikation	2009 (UK)	x
Köhler Kristin (Dissertation)	Institutionalisierung von Investor Relations in Deutschland. Führungskräfte- und Führungskommunikation	Universität Leipzig, Institut für KMW	UBL: 01H- Investor Relations	2014 (IR)	2015-520 x
Kohl Gertrud (M.A.)	zur Unterstützung der Kommunikationsstrategie. Analytische Bestandsaufnahme und Perspektiven am Beispiel der AUDI AG. Strategiekommunikation im Spannungsfeld von Unternehmensstrategie und Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2019	x
Kosser Claudia (M.A.)	Theoretische Grundlegung und empirische Untersuchung am Beispiel der Daimler AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens-Kommunikation	2011 (UK)	x
Krebs Henriette (B.A.)	Mediale Vertrauenskrise am Beispiel der Einführung von Windows Vista (2007). Quantitative Inhaltsanalyse auf Basis der Theorie des öffentlichen Vertrauens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudie Öffentliches Vertrauen (V F)	2010	x
Kretschmann Vivien (M.A.)	CSR in multinationalen Unternehmen der Energiewirtschaft. Inhaltsanalytische Untersuchung von Websites und Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (I-PR); Online-PR (O-PR)	2010	x
Krupczak Kamila (Magister)	Das Image des russischen Erdgaslieferanten OAO GAZPROM als Kommunikationsrisiko für deutsche Energieversorger. Eine Bestandsaufnahme und Expertenbefragung. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Image (I)	2010	x
Kügler Lina (M.A.)	Social Enterprise Communication: Eine qualitative Studie zur strategischen Unternehmenskommunikation von Sozialunternehmen in Deutschland.	Leipzig School of Media		2016	x
Kühl Stephan (Magister)	CEO-Kommunikation in Deutschland – Formen, Herausforderungen, Risiken. Ganzheitliches Kommunikationskonzept zur Einführung eines Produktions-, Planungs- und Steuerungssystems beim Westdeutschen Rundfunk.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens-Kommunikation	2009 (UK)	x
Kühne Mirko (B.A.)	Kommunikation als Erfolgsfaktor bei Restrukturierung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Konzeption (K)	2010	x
Kunath Marcus (Magister)	Public Diplomacy, Kommunikationsmanagement und Kommunikationscontrolling. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung am Beispiel des Auswärtigen Amtes.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2008	x
Leifert Johannes (Magister)	Community Relations und Local Lobbying im Bereich der Abfallverwertung. Ein Kommunikationskonzept zur Etablierung des Abfall- und Energieparks von Peterborough	Universität Leipzig, Institut für KMW	Konzeption Lobbying (K L)	2009	x
Leugermann Katrin (B.A.)	Renewable Energy Ltd., UK	Universität Leipzig, Institut für KMW			
Lindenstein Anja (M.A.)	Die Rolle der Unternehmenskommunikation in Projekten aus prozessorientierter Sicht am Beispiel des Neubaus der Unternehmenszentrale der Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbH (LWB).	Leipzig School of Media		2015	x

Linke Anne (Magister)	Innovationskommunikation und interne Unternehmenskultur im Wandel. Das Phasenmodell der Innovationskultur als Analyseraster am Beispiel des Pharmaunternehmens Janssen-Cilag.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 (UK)	Unternehmens-Kommunikation	x
Lukas Anne-Katrin (M.A.)	Interne Kommunikation in Krisensituationen. Krisenursachen und ihre strategischen Konsequenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Krisen-PR (KPR)	x
Maulhardt Sarah (M.A.)	Management von Enterprise Social Networks in der internen Unternehmenskommunikation deutscher Großunternehmen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Interne Unternehmens-Kommunikation (I-UK)	x
Miller Alisa (M.A.)	Die Rolle des Vorstands in der internen Unternehmenskommunikation. Ein Bezugsrahmen zur Einbindung des Vorstands durch die Kommunikations-Abteilung (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		x
Milbrandt Dina (B.A.)	Zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus am Beispiel des Pferdefleischskandals 2013 in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Journalismus/PR (J/PR)	x
Minker Marleen (Magister)	Interne Markenführung von Energieversorgungsunternehmen. Konzeptionelle Grundlagen der Gestaltung interner Kommunikations- und Organisationsprozesse am Beispiel der Stadtwerke Leipzig Gruppe.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Kiesebauer a.k.a. Mühling, Juliane	Kommunikationsmanagement, Mitarbeiter-Communities und Open Innovation. Herausforderungen für die interne Kommunikation in Community-gestützten Innovationsprozessen am Beispiel der Daimler AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Online-PR (O-PR); I-UK F (3 Bde.)	x
Müller Leonie (M.A.)	New Work – New Communication? Kommunikation in neuen Arbeitsumfeldern. Eine empirische Analyse am Beispiel der MAN-Zukunftswerkstatt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		
Mumprecht Esther (M.A.)	Transparenz im Internal Branding. Entwicklung eines Controlling-Konzeptes am Beispiel der Transformation der Markenidentität von Swisscom.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (F); Image (I)	x
Mürmann Michaela (B.A.)	Von den Großen lernen? Ein Kommunikationskonzept für die Agentur getit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Konzeption (K)	x
Mütze Franziska Sylvia (B.A.)	PR für kommunale Versorgungsunternehmen. Eine PR-Konzeption für die Stadtwerke Halle unter besonderer Berücksichtigung der Standortbilanz.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K); Regionale PR (RPR)	x
Naetsch Elisa (M.A.)	Kommunikations-Controlling im Non-Profit-Bereich. Die Entwicklung einer Communications Scorecard für den Mitteldeutschen Rundfunk (MDR).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Non Profit (NP)	x
Obrist Helene (M.A.)	Was User wirklich wollen. Push-Nachrichten im Interesse des Users. Eine empirische Überprüfung der Nachrichtenwerttheorie im Mobilien Zeitalter.	Universität Leipzig, Leipzig School of Media	2018		
Peller Judith (B.A.)	Kommunikation von Stiftungen im Gesundheitsbereich. Eine PR-Konzeption für die Deutsche Krebsstiftung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K)	x
Peters Jan Paul (M.A.)	Unternehmensreputation 2.0: Strukturen, Akteure, Risiken und Chancen des Reputationsmanagements im Zeitalter des Social Web. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens-Kommunikation (UK); Image (I)	x

Piechotta Nina (M.A.)	Interne Kommunikation 2.0: Der Einsatz von Social-Media-Technologien in der internen Unternehmenskommunikation. Theoretische Grundlagen und praktische Umsetzungsmöglichkeiten am Beispiel der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online-PR (O-PR); Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Plate Simon (M.A.)	Social Media Monitoring in der Unternehmenskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen, Anwendungsbereiche und Anforderungen des Monitorings im Social Web.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online-PR (O-PR); Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Ploetz Anne (M.A.)	Integrierte Kommunikation als Ziel für Nichtregierungsorganisationen? Eine qualitative Untersuchung des Umgangs von NGOs mit der Stimmenvielfalt ihrer Ehrenamtlichen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Non Profit (NP)	x
Polak Daniela	Städtische Identität als kommunikationsstrategische Bezugsgröße am Beispiel der Stadt Halle (Saale).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Regionale PR (RPR)	x
Polzin Kathrin (Magister)	Change Communication. Analytische Bestandsaufnahme und eine Fallstudie der internen Unternehmenskommunikation der VNG – Verbundnetz Gas AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	x
Popp Lydia-Marie (B.A.)	Die Kommunikation kleiner und mittelständischer PR-Agenturen. Ein Kommunikationskonzept für die Agentur 4iMEDIA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)	x
Pracht Sarah (B.A.)	Marketingtool oder geschenkte Ware? Parteien-PR in Ost und West. 10 Jahre nach der deutschen Einheit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		x
Pritzel Karin (Magister)	Bestandsaufnahme und Vergleich der Öffentlichkeitsarbeit der SPD-Landesverbände in Sachsen und Bayern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)	(02-052a) x
Pröttsch, Marie (M.A.)	Künstliche Intelligenz in der Internen Unternehmenskommunikation. Künstliche Intelligenz als unterstützender Kommunikation der Zukunft?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	Interne Unternehmens- Kommunikation (I-UK)	x
Ratter Richard (M.A.)	Krisenkommunikation und Vertrauensverluste im Gesundheitswesen. Eine empirische Untersuchung der vier deutschen Transplantationskandale 2012.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Krisen-PR (KPR); Öffentliches Vertrauen (V)	x
Reinsch Robert (Magister)	Public-Affairs-Strategien von Energieunternehmen. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Analyse am Beispiel der Branche der erneuerbaren Energien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien Unternehmens- Kommunikation (F UK)	x
Reiß Stephan (Magister)	Integrierte Standortkommunikation? Analyse der Standortkommunikation von Akteuren der mitteldeutschen Bio-Regionen. (Leitfadengespräche, Dokumentenanalyse und Unternehmensbefragung).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Reitzenstein Anne (B.A.)	Die mediale Vertrauenskrise des BMW Werk Leipzig. Eine Analyse der Medienberichterstattung auf Basis der Theorie des öffentlichen Vertrauens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Fallstudie Öffentliches Vertrauen (V F)	x
Remus Sandy-Jil (M.A.)	Social Media Monitoring als Instrument zur Integration marktrelevanter Informationen in den Produktentstehungsprozess. Eine Fallstudie aus handlungstheoretischer Perspektive am Beispiel von Volkswagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Online-PR (O-PR)	x

	Integrierte Kommunikation von Startups. Eine				
Rendler Collien (B.A.)	qualitative Inhaltsanalyse der externen Kommunikation von Startups in Leipzig. Der Beitrag der Kommunikationsabteilung zum	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		x
Renk Janina (M.A.)	Strategieprozess am Beispiel der Hapag_Lloyd AG.(2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		x
Rogall Gina (M.A.)	Qualitätskriterien von Corporate Blogs im Spannungsfeld zwischen PR und Journalismus. Eine Studie am Beispiel von drei deutschen Großunternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online-PR (O-PR)	x
Rössel Philipp (B.A.)	Visuelle Kommunikation. Bildsprache in Unternehmenspublikationen aus den Bereichen B-to-B und B-to-C.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	(UK)	x
Ruwisch Friederike (B.A.)	Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Ein Kommunikationskonzept zur Corporate Social Responsibility der Claas Gruppe.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (K UK)	x
Schirbel Sandra (Magister)	Interne Kommunikation und Mitarbeiterzeitschriften. Eine Image- und Akzeptanzanalyse am Beispiel der Sachsen LB.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Unternehmenskommunikation (UK)	x
Scheithauer Mathias (M.A.)	Corporate Events in der Innovationskommunikation. Einsatz und Bedeutung interner Innovationsveranstaltungen an einer Fallstudie der Bayer AG und quantitative Befragung deutscher Großkonzerne mit Innovationsschwerpunkt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Wissenschafts- und Innovationskommunikation	x
Schramm Anke (Magister)	Die Öffentlichkeitsarbeit von Kreditinstituten: Eine Literaturbestandsaufnahme und das Fallbeispiel „Stadt- und Kreissparkasse Leipzig“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)	x
Schrödl Franziska (Magister)	Das Intranet als Medium der internen Unternehmenskommunikation – Eine nutzerorientierte Fallstudie am Beispiel des Mitteldeutschen Rundfunks.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Interne Unternehmenskommunikation (I-UK); Fallstudien (F)	x
Schubert Cathleen (Magister)	Kommunikationscontrolling für Kundenzeitschriften. Entwicklung eines Evaluationstools am Beispiel der Zeitschrift „mittendrin“ des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	x
Schubert Stefanie (B.A.)	Innovationskommunikation im Internet. Analyse der DAX 30 Unternehmen. Auswirkungen mobilen Arbeitens auf die Anforderungen an die interne Kommunikation. Organisationale Identifikation und soziale Isolation aus	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Online-PR (O-PR)	x
Schwarz Lydia (M.A.)	Perspektive der Mitarbeitenden am Beispiel der KfW Bankengruppe.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		
Severitt Katharina (B.A.)	Neue Wege in der Musikbranche am Beispiel von Warner Music Germany. Ein Kommunikationskonzept für die unternehmenseigene Konzertagentur „Neuland Concerts“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K)	x
Siemer Nadine (M.A.)	Corporate Publishing in der Umweltkommunikation von Behörden. Theoretische Grundlagen und eine Befragung.	Leipzig School of Media	2011		x
Spaeng Tobias (M.A.)	Innovationsarbeit von integrierten Kommunikationsagenturen – eine modellhafte Entwicklung eines Innovation-Audit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Konzeption (K)	x

	Die Macht der Gewohnheit: Ein PR-Konzept zur kommunikativen Implementierung eines Programms zur Profitabilitäts- und Effizienzsteigerung im BMW Werk Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)	x
Spaering Tobias (B.A.)	Marken-PR im virtuellen Raum. Ein Konzept zur Kundenkommunikation von DU DARFST in der Online-Welt SECOND LIFE. Die Kundenzeitschrift als Instrument des Corporate Publishing. Theoretisch-analytische Grundlagen eine Evaluation des Audi Magazins.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Konzeption (K) Werbung (W) Unternehmenskommunikation	x
Stieler Claudia (M.A.)	Diversity und Diversity Management in der internen Unternehmenskommunikation. Theoretische Grundlagen und eine empirische Analyse der Mitarbeitermagazine von DAX-30-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	(UK) Interne Unternehmenskommunikation	x
Stockmann Pia (M.A.)	Online-Kommunikation in der auswärtigen Kulturpolitik. Eine Untersuchung am Beispiel des Goethe-Instituts.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	(I-UK)	x
Theil Anna (M.A.)	Vertrauen in der Unternehmenskommunikation. Anwendbarkeit des Corporate Trust Index als Instrument im Kommunikationsmanagement.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online-PR (O-PR) Öffentliches Vertrauen	x
Tietz Sandra (M.A.)	Nationenimages und internationale politische PR. Das Medienimage Russlands in FOCUS-Online im Jahr 2010.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	(V) Politische Kommunikation (PoK); Internationale PR	x
Tyscenko Tatjana (B.A.)	Sponsoring in der Unternehmenskommunikation. Das Fallbeispiel „Strategisches Sponsoring der Verbundnetz Gas AG“. Der „PISA Schock“. Eine Studie über die Intereffikationsbeziehungen zwischen politischer PR und Journalismus unter Berücksichtigung eines IST-SOLL-Vergleichs politischen Handelns.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Sponsoring (S) Fallstudie (F) Politische Kommunikation	x
Uhlemann Thomas (Magister)	Coaching als Instrument der Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie der Postbank Vermögensberatung Service GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	(PoK) Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien	x
Unger Christian (Magister)	Die Krisenkommunikation am Flughafen Leipzig/Halle – Eine Analyse der Community Relations auf Basis der Theorie des öffentlichen Vertrauens am Beispiel der Veranstaltung Flughafen Direkt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	(F) Öffentliches Vertrauen (V); Regionale PR (RPR); Krisen-PR (KPR)	x
Vogel Susann (Magister)	Kommunikation als Treiber von Prozessinnovationen. Theoretische Grundlagen und eine empirische Untersuchung am Beispiel des Technologiemanagements von Daimler Trucks.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	(F) Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien	x
Vogel Sascha (B.A.)	Annäherung von Unternehmenskultur und Corporate Identity in Spin Offs. Die kulturellen Einflussfaktoren auf Arbeitgebermarken in China, Indien und Brasilien. Employer Branding aus Sicht der internationalen Unternehmenskommunikation. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Internationale PR (I-PR)	x
Wagstyl Alexandra (M.A.)	Markenkommunikation auf dem Kosmetikmarkt. Literaturbestandsaufnahme und Darstellung am Fallbeispiel der BÖRLIND Gesellschaft für kosmetische Erzeugnisse mbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Fallstudien (F)	x
Walthers Katja (M.A.)					
Weber Franziska (M.A.)					
Weichert Susann (Magister)					

	Social Media in der Organisationskommunikation von Kultureinrichtungen.				
Weigand Wibke (M.A.) Weigt	Eine Fallstudie am Beispiel des Goethe-Instituts.	Leipzig School of Media	2010	Online-PR (O-PR)	x
Anne-Christine (B.A.)	Die Stadt als Marke. Theoretische Analyse und empirische Fallstudie am Beispiel „Leipziger Freiheit“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F) Regionale PR (RPR) Unternehmens- Kommunikation	x
Weinmann Kira (B.A.)	Kommunikationswandel in der Lebensmittelbranche. Vertrauen in der Krise. Eine Fallstudie	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	(UK)	x
Weise Jörg (Magister)	am Beispiel der Bankenkrise um die Sachsen LB und deren Übernahme durch die LBBW.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Fallstudien (F) Krisen-PR (KPR)	x
Wetzel Jonas (M.A.)	Die Vertrauenskrise im Radsport. Inhaltssanalyse zur Berichterstattung über die Tour de France und Lance Armstrong von 2003 bis 2013 und Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Krisen-PR (KPR)	x
Wild Pia (B.A.) Winter, Jonathan Dennis (M.A.) Wohlge- muth Christine (Magister)	Herausforderungen des digitalen Customer-Relationship-Managements im Mediensektor. Eine vergleichende Analyse des Kundenbindungsmanagements von ARTE, ARD, ZDF, ProSiebenSat1 Media SE und der Mediengruppe RTL.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		x
	Das strategische Management der Public Affairs bei Mergers & Acquisitions und Foreign Direct Investments.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Public Affairs (PA) Fallstudien (F)	
	Vertrauensverlust in der Öffentlichkeit – Die „Spendenaffäre“ bzw. „Führungs- krise“ bei UNICEF Deutschland. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Öffentliches Vertrauen (V) Non- Profit (NP)	x
Wunder Anke (M.A.)	Beton? Natürlich. Branchenkommunikation und Verknüpfungspunkte zu Unternehmensmarken (am Beispiel Lafarge). Eine strategische Konzeption zur Positionierung von Beton als nachhaltigen Baustoff.	Leipzig School of Media	2013	Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Zielmann Sarah (Magister)	Medien-PR von Fernsehanstalten. Darstellung und Vergleich der PR-Aktivitäten von zwei Nachrichtensendern (n-tv und N24).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Zimmer- mann Robert	Schaffung und Verlust von Anlegervertrauen -eine kritische Bestandsaufnahme mit Befragung verschiedener Anlegergruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Investor Relations (IR)	x