

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. Gesundheitskampagnen und die damit verbundene Gesundheitskommunikation. Darstellung wichtiger theoretischer Ansätze sowie ein Überblick über die Gesundheitskampagnen der österreichischen Krebshilfe.	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Salzburg	2018			
Adelt Andrea Esther (Diplom)			1994	Kampagnem (PR-K)		
Ademaj, Melina (B.A.)	Integrierte Kommunikation am Beispiel von Kabarett-Theatern Streaming Media in der Unternehmenskommunikation. Untersuchung zur Änderung von Nutzungsgewohnheiten und Akzeptanz des Business-TV der HypoVereinsbank AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020			
Adler Steffen (Magister)	Geschichtskommunikation am Beispiel des 450-jährigen Jubiläums der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Unternehmenskommunikation (UK)		(04-080)
Adolph Doreen (B.A.)	Szenarien medialer Übernahmenschlachten: Eine inhaltsanalytische Untersuchung zum Framing der Presseberichterstattung bei Unternehmensübernahmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F), Regionale PR (RPR)		
Adolph Doreen (M.A.)	Virtual & Augmented Reality in der Non-Profit-Kommunikation. Qualitative Studie zur Identifikation von Potenzialen und Risiken für NPOs im immersiven Storytelling.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Journalismus/PR (J/PR)		(13-072)
Ahrenberg, Hanna (M.A.)	Bundestagswahlen 1994. Politik, Politiker und Parteien in der Berichterstattung der Westfalenpost Hagen und der Märkischen Oderzeitung Frankfurt/Oder.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023			(23-019)
Albach Annett (Diplom)	Öffentlichkeitsarbeit und Marketing des Deutsch-Sorbischen Volkstheaters Bautzen. Bestandsaufnahme und Konzeptionsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung kultureller, regionaler und institutioneller Gegebenheiten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Politische Kommunikation (PoK)		
Albert Saskia (Magister)	Möglichkeiten und Grenzen der Krisen-PR. Eine explorative Studie zur Kommunikation des Discounters Lidl im Bespitzelungsskandal 2008.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Konzeption (K)		
Albrecht Bernhard (Diplom)	Die Sharing Economy in der journalistischen Berichterstattung – Chance oder Bedrohung?	Hochschule Zittau/Görlitz	2008	Krisen-PR (KPR), Fallstudien (F)		
Albrecht Katharina (B.A.)	Marken- und Imagebildung bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Das Beispiel MDR. – Begleitband-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Journalismus/PR (J/PR)		(17-018)
Aldinger Karin (Magister)	The Role of Marketer-created Online Brand Communities in Brand Development: Brand Communication on Social Networking Websites.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Image (I)		
Aleksandrova Anna (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2020			(20-001)

Alhoms, 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 (UK)	Unternehmenskommunikation	
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+Is	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	Fallstudien (F)	
Anagu Simone (Magister)	Kommunale Öffentlichkeitsarbeit in Leipzig. Stadtbüro als Instrument der Dialogorientierung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Politische Kommunikation (PoK); 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.)	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)
Arnold Sabine (Magister) (Oeckl)	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)
Arras Sabine (Magister)	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- UNEVOC und seinen multinationalen Mitgliedzentren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Unternehmens- kommunikation (UK)	(00-045)
Baudach Janine (B.A.)	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?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-034)
Bauer Moritz; Weiß Leonie (B.A.)	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	2022		(22-003)
Bauer Nicole (Magister)	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	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.	Universität Bamberg, Germanistik	1993	Fallstudien (F) Ethik (E)	(13-056)
Beck Leonie (B.A.)	Die Rolle der internen Kommunikation in Start-ups. Eine qualitative Erhebung der Bedeutung in verschiedenen Entwicklungsphasen von Start-ups.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-074)
Becker Egbert (Oeckl)	Kommunikationskonzept für die Jazztage im Revier. (PR-Konzeption). Wissen teilen – ein Wiki für Pleon. PR-Konzeption zur Implementierung des Wissensmanagementsystems in einer internationalen Kommunikationsberatung.	Hamburg	1993	Konzeption (K)	
Becker Eva (B.A.)		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
Behrens Britta (Magister)	NOKIA DisConnecting People. Unternehmenskommunikation in der Krise.	Universität Trier, Medienwissenschaft	2009 (UK)	Fallstudien (F); Unternehmenskommunikation
Beier Constanze (Magister)	Das Intranet als Instrument der sich wandelnden internen Unternehmenskommunikation – Bestandsaufnahme und Fallstudien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 (UK)	Fallstudien (F); Unternehmenskommunikation (05-045)
Beiersdorf Julia (M.A.)	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	2018 (UK)	Unternehmenskommunikation (18-126 a+b)
Beitat Katja (Magister)	Karriere und Dynamik politischer Skandale in der medialen Öffentlichkeit: Der Fall Jürgen W. Möllemann. Eine Fallstudien-darstellung mittels Mehrmethodenanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Fallstudien (F)	(04-082)
Bekers Miriam Kristin (M.A.)	Entwicklung der Nachhaltigkeitskommunikation der DAX-30-Unternehmen. Eine quantitativ-qualitative Inhaltsanalyse der Nachhaltigkeitsberichterstattung ausgewählter DAX-30-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-100)
Bekhit Leila (Magister)	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	2004 Fallstudien (F)	
Belgorodski Tatiana (Dissertation)	Storytelling in der internen Unternehmenskommunikation. Nutzen und Einsatz von Geschichten in der Unternehmenspraxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 (UK)	Interne Unternehmenskommunikation (I- UBL: E-Book)
Benedik Christian (Diplom)	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 – Kommunikationsstrategien von	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Fallstudien (F)	
Bernhardt Thomas (B.A.)	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	Unternehmens-kommunikation 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Werbung (W)	(09-017)
Beyer Susanne (Diplom)	Das journalistische Porträt: Funktionswandel und Kontinuität. Eine historisch- analytische und empirische Studie.	Universität Bamberg,	1994 (J/PR)	Journalisms / PR
Bezold Nadine (B.A.)	Der Sport als Geschichte. Eine Untersuchung zum Einfluss von Digital Storytelling auf die Fanbindung in Profifußball.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-010)
Biberacher Lena (M.A.)	Shortseller als Herausforderung der Finanz-/Unternehmenskommunikation. Eine qualitative Untersuchung der Stakeholdererwartungen und der Kommunikation von Unternehmen im Falle einer Short Attack.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-105)
Bichler Lena (B.A.)	Zwischen Fiktion und Wirklichkeit in der Nutzer:innenorientierung. Eine qualitative Analyse des Einsatzes der Persona-Methode im Online-Journalismus.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-005)
Bicker, Maximilian (B.A.)	Starke Marken im digitalen Zeitalter. Eine qualitative Analyse der Brand Communication von Streetwear Brands auf ihren Websites.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-004 K)
Biederstaedt Christian (M.A.)	Digital Public Affairs statt "klassischer Lobbyismus"? Die politische Kommunikation von Greenpeace Deutschland im Internet.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2014 (F)	Politische Kommunikation (PoK); Fallstudien
Biehl Brigitte (Oeckl)	Die Hauptversammlung als Performance zwischen Theater und Management. Untersuchung der 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 Unternehmen aus der Sicht von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 Fallstudien (F)	
Bien Ulrich (Diplom) (Oeckl)	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 Kommunikation des Ausstellers am Beispiel der Touristik - Ein Leitfaden für Aussteller.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 (UK)	Unternehmenskommunikation (02-005)
Bischoff Undine (Diplom)		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	2010 (UK)	(11-151)
	Der ökonomische Wertbeitrag von Gesundheitskommunikation. Wertidentifizierung und datenbasierte Erfolgsmessung präventiver Gesundheitskommunikation bei gesetzlichen Krankenkassen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kommunikationscontrolling (C)	(17-097)
Blaschka Martin (M.A.)			Unternehmenskommunikation	
Blombach Malte (Magister)	Die Entwicklung von Unternehmensleitbildern. Nachhaltigkeitskommunikation auf Websites – Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten für die Unternehmenskommunikation in der Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 (UK)	(02-030)
Blumtritt Michelle (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	CSR-Kommunikation	(14-130)
Boehm Martin (Magister)	Selbstreflexion zum journalistischen Berufsethos – Der Fall Barschel und die Presse. Forschungssponsoring als PR-Instrument. Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzung einer Blogstudie für Ask.com Deutschland. (2 Bde. mit Anhang)	Freie Universität Berlin	1991 Fallstudien (F)	
Bogosyan Janine (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	Konzeption (K); Sponsoring (S)	(07-119 a+b)
Böhm Alexander (M.A.)	Die Organisation grenzüberschreitender Krisenkommunikation. Eine Mehrmethodenstudie zu Kommunikationsabteilungen in Wirtschaft und Politik.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (I-PR); Krisen-PR (KPR)	(12-037)
Bohnacker Sabine (Oeckl)	Socio – Sponsoring (Bestandteil der Diplomarbeit)		1993 Sponsoring (S)	
Bohne Franziska (B.A.)	Recruiting und Employer Branding im Social Web. Eine Untersuchung zur Kommunikation der DAX-Unternehmen auf den Karriereseiten im sozialen Netzwerk Facebook. Vernetzungsaspekte einer Marktkommunikation am Beispiel der Feldschlößchen AG, Dresden. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online PR (O-PR)	
Bohnert Jana (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 Fallstudien (F)	
Bolder Eva Charlotte (M.A.)	Unternehmenskommunikation, Kommunikationsmanagement und Mikropolitik. Eine Reinterpretation von Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement im Rahmen eines mikropolitischen Verständnisses von Organisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation (UK); Theorie (PR-T)	(13-073)

Boleslawski Mirko (Magister)	Visualisierung als Nachrichtenfaktor. Neue Möglichkeiten und Anforderungen an aktuelle Pressearbeit für Publikumszeitschriften.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalisms / PR 1999 (J/PR)	(00-075 a+b)
Bollenbach Antje (M.A.)	Erzwungene Professionalisierung? Analyse staatlicher Öffentlichkeitsarbeit im Deutschen Kaiserreich 1890-1914 am Beispiel der „Flottenpropaganda“. Einflussfaktoren auf die Glaubwürdig- keit von CSR-Maßnahmen und Kommunikation im Kontext öffentlicher Vertrauensbildung. Modellentwicklung sowie eine Befragung von Kommunikations-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 PR-Historie (H)	(10-019)
Bomhoff Jana (M.A.)	experte und unternehmerischen Bezugsgruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Öffentliches Vertrauen (V)	(12-068)
Boncheva Lyuba (B.A.)	Le Musée imaginaire" im Jahr 2021. Eine qualitative Inhaltsanalyse der Affordanzen der virtuellen Ausstellungsplattformen Decentraland, Online Viewing Room, Virtual Online Museum of Arts und webb.game.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-062)
Boneberg Christoph (M.A.)	Corporate Social Responsibility- Kommunikation in den USA und Deutschland. Inhaltsanalytische Untersuchung von Websites US- amerikanischer und deutscher Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-076)
Borchardt, Björn (M.A.)	Erfolgsmessung der Innovationskommunikation. Ein praxisorientiertes Benchmarking-Modell zur unternehmensübergreifenden Evaluation von Kommunikationsaktivitäten im Bereich Innovation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-021)
Borchardt, Simon (B.A.)	Strategische Kommunikation von Lebensmittelherstellern. Es geht um die Wurst: eine qualitative Untersuchung hinsichtlich der Schwerpunkte in der externen Kommunikation von vegetarischen/veganen Lebensmittelherstellern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2020 (UK)	
Borgmann Christina (Diplom)	Probleme der Wissenschafts-PR für klein- und mittelständischen Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 1996 (UK)	(96-011)
Borner Maria (M.A.)	Corporate Listening in der Unter- nehmenskommunikation. Theoretische Modellierung und Definition des organisatorischen Zuhörens als strategischen Kommunikationsmodus.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2015 (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	Mitarbeiter- Kommunikation 2015 (MitK)	
Börngen Henryk (Magister)	Energiewirtschaft – Eine Fallstudie der VNG-Verbundnetz Gas Aktiengesellschaft	Universität Leipzig, Institut für KMW	Politische Kommunikation 2002 (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	Unternehmens- kommunikation 2012 (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 Medienwissen-schaft	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. Krisenkommunikation von Unternehmen: Eine Replikationsstudie zur Krisenkommunikation im internationalen	Frankfurt	1993 Konzeption (K)	
Botvinnik Iuliia (B.A.)	Kontext. Talent-Management in PR-Agenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-043)
Brachvogel Franziska (M.A.)	Konzeptionelle Grundlagen und empirische Ausprägungen in Deutschland. AI, 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	Unternehmens- kommunikation 2015 (UK)	(15-040)
Brandt Martin (B.A.)	Digitale Investor Relations. Eine Inhaltsanalyse der digitalen Privatanlegerkommunikation von DAX30- Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-106)
Brandt Tabea (B.A.)	Fitness Gamification und die Big Five. Eine empirische Untersuchung zu den individuellen Nutzungsmotiven und Nutzungsarten mobiler Fitness	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-035)
Braun Constanze (M.A.)	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. Issues Management in der chemischen Industrie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmenskommunikation (UK)	
Brauße Stefan (Magister)	Bestandsaufnahme eines Kommunikationskonzepts in großen deutschen Chemieunternehmen. Emotionale Framingstrategien in politischer Kommunikation. Eine qualitative Inhaltsanalyse der affektiven und kognitiven Kommunikationsstrategien auf Instagram. Kampagnen in der öffentlichen Kommunikation. Eine Fallstudie und eine Befragung der Verkehrssicherheitskampagne „Lieber sicher. Lieber leben.“ Des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Arbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Issues Management (IM)	(04-046)
Bregmann, Lara (B.A.)	Kommunikation. Eine qualitative Inhaltsanalyse der affektiven und kognitiven Kommunikationsstrategien auf Instagram. Kampagnen in der öffentlichen Kommunikation. Eine Fallstudie und eine Befragung der Verkehrssicherheitskampagne „Lieber sicher. Lieber leben.“ Des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Arbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		(23-005)
Briege Maïke (Magister)	Interne Wahrnehmung und Positionierung des Kommunikationsmanagement in Unternehmen. Empirische Fallstudie und Konzeption eines Analyse-Frameworks 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	Fallstudien (F)	(05-002)
Brockhaus Jana (M.A.)	Unternehmen. Empirische Fallstudie und Konzeption eines Analyse-Frameworks 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	2020		(20-047)
Brodmann Karola (Magister)	Kommunikationskonzepts.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Konzeption (K)	(04-055)
Brömmel 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); Unternehmenskommunikation (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)		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.	Heidelberg	1992	Konzeption (K)	

Brüggemann André (Magister)	Corporate Content Check. Entwicklung und Anwendung eines Analysemodells für das Qualitätsmanagement der Public Relations im Internet am Beispiel der SDAX-Unternehmen.	Universität Essen	2002	Internationale PR (I-PR)	
Brüning Marie Geraldine (B.A.)	Personen-PR: Der CEO als Gesicht des Unternehmens. Unter Berücksichtigung kommunikationspsychologischer Aspekte.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmenskommunikation (UK)	
Brunn Stefan (Diplom)	Nachrufe in deutschen Tageszeitungen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung am Beispiel von FAZ, FR, SZ, Welt, Stuttgarter Zeitung und der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung.	Universität Bamberg,	1995	Non Profit (NP)	
Buchele Mark-Steffen (Magister)	Der Ötzi – ein Medienereignis. Wirklichkeitsvermittlung im Spannungsfeld von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Eine Fallstudie zur jungneolithischen Mumie aus dem Gletscher vom Hauslabjoch.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Journalisms / PR (J/PR)	
Buchele Mark-Steffen (Dissertation)	Der Wertbeitrag von Unternehmenskommunikation. Theoretische Grundlagen, kritisch-analytische Bestandsaufnahme und dimensionale Modellierung.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2006	Unternehmenskommunikation (UK); Controlling (C)	UBL:01H-2007-228
Buchheim Alexander C. (Magister)	Die parteiprogrammatische Ausrichtung der deutschen Sozialdemokratie (Neue Mitte) und ihre Umsetzung (Mitte) vor dem Hintergrund medialer Prozesse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)	
Buchheim Ulrike (Diplom)	Probleme der Imagebildung in der Wirtschaftskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der PR für Wohnparks.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(99-019)
Buchmann Johannes (M.A.)	Internetbasierte Bewegtbildkommunikation in der politischen Kommunikation: Regierungskommunikation auf dem YouTube-Kanal der Bundesregierung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Politische Kommunikation (PoK)	(13-185)
Buchmann, Margot; Fuchs, Sonja (Diplom) (Oeckl)	Entwicklung einer Marketingkonzeption für den AIRPORT LINER. Empirische Studie über ein länder-übergreifendes Nahverkehrsprojekt.	Universität Trier	1992	Konzeption (K)	
Büchner Daniel (Diplom) (Oeckl)	Vergleich des kommunikativen Auftritts von Finanzdienstleistern in Deutschland in konjunkturellen und rezessiven Phasen.	TU Berlin, Geisteswiss. Fakultät	2003	Fallstudien (F)	
Budde, Lea Friederike (M.A.)	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)
Budziarek Tatjana (B.A.)	Nationenimages und internationale politische Public Relations am Beispiel Finnlands.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Politische Kommunikation (PoK)	

Bühler, Lara (M.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)
Buhl Annekatri (Magister)	Controlling und Evaluation von Events. Konzeptionelle Grundlagen, empirische Bedeutung und Entwicklung eines Modells zur Event-Evaluation. Diskursblasen im Netz: Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Unternehmenskommunikation (UK)	(08-004)
Bührmann Natalie (B.A.)	Untersuchung anhand eines aktuellen Beispiels. Mitarbeiter als Corporate Influencer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017		(17-026)
Bui Thu Hoai (M.A.)	Ein Framework zur Integration durch das Kommunikationsmanagement. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(19-018 a+b)
Bulla Martha (M.A.)	Crossmediale Ansätze in der externen Wissenschaftskommunikation. Analyse von Strategie und Strukturen ausgewählter Forschungseinrichtungen. Storytelling in der Unternehmens-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Wissenschafts- und Innovationskommunikation (WIK)	(16-148)
Bullmann Janina (B.A.)	kommunikation – mehr als nur Geschichten erzählen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmenskommunikation (UK)	(11-058)
Bunk Corinna (Magister)	Sportberichterstattung für Kinder im Fernsehen. Eine interpretative Analyse am Beispiel der Sendung „Piff“ (ZDF).	Universität Bamberg,	1992	Fallstudien (F)	
Bunk Lena (Magister)	Glaubwürdigkeit von CSR-Kommunikation aus der Sicht von Wirtschaftsjournalisten. Digitale Transformation und Kommunikation in Zeiten von COVID-19.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)	(10-120)
Burgstedt Lisa (M.A.)	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Sponsoring (S)	
Burkert Augustine (B.A.)	Mentoring als Instrument der Nachwuchsförderung im Berufsfeld Kommunikationsmanagement/PR. Eine empirische Untersuchung aktueller Mentoring-Programme nationaler und internationaler PR-Berufsverbände. Public Relations im Zeitalter der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK)	(13-088)
Burkhardt Tobias (Magister) (Oeckl)	Online-Medien. Eine qualitative Untersuchung zur gegenwärtigen Bedeutung der PR in ausgewählten Organisationsformen.	Universität Bremen	2002	Internationale PR (I-PR)	
Burkert Stephan (Diplom)	Erfolgsorientierte Konzeption und Gestaltung eines landesweiten privaten Hörfunkprogramms. Eine problemorientierte Analyse. Social Media Praxis Sächsischer Landtagsabgeordneter. Eine deskriptive	Universität Bamberg,	1993	Fallstudien (F)	
Burow Melanie (B.A.)	Untersuchung zur Facebook-Präsenz Sächsischer Landtagsabgeordneter.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2013	Politische Kommunikation (PoK); Online-PR (OPR)	

Bursée Ingo (Magister)	Das Internet als Instrument der Unternehmenskommunikation. Literaturbestandsaufnahme und Darstellung eines Fallbeispiels.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Unternehmenskommunikation (UK)	
Buschatzky Anja (B.A.)	Staatliche Öffentlichkeitsarbeit und ihre Probleme auf Ebene der Bundesländer am Beispiel von Niedersachsen. Wahrnehmung von Corporate Social Advocacy in Deutschland. Eine experimentelle Studie zum Prozess der Legitimitätsbewertung	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Politische Kommunikation (PoK); Regionale PR (RPR)	
Buschbeck Emilia (M.A.)	gesellschaftspolitischer Positionierungen von Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-053)
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	2014	Online-PR (O-PR)	(14-009)	
Cauers, Christian (Diplom) (Oeckl)	Mitarbeiterzeitschriften in Deutschland 2003. Strategische Kommunikation und Leitbildentwicklung bei Nonprofit-Organisationen. Fallbeispiel: Das	Hochschule für Musik und Theater, Hannover	2003	Unternehmenskommunikation (UK)		
Chitralla Christian (Magister)	Institut für Angewandte Trainingswissenschaft. Employer Branding – Als Arbeitgeber Marke werden. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Arbeitgeberpositionierungen der	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	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-077)	
Cimiotti Gina (M.A.)	empirische Überprüfung anhand der Prinzipal-Agent-Theorie. Corporate Publishing: Eine analytische Bestandsaufnahme unter besonderer Berücksichtigung des Instruments „Imagebroschüre“ und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-090)	
Clauß Franziska (Magister)	eine Inhaltsanalyse von Imagebroschüren wissenschaftlicher Einrichtungen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Image (I)	(11-009)	
Claves Hubert (Diplom) (Oeckl)	Corporate Foundations im Spannungsfeld der internen und externen Positionierung. Probleme der Kommunikationsarbeit kultureller Institutionen. Eine	Fachhochschule Osnabrück	2005	Unternehmenskommunikation (UK)		
Creutz Carolin (Magister)	Fallstudie Am Beispiel des Kulturhauses Böhlen. Narrative Ansätze in der Online-Unternehmenskommunikation: Chancen und Herausforderungen des	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(00-009)	
Cujé, Sarah; Lamotte, Mathilde Helene (B.A.)	empirische Bestandsaufnahmen Storytelling basierter Content Marketing Beiträge anhand Topmarken Deutschlands.	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. PR-Agenturen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Fallstudien (F)		
Deck Marina (Magister)	Branchenstruktur, Wettbewerbstreiber, Entwicklungstendenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	PR (RPR)	(09-0045 a+b)	
Deeg Lothar (Diplom)	Themengebundene Journalisten- preise als PR-Methode.	Ludwig- Maximilians- Universität München	1991	Journalismus/PR (J/PR)		Kopie
Dees Matthias (Diplom)	Public Relations als Management- aufgabe. Ein empirischer Beitrag zur Untersuchung des Berufsfeldes Öffentlichkeitsarbeit unter besonderer Berücksichtigung einer zunehmenden Feminisierung.	Universität Hohenheim, Wirtschafts- und Sozialwissen- schaften	1995	Theorie (PR-T)		
Degenhart Silvia (Diplom)	Produktlose Werbung mit den Fall- beispielen Humanic und Benetton. Wirklichkeitskonstruktion durch Kampagnen von Tierrechts- organisationen. Eine inhalts-analytische Untersuchung der PETA-Kampagne Legalisierte Tierqual.	Universität Wien	1997	Fallstudien (F)		
Deichmann Kathrin (B.A.)	Die Versorgungssicherheit im Erd- gasmarkt. Eine Analyse der Policystruktur und die Not-wendigkeit der Entwicklung neuer Steuerungsinstrumente.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Kampagnen (PR- K)	(16-014)	
Deichsel André (Magister)	Begriff und Phänomen Lobbying und Lobbyismus in der Medien- berichterstattung am Beispiel Spiegel Online und Focus Online.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Unternehmens- kommunikation; Image (I)		
Demagin Julia (B.A.)		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 (Disserta- tion)	Storys mit Studien – Produktion von Aufmerksamkeit mit Rankings, Umfragen und Statistiken in Journalismus und PR.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	2013	Kampagnen (PR-K); Konzeption (K)	UBL: E-Book	

Desislava Rumenova Deseva (Magister)	Das Image ‚Made in Germany‘ in Bulgarien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR); Image 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	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-064)
Dicke Laura (B.A.)	Branchenmagazinen. Employer Branding deutscher Startup-Unternehmen. Eine qualitative Studie über die strategische Positionierung neu gegründeter innovativer	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 (I-UK)	(17-027)
Dicke, Laura (M.A.)	Unternehmen als attraktive Arbeitgeber 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	Universität Leipzig, Institut für KMW	CSR-Kommunikation 2017 (CSR)	
Dietlmeier Julia (M.A.)	Kommunikationsmanagement – Entwicklung eines systematischen Bezugsrahmens und empirische Betrachtung der Praxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-113)
Dietrich, Kirsten; Ulonska, Angela Dietrich Madlen (M.A.)	Stadt von Anfang an! [Abschlussarbeit zur Berufsqualifikation]	Düsseldorf	1995 Konzeption (K)	
	Wirkungen und Wirkungsstufen im Kommunikations-Controlling	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Controlling ( C)	(11-127)

Dietsche Florian (M.A.)	Die Nachhaltigkeitskommunikation von Banken. Eine qualitative Untersuchung der Anforderungen von Privatkund:innen an die Nachhaltigkeitskommunikation von Direktbanken.	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 (PoK); Image (I)	Politische Kommunikation
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 (UK)	Unternehmens-kommunikation
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, Fakultät für Sozialwissen-schaften und Philosophie	1997	Unternehmens-kommunikation (17-052)
Döring Ulrike (Disserta-tion)	PR-Strategien von Staaten im Kriegsfall.	Universität Bamberg	2004 (PoK)	Fallstudien (F) UBL: 99-2-95
Dormann Markus (Diplom)				Politische Kommunikation

Domanewskaja Anastasia (B.A.)	Akteur der Gesundheitskommunikation – Eine empirische Studie zum Berufsbild des Kliniksprechers in Deutschland. Ergebnisse, Entwicklungen und Herausforderungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Image (I)	(13-140)
Dornberg Bettina (Magister)	Umweltberichterstattung als Problem. Eine Leserstudie bei den 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 Kommunikationsaktivitäten des Europäischen Parlaments zur Einführung des Euro.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 1998 (J/PR)	(01-010)
Drebenstedt 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 Dorfstage“ als Instrument staatlicher Öffentlichkeitsarbeit – kritische Analyse, Resonanz, Verbesserungsvorschläge	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 1999 (RPR)	(00-046)
Dressel, Emma (B.A.)	Wandel und neue Formate im Deuschrapjournalismus. Eine Formatanalyse anhand von audiovisuellen Beiträgen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	
Dreßig 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	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien 2004 (F)	(05-046)
Droller Miriam (M.A.)	Nonprofit-Organisationen im Social Web. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Dialogkommunikation 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 Kommunikationsmanagement.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation 2008 (UK)	(08-018)
Dühring, Lisa (Dissertation)	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. Gefälschte Online-Bewertungen:	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor 2002 Relations (IR)	(02-036)
Dunkel Nicole (B.A.)	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 Unternehmens- kommunikation (UK); Öffentliches Vertrauen (V)	(21-101)
Dziemballa Hanna (B.A.)	„Nach der Quote ist vor der Quote“: Analyse der Kommunikation von DAX-Unternehmen zur Einhaltung der Frauenquote im Aufsichtsrat.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	
Dworek Karolina(B.A )	Employer Branding im mittel- ständischen 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	CSR- Kommunikation (CSR)	(15-085)	
Echterhoff Jutta (Oeckl)	Public Relations für einen Fernsehsender. Zur Konstruktion eines Images durch außerprogrammliche Kommunikation am Beispiel von RTL.	Universität Essen	1999	Fallstudien (F)		
Eder Linda (Magister)	What Motivates Students To Become Active? Applying the Situational Theory of Publics to the Student Protests in Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Theorie (PR-T)	(10-102)	
Edler Janine (Magister) Eggert Kati (Diplom) (Oeckl)	PR interkulturell – eine qualitative Analyse deutscher und französischer Unternehmenskommunikation im jeweiligen Nachbarland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Internationale PR (IPR)		
Ehrhardt, Jessica (B.A.)	Frühwarnung und Früherkennung in der Öffentlichkeit. Startup-Kultur und Markenidentität: Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Relevanz von Startup-Unternehmenskulturen und deren Einfluss auf die Markenidentität.	Universität Göttingen	1999			
Eichholz Martin (Magister)	Die PR Dt. Wirtschaftsunternehmen im Internet: Monolog oder Dialog? Kennzeichnungspflicht auf Instagram: Der Einfluss von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-029)	
Eidmann Estibaliz Carmen (B.A.)	Comeback des Bildungsfernsehens. Eine qualitative Inhaltsanalyse des	Universität Mainz	1997	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Eisermann Antonia (B.A.)	Bildungsformats Grips hinsichtlich der Bedingungen des sächsischen Lehrplans.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-034)	
Eitel Maren (M.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		(21-066)	
Ekanem, Biana D. (M.A.)	Journalists on Twitter: Follower, Gender and Perceptions of Credibility.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens- kommunikation (UK); Fallstudien (F)	(13-074 a+b)	
			2020			

Elkan, Caroline (B.A.)	Museen im Social Web. Der Einsatz von Instagram in der Bildungs- und Vermittlungsarbeit von Kunstmuseen. Corporate-Influencer-Programme in deutschen Unternehmen. Ein Framework zur Entwicklung von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019 (UK)	Unternehmens- kommunikation (19-118)
Elschner, Diana (M.A.)	Qualitätskriterien für Corporate-Influencer-Programme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-057)
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	2017 (WIK)	Wissenschafts- und Innovations- kommunikation (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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Fallstudien (F)	(12-051)
Enders Gisela (Diplom)	Akzeptanz und öffentliche Beziehungspflege einer Schlüsselindustrie mit Risiko-potential. Versuch einer soziologischen und theologischen Annäherung.	Albert-Ludwigs- Universität Freiburg im Breisgau	1991	Sponsoring (S); Öffentliches Vertrauen (V)
Endres Susanne (Diplom) (Oeckl)	Krisen-PR. Unternehmenskommunikation in schwierigen Situationen.	Friedrich-Alexander- Universität, Erlangen-Nürnberg	1992	Krisen-PR (KPR)
Engel Christian (M.A.)	Investor Relations als Teilbereich der Integrierten Kommunikation? Reflektion etablierter theoretischer Ansätze, empirische Statuserhebung und Beurteilung der Sinnhaftigkeit. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Investor Relations (IR)
Engel Elvira (B.A.)	Transparenz in der PR-Praxis – Eine qualitative Untersuchung zum Umgang mit Transparenz in der Unternehmenskommunikation der deutschen Automobilbranche. Die externe OA von Energiekonzernen 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	2000 (UK)	Unternehmens- kommunikation (01-016)

	Rollenkonflikte von Corporate Influencern. Mitarbeitende im Spannungsfeld widersprüchlicher Erwartungen. Eine qualitative Studie zum Auftreten von und dem Umgang mit Rollenkonflikten von Corporate Influencern am Beispiel der DATEV.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-058 a+b)
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 Kommunikation öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-067)
Enke Nadja (M.A.)	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).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Online-PR (OPR) (15-086)
Epp Melanie (Magister)	Der Verlust öffentlichen Vertrauens. Analyse der Berichterstattung über Vattenfall im Jahr 2007.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)
Ermes Viktoria (Magister)	Das Lobbyregister der Europäischen Union. Vorteile und Grenzen für die politische Interessenvertretung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Fallstudien (F); Öffentliches Vertrauen (V) (10-042)
Espe Carolin (B.A.)	Die Interdependenzen von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Politische Kommunikation (PoK); Lobbying (L)
Eter Linda (B.A.)			2013	Journalismus/PR (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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(17-055)	
Fechner Ronny (Magister)	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	2004	Theorie (PR-T)	(05-014)	
Fechner Ronny (Dissertation)	Intereffikation von Journalismus und Presse- bzw. Medienarbeit als integraler Bestandteil von Organisationskommunikation. Analyse, Operationalisierung und Erweiterung eines Kommunikationsmodells. (3 Bde.)	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2017	Journalismus/PR (J/PR)		
Fecht Udo (Dissertation)	Die Pressefreiheit der deutschen Automobilhersteller. Eine empirisch Analyse der journalistischen Selektion und Verarbeitung von Pressemitteilungen der deutschen Automobilherstellung in Tageszeitungen, Wirtschaftszeitung und Nachrichtenmagazin ....	Westfälische Willhelms- Universität Münster, Philosophische Fakultät	1997	Journalismus/PR (J/PR)	UBL: als Buch 99-9- 1251-(1)	
Fehring, Paula (B.A.)	Generation Porno? – Die Auswirkungen von Online-Pornografie auf das Sexualverhalten junger Erwachsener – Eine qualitative Befragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-032)	
Feiks Markus (B.A.)	Phänomen Shitstorm: Eine inhaltsanalytische Untersuchung ausgewählter Beispiele. Öffentliches Vertrauen in das Gesundheitssystem. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013		(13-038)	
Fein Katharina (Magister)	Berichterstattung über die sogenannte „Schweinegrippe“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Öffentliches Vertrauen (V)	(10-103)	

Feldmann, Gesa; Stetzler, Siegfried; Wilcken, Sabine	Kultur mit Profil. Konzeption zur Steigerung der Akzeptanz des Kulturkanals Arte.	Dossenheim	1993	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Öffentliches Vertrauen (V); Online-PR (OPR)	(12-062)
Fensch Martin (Dissertatio n)	News und Fake zum Thema „Impfen“. 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(18-108)
Feresztyn, Elisa (B.A.)	Das Internet der Dinge: Herausforderung für die Privatsphäre. Krisen- und Issues Management im Social Web. Strategien und Fallstudien	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017		(17-030)
Fiedler Kai (M.A.)	zur Krisenbewältigung im Rahmen der Online-Kommunikation.	Leipzig School of Media	2015	Krisen-PR (KPR)	
Fiege Thomas (B.A.)	YouTube-Kommunikation als Herausforderung für die PR in der Automobilwirtschaft. Die Rolle der Unternehmens- geschichte im Employer Branding. Fallstudie zur Wahrnehmung und Wirkung von Brand Heritage auf potenzielle Mitarbeiter bei zwei	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online-PR (OPR)	
Filger Lena (B.A.)	Unternehmen aus der Brauerei- Industrie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Fallstudien (F)	(17-067)
Findling Corinna (Diplom) (Oeckl)	Public Relations – Eine empirische Studie zur Öffentlichkeitsarbeit deutscher Großunternehmen.	Universität Hohenheim	1992	Unternehmens- Kommunikation (UK)	
Fink Sonja (Diplom) (Oeckl)	„Public Journalism“. Ein neues journalistisches Konzept und seine Umsetzung in Lokalredaktionen der USA.	Katholische Universität Eichstätt	1999	Journalismus/PR (J/PR)	
Finster Patrick (Magister)	Markenmanagement eines Auto- mobilherstellers am Beispiel Volkswagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmens- Kommunikation (UK)	

Fischer Benedict Moritz (M.A.)	Mitarbeitermagazine auf mobilen Endgeräten. Theoretische Grundlagen und empirische Analyse mobiler Mitarbeiter-magazine von in Deutschland tätigen Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Interne Unternehmens- kommunikation Politische Kommunikation	(15-109)
Fischer Michael (M.A.)	Quo vadis Demokratie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	(PoK)	
Fischer Michelle (B.A.)	Naturschutzkommunikation gleich Naturschutzbildung? PR im Auftrag von Tieren und Pflanzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Non Profit (NP)	
Fischler Christian (Magister)	Pressemappen als PR-Instrument: die Entwicklung von der klassischen Begleitinformation zum Mehrdimensionalen Instrument im Wandel der Kommunikations-gesellschaft. Die PR-Branche in Leipzig: Akteure, Strukturen, Professionalisierung. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)	(01-031)
Fleischer Franziska (Magister)	aktuelle Bestandsaufnahme der PR-Dienstleister und ein Vergleich mit der Situation 1998. Die praktische Umsetzung cross- und transmedialen Storytellings in der Kommunikation zu	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Regionale PR (RPR)	(11-094)
Flemming Gina (B.A.)	Originalproduktionen Netflix. Eine qualitative Inhaltsanalyse., Kooperation statt Konfrontation? Reputationsmanagement im Kontext	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-045)
Flemming, Gina (M.A.)	von NPO-Unternehmens-Kooperationen. Das Presse- und Informationsamt	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		(23-022)
Flume Christina (Transfer)	der Bundesregierung als Zentrum der Regierungskommunikation. Funktion – Struktur – Personal. „Führung aus der Ferne“ – Erfolgsfaktoren und Herausforderungen technisch vermittelter Führungskommunikation	Universität Bamberg		Fallstudien (F)	
Fonger Adrian (M.A.)	während der Corona-Pandemie in deutschen PR- und Kommunikationsagenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-059)
Förg Birgit (Magister)	Ethische Aspekte der Public Relations.	Universität Bamberg	1996	Ethik (E)	
Förg Birgit (Dissertation)	Moral und Ethik in der PR. Grundlagen- theoretische und empirische Analysen – Perspektiven.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen-schaften und Philosophie	2001	UBL: als Buch AP 17420 F654 M8	

	Verantwortungszuschreibung im Krisenfall. Ein Vergleich der Krisenkommunikation der Stadtwerke Hannover, Stadtwerke Leipzig und Stadtwerke München.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Krisen-PR (KPR)	
Formann Sarah (B.A.)	Vergleichende Werbung in Kommunikationskampagnen der Automobilmarken. Qualitative Inhaltsanalyse von vergleichenden Werbevideos der deutschen Premium-Automobilmarken.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-033)
Fortova, Viktoria (B.A.)					
Forster Ekkehardt; Schröder, Otto (Studie)	Erfahrungen massenwirksamer Öffentlichkeitsarbeit örtlicher Staatsorgane beim innerstädtischen Bauen. Der Wolf im Schafspelz?	Akademie für Staats- und Rechtswissenschaft der DDR	1985		
Fothe Christian (B.A.)	Theoretische Analyse von Propaganda und Public Relations im wissenschaftlichen Diskurs.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Theorie (PR-T)	
Frank Pascal (Diplom)	Unterschiedliche Theorieniveaus in Public Relations. Sozialwissenschaftliche und die Praktiker-theorien im Vergleich.	Universität Bamberg		Theorie (PR-T)	
Franke Neele (M.A.)	Befähigen, Beraten, Umsetzen – Neue Aufgabenprofile für Kommunikationsmanager in ganzheitlich kommunizierenden Organisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmens-Kommunikation (UK)	(11-189)
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	2014	Journalismus/PR (J/PR)	
Frenzel Tatjana (Diplom)	Der Wirtschaftspresse – dargestellt am Beispiel der Bayerischen Motoren Werke .	Universität Bamberg, Studiengang Soziologie	1995	Unternehmens-Kommunikation (UK)	
Friebel Stefanie (M.A.)	Die Entwicklung und Bedeutung studentischer PR-Initiativen in Deutschland. Eine empirische Studie 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 Unternehmerverbände im Kontext der Globalisierungs-entwicklung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Unternehmens-Kommunikation (UK)	(03-065)
Friedewald Heike (Magister)	Psychologie und PR. Eine Analyse psychologischer Ansätze hinsichtlich ihres Nutzens für die PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Theorie (PR-T)	(08-058)

	Das Verhältnis von PR und Journalismus. Die Wahlkampfberichterstattung anlässlich der Landtagswahlen 2004 in Sachsen.			
Friedrich Antje (Magister)	Eine Online-Befragung und Input-Output-Analyse am Beispiel der SPD. Innovationsjournalismus:	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 2005 (J/PR)	(06-008)
Friedrich Anke (B.A.)	Konzeptionelle Grundlagen und Herausforderungen für die PR. Unternehmenskultur. Versuch einer	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 2009 (J/PR)	
Friedrich Susanne (Magister) (Oeckl)	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	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Krisen-PR (KPR)	(13-090)
Fritzsche Anett (Magister) Fröbe	Fallstudie am Beispiel von 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) Füller-Seibel	Public Relations der deutschen Akademien der Wissenschaften. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen 2008 (PR-K)	
Petra (Magister)	Architektur und Kommunikation. Der Einsatz von Medien für „Das Neue Frankfurt“ in den 20er Jahren	Universität Mainz, Sozialwissenschaften	1998 Fallstudien (F)	
Fülöp, Anna Elisabeth (B.A.)	Organisationen. Die digitale Entwicklung des „MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V.“ Der strategische Einsatz transparenter Kommunikation in NPOs. Eine qualitative Untersuchung zu Rahmenbedingungen und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-041)
Funfack, Lina (M.A.)	Voraussetzungen zum Vergleich unterschiedlicher NPO-Arbeitsfelder.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-061)
Furchert Dirk (Dissertation)	Lokale PR-Kommunikation mittels hybrider Kommunikationstechniken in der entstehenden Informationsgesellschaft. Eine integrative Studie über den Einsatz neuer Medien in 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 Bundesligaver eins	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 Berichterstattung 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	Unternehmenskommunikation (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.)	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.	Leipzig School of Media	2013	Unternehmenskommunikation (UK)		
Geißlinger Esther (Magister)	Organisationsspezifische Bestimmungsfaktoren der Informationsauswahl und Informationsaufbereitung kirchlicher Pressedienste und Nachrichtenagenturen. Eine Fallstudie zum epd-Basisdienst.	Universität Bamberg	1994	Journalismus (J)		
Gensch Hans Gerhard (Dissertation)	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 Reactions (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 -	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997 Fallstudien (F)	
Gerst John-Miles (B.A.)	Mitarbeiterbindung, roter Teppich fürs Personal. Eine PR-Konzeption zur Implementierung von kommunikativen Maßnahmen zur Bindung von mobilen 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“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Konzeption (K)	

Göbel, Sarah (M.A.)	Corporate Activism als Herausforderung für die Unternehmenskommunikation. Rahmenbedingungen, Handlungsmöglichkeiten und Management der Corporate-Activism-Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(Anhang Sperrvermerk) (20-051 a)
Göcke Jana (Magister)	Das Amtsblatt als Medium der kommunalen Öffentlichkeitsarbeit von Städten. Eine Kommunikatorbefragung bei den Sprechern deutscher Großstädte und eine Leserbefragung am Beispiel des Amtsblattes der Stadt Halle (Saale). Hochschulmarketing im Social Web.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Regionale PR (RPR)	(04-056)
Gohr Marie-Theres (M.A.)	Verständnis, Erwartungen sowie Entscheidungsbereiche von Kommunikationsverantwortlichen und Hochschulleitungen. Politik. Medien. Skandal. Print-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Online-PR (O-PR)	(15-088)
Gohrhau Sascha (Magister)	mediale Diskurse in politischen Skandalen am Beispiel des sogenannten Sachsensumpfes. Integration von Social Media in die	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2008	Politische Kommunikation (PoK)	
Goller Anja (M.A.)	Sponsoringsaktivitäten von Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016		(16-129)
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-	Hochschule St. Gallen	1992	Theorie (PR-T) Unternehmenskommunikation (UK); Finanzkommunikation	
Golombek Christopher (M.A.)	explorative Untersuchung der Finanzvorstandspositionierung in Deutschland. Ceo-Kommunikation deutscher Start-ups in sozialen Medien. Ein Mehrmethodendesign zur	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(FiKo)	(19-022)
Gottschalk Julia Selina (M.A.)	Untersuchung der Nutzung und der Kommunikation deutscher Start-up-CEOs in sozialen Medien. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-063a+b)
Gottwald Franzisca (Diplom) (Oeckl)	Zum Verrücktwerden!? Eine empirische Untersuchung zur Anti-Stigma-Kampagne in Deutschland.	Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt	2002	Kampagnen (PR-K); Fallstudien (F)	
Gottwald Franzisca (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	Unternehmenskommunikation (UK) (18-071)
Grahl Thomas (B.A.)	Kommunikation der Fraktionen im Leipziger Stadtrat. Nachhaltigkeitskommunikation in Social Media. Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten für die Unternehmenskommunikation in der Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2011	Politische Kommunikation (PoK)
Graupner Kathleen (B.A.)	Echter Dialog in der Führungskommunikation. Theoretische Grundlagen, Konzeptualisierung und kritische Bewertung der Implementierungschancen echten Dialogs im Kontext der organisationalen Führungskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Online-PR (O-PR)
Grebenar Ana-Marija (M.A.)	Trainerwechsel in der Fußball-Bundesliga: Die Glaubwürdigkeit strategischer Sündenbock-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Leadership (LEA)
Grewe Luisa (B.A.)	Kommunikation in der Medienberichterstattung.	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	2009	Unternehmenskommunikation (UK) (09-048)
Griem 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	2004	Politische Kommunikation (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. Politische Kommunikation und politische Öffentlichkeiten auf Instagram. Eine qualitative Studie am Beispiel zivilgesellschaftlicher	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Theorie (PR-T)	(10-013)
Grund, Sarah (B.A.)	kollektiver Akteure des antifaschistischen Spektrums.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-006)
Gründl Kludia (Diplom)	Feminisierung von PR. Eine Studie zu Einfluss und Stellung von Frauen im Berufsfeld PR – mit einer empirischen 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 1997 (UK)	(98-062)
Guckau, Philipp (B.A.)	Der Einfluss von Nutzerkommentaren in sozialen Netzwerken auf die Sportberichterstattung. Qualitative Experteninterviews mit Fußballjournalisten zur Relevanz von Anschlusskommunikation auf Twitter. Facebook in der Event- und Veranstaltungskommunikation. Entwicklung eines Social-Media- Konzepts für das Tourismus-marketing	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-030)
Gudat Anna (B.A.)	Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 2011 (RPR)	(12-099)
Günnel Julia (B.A.)	Transmediales Storytelling virtueller Bands. Eine qualitative Inhaltsanalyse ausgewählter Medieninhalte.	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.	Hochschule der Künste Berlin	1989 Fallstudien (F)	

Gusko  
Jeannette  
(M.A.)

Das Image deutscher Unternehmen  
in der Wikipedia. Theoretische  
Grundlagen, empirische Analyse und  
Handlungsoptionen.

Universität Leipzig,  
Institut für KMW

Online-PR  
2010 (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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	PR-Historie (H)	(97-008)	
Hagenauer Frank (Diplom)	Bleibt die Wahrheit auf der Strecke? Zum Verhältnis von Motorjournalisten und Auto- mobilindustrie. Eine qualitative 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)
Gregor J. (Dissertation)	Die Malaise der Medienwirkungsforschung. Transklassische Wirkungen und klassische Forschung.	Universität Münster, Philosophische Fakultät	1996	Theorie (PR-T)
Sonia Hallek	Mediale Integration. Bedingungen von Integration in den Fernsehinhalten des MDR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmens-Kommunikation (UK)
Haller Monika (Diplom)	„Reden wir darüber“? – Die Kommunikationspolitik der Deutschen 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens-Kommunikation (UK) (10-045)
Handreck Fabian (M.A.)	Digitale Strategien in der Fußball Bundesliga. Eine empirische Analyse von Inhalten und 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 Unternehmenskommunikation. <b>Anlagenband nicht zugänglich!</b>	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Theorie (PR-T)
Hantschmann Tino (M.A.)	Einbindung von Social Media in die Öffentlichkeitsarbeit. Eine Analyse von Nonprofit-Organisationen der Medien- und Pressefreiheit.	Leipzig School of Media	2013	Online-PR (OPR)
Harant Manuela (Diplom)	Integration journalistischer Arbeitsweisen und Prinzipien in der internen Kommunikation des Produktionsressorts der BMW Group.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Fallstudien (F)
Hardell-Ilgen, Stefanie (B.A.)	Kompetenzen für Social Media in der Unternehmenskommunikation. Eine Systematisierung aus theoretischer und praktischer Sicht.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmenskommunikation (UK) (12-031)
Hardtstock Nathalie (B.A.)	Strategische Kommunikation auf TikTok. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Profile deutscher Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	
Harenburg Matthias (B.A.)	Führungskräftekommunikation im Industrieunternehmen – Entwurf eines Kommunikationskonzepts zur Führungskräftekommunikation bei der Siemens Power Generation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Unternehmenskommunikation (UK)
Harnisch Claudia (Magister)	Medienmonitoring als Bestandteil des Kommunikationsmanagements. Inhaltliche Entwicklungstendenzen und Analyse der Medienmonitoring-Dienstleisterbranche. (3 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmenskommunikation (UK)
Hartmann Bernd Michael (Dissertation)	Kommunikationsmanagement von Clusterorganisationen. Theoretischer Referenzrahmen und Ergebnisse empirischer Forschung.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2014	Unternehmenskommunikation (UK) UBL: 01H-2015-86
Hartmann Stefan (Diplom)	Risiko-Kommunikation: Bestandsaufnahme eines gesellschaftlichen Phänomens im Spannungsfeld von Theorie und Praxis.	Universität Bamberg	1992	Theorie (PR-T)
Harzbecker Katja (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit an Hochschulen. Die Ohio University und die Universität Leipzig im Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F) (99-023)

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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Journalismus/PR (J/PR)	(05-005)
Hauck, Patricia (M.A.)	Micro-Targeting in der 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (UK); Konzeption (K)	
Havel Dirk (Magister)	PR von Sportverbänden. Einen kritische Bestandsaufnahme der Öffentlichkeitsarbeit von 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.) <b>Anhang nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	20 11	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	
Heimann Andreas (Magister)	Politik im Programm? Eine Analyse zur Bedeutung politischer Inhalte am Beispiel der Hauptnachrichten von ARD und RTL.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissen- schaft	2008	Journalismus/PR (J/PR)	
Heine Daniel (M.A.)	Regieren im Social Web – Möglichkeiten partizipativer und interaktiver Elemente des Internet für die Regierungskommunikation. PR-Päpste. Die kontinuierlichen Karrieren von Carl Hundhausen, Albert Oeckl und Franz Ronneberger. Univ.-Diss. Marburg 2002 & RosaLuxemburg-Stiftung Berlin 2003.	Universität Leipzig, Institut für KMW Univ.-Diss., Marburg 2002/R.- Lux.bg.- Stiftung, Manuskripte 37. Karl Dietz Berlin	2009	Politische Kommunikation (PoK)	(10-015)
Heinelt Peter	Evaluationsmöglichkeiten von strategischer Social-Media-Influencer-Kommunikation. Entwicklung eines Controlling-ansatzes.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	PR-Historie (H)	
Heinemann Anne (M.A.)	Krisenkommunikation in sozialen Medien. Soziale Medien als Herausforderung für Unternehmenskrisen am Beispiel von Siemens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-023)
Heinemann Liv (B.A.)			2021		(21-076)
Heinrich Jennifer (Magister)	Theorie und Praxis in der Öffentlichkeitsarbeit in Frankreich: Les relations publiques. Systematische Literatur-bestandsaufnahme und Expertenbefragung. 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	2007	Theorie (PR-T)	
Heinz Juliane (Magister) (Oeckl)	Strategische Kommunikationsplanung in Wirtschaftsverbänden. Eine Analyse der Arbeitsteilung und Koordination im Spannungsfeld von Hauptamt und Ehrenamt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmens- Kommunikation (UK); Krisen-PR (KPR)	(09-021)
Helfen-berger Tina Sara (M.A.)		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 Inhaltsanalyse der Instagram-Beiträge von H&M und ZARA.	Projektgruppe Köpenick	1992	Konzeption	
Helms, Maite (B.A.)		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.  Digitale Kommunikationsformate in der internen Kommunikation. Eine qualitative Befragung zu dem	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- Kommunikation 2017 (UK)	
Hemmati Seyedehpaniz (B.A.)	Commitment und der Identifikation der Mitarbeiter zu dem Unternehmen im Home-Office.  Entwicklung einer Toolbox für das Kommunikationsmanagement von deutschen Social Start-ups. Die Identifikation und Begegnung kommunikativer Herausforderungen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	
Hemstege Alicia (M.A.)	junger Sozialunternehmen – eine explorative Herangehensweise.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-019)
Henke Cindy (B.A.)	Politische Gegenöffentlichkeit im Internet am Beispiel von Weblogs.  Ägyptische Blogs als Vorbereiter der Lotusrevolution? Eine Inhalts-analyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 (PoK)	Online-PR (OPR); Politische Kommunikation
Hennig Jana (Diplom)	Die ÖA der Bundesregierung anlässlich der Stalin-Note 1952. Eine Analyse des Falls und der Bericht Erstattung darüber in der Tagespresse.  Storytelling in der Finanzkommunikation. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zum Einsatz narrativer	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996 PR-Historie (H)	(97-021)
Henniger Isabel (M.A.)	Darstellungsformen in Geschäftsberichten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Investor Relations (IR)	(15-110)
Henschel Christiane (B.A.)	Kooperation Grenzziehung in der Personalkommunikation. Eine Analyse der Diskussion in Branchenmagazinen.  Untersuchung zur unternehmens-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	(15-023)
Hensel Kristin (Magister)	spezifischen Bedeutung von Public Relations – Eine Replikationsstudie. (2 Bde. mit Anhang)  CSR als PR-Botschaft : das Verhältnis	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 (UK)	Unternehmens- Kommunikation
Hensel Melanie (Magister)	zwischen Public Relations und Journalismus im Bereich Corporate Social Responsibility.  Krisenkommunikation bei Lebensmittelskandalen Eine Untersuchung zur	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	(11-014)
Herber Melanie (B.A.)	zielgruppengerechten Kommunikation während Krisen in der Lebensmittelbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Krisen-PR (KPR)	(13-044)
Herbst Torsten (Diplom)	Public Relations – Herausforderung für sächsische Unternehmen.	HS Technik & Wirtschaft Dresden	1997 (UK)	Unternehmens- Kommunikation

Herda Marika (M.A.)	Lobbying in Deutschland. Untersuchung von Interessenvertretung und ihrer Reichweite unter Zuhilfenahme des Vetospieler-Theorems nach George Tsebelis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Politische Kommunikation	2014 (PoK)	
Hering Claudia (Magister)	Stadtmarketing und kommunale OA. Eine kritische Analyse der organisierten Stadtkommunikation von Zeit und Annaberg-Buchholz im Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR	2001 (RPR)	(03-069)
Herkenhoff Frank (Magister)	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	Konzeption (K)	2000	(01-021)
Herkenhoff Frank (Dissertation)	Risikomanagement für Public Relations. Theoretische Fundierung und instrumentelle Systematik zur Handhabung publizistischer Risiken.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	Image (I)	2006	UBL: 01H-2007-700
Hermann, Vivian Celine (B.A.)	Feministischer Aktivismus auf Instagram. Eine Experimentalstudie zur Untersuchung von Framingeffekten. Unternehmenskommunikation im deutschen Profifußball. Der strategische Einsatz von Bewegtbildkommunikation der Bundesligavereine auf YouTube in der Hinrunde 2019/2020.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2023	(23-008)
Herold, Florian (B.A.)	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	Unternehmenskommunikation	2020 (UK)	
Herrmann Frauke (Magister)	Kommunikationsstrategien zur Patientenrekrutierung in Kliniken der Maximalversorgung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Non Profit (NP); Unternehmenskommunikation	2009 (UK)	(10-003)
Hesse Robert (Magister)	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	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien	2008 (F)	(08-065)
Herter, Marvin (M.A.)	Equity Stories börsennotierter Unternehmen. Eine qualitative Untersuchung der Form und des Management von Equity Stories.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2019	(19-123)
Hewelt Karolin (Magister)	Evaluation und Controlling von Sponsoring.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Sponsoring (S)	2010	

Hickisch Fanny (Magister)	Themenführerschaft von Strom- versorgern mittels Online-PR. Ein Vergleich zwischen Deutschland und den USA anhand von Fallbeispielen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online-PR (OPR); 2011 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)
Hieber Manuela (Magister)	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)
Hienzsch Matthias (Magister)	Die Geschichte der Presse- mitteilung 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 Kommunikations- aktivitäten von Alfred von Tirpitz	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 PR-Historie (H)	(98-051)
Hillenbach Maika (Magister)	Impression Management und Personen-PR. Eine Literatur- bestandsaufnahme und ausgewählte Fallbeispiele.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Image (I)	(01-032)
Hintermayr Susanne (M.A.)	Das Kommunikationsmanagement internationaler Unternehmen in Südostasien: Eine Befragung von 14 regionalen Kommunikations- verantwortlichen zum Status-Quo der Managementbereiche Planung, Organisation und Personal- management.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale 2015 PR (IPR)	(15-111 a+ b)
Hintz Gregor (Magister)	Public Relations als Erfolgsfaktor in der New Economy. Theoretische Betrachtungen zur Kommunikation für Online-Marken und eine PR-Evaluation am Fallbeispiel des Online- Ticketproviders www.getgo.de. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien 2003 (F)	(04-009 a+b)
Hirsch Melanie (B.A.)	Stakeholder-Kommunikation in Geschäftsberichten der DAX-30- Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-040)
Höfer Sandra (Magister)	Marken im Internet: Chancen und Herausforderungen für die Online-PR. Eine Untersuchung bei Markenartikelherstellern in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Online-PR (OPR)	(03-028)

	Glaubwürdige Online-Kommunikation durch authentische Influencer*innen? Eine qualitative Untersuchung von Authentizitätskomponenten in der Influencer*innen. Marketing Kommunikation aus Sicht von Kommunikationsexpert*innen und Rezipient*innen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-035)
Höhne Claudia (M.A.)	Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Online-Unternehmenskommunikation. Entwicklung eines Bezugsrahmens und inhaltsanalytische Untersuchung von Websites deutscher Energieversorger. Glaubwürdige Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online-PR (OPR); Unternehmenskommunikation (UK) (10-077)
Hölling Christian (Magister)	Fallstudie am Beispiel des Überwachungsskandals des Unternehmens LIDL.	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. Einsatz von Online-Kundenmagazinen im Corporate Publishing. Eine vergleichende Inhaltsanalyse der gedruckten und digitalen Ausgaben von Kundenzeitschriften der	Universität Leipzig, Institut für Sozialwissenschaften und Philosophie	2010	UBL: 01H-2011-36
Hörügel Lina Cosima (M.A.)	umsatzstärksten Unternehmens Deutschlands.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online-PR (OPR) (16-079)
Hoffmeier Johanna Maria (M.A.)	Social Media-Kommunikation deutscher Tageszeitungen. Eine Inhaltsanalyse der Facebook-Auftritte etablierter Medienorganisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW, Journalistik	2016	(16-047)
Hofmann Nicola (Diplom)	Public Relations-Kampagnen: Eine Fallstudie. Darstellung der PR Kampagne „Abfall ist kein Müll“ der Agentur Leipziger & Partner PR GmbH. Die Kundenzeitschrift als Instrument im Corporate Publishing unter besonderer Berücksichtigung von crossmedialen Strategien. Eine	Universität Bamberg	1992	Kampagnen (PR-K)
Hofmann Katrin (Magister)	analytische Betrachtung und eine Inhaltsanalyse der Kundenzeitschrift RWE Magazin von 2000 bis 2010.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Fallstudien (F); Unternehmenskommunikation (UK)

Hofmann Kerstin (Magister)	PR-Bezüge bei Anzeigenblättern. Literaturbestandsaufnahme und eine inhaltsanalytische Fallstudie. Die Pressearbeit der Deutschen Bundeswehr. Öffentlicher Diskurs,	Universität Leipzig, Institut für KMW	Theorie (PR-T); 2000 Fallstudien (F)	
Hofmann Patrick James (Magister)	interne Organisation und Fallstudienanalysen in der Vor- und Anfangsphase.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Fallstudien (F)	(99-037)
Hofmann Maximilian (M.A.)	Kommunikation mit institutionellen 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	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. Webcasts in der Finanzkommunikation. Theoretische Systematisierung und Benchmark-	University of Roskilde, Denmark	1996 Theorie (PR-T)	
Holzmann Christine (Magister)	Studie zur Nutzung von Webcasts auf den Online-IRPortalen der DAX 30-Unternehmen. PR im privaten Rundfunk. Eine Fallstudie der PR-Aktivitäten privater bayerischer Hörfunksender (Radio	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR); 2007 Online-PR (OPR)	(07-127)
Hopf Monika (Diplom)	Euroherz, Radio Antenne Franken, Antenne Bayern). Kommunikationsmanagement für Wissenschaft und Forschung. Stakeholder-Kommunikation einer	Universität Bamberg	1995 Fallstudien (F)	
Hoppe Judith (B.A.)	Forschungseinrichtung am Beispiel der Schweinegrippe. Coporate Branding bei der Völker	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien (F) 2010 Non Profit (NP)	
Hoppmann Siv-Margret (B.A.)	GmbH. Herausforderungen und Potenziale einer Unternehmensmarke im Wandel.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR (RPR); Image (I)	(12-053)

Horlacher Maïke (M.A.)	Branding im E-Commerce: Erfolgsfaktoren der Markenführung im Fashion-Pure-Play-Retail. Eigen-PR für PR-Agenturen. Eine empirische Bestandsaufnahme der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens- Kommunikation 2000 (UK)	(16-080)
Horlbeck Bernd	Selbstdarstellungsaktivitäten in der deutschen Agenturlandschaft.				
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. Ansätze und Probleme der PR- Historiographie. Ein Vergleich der PR- Geschichtsschreibung in den USA und Deutschland anhand einer	Katholische Stiftungsfachhochs- chule München	1995	Fallstudien (F)	
Hoy Peggy (Oeckl) (Magister)	systematischen Literatur- bestandsaufnahme. Kampagnen zur Aufklärung über Aids und seine Ursachen (HIV). Eine Wirkungsstudie am Beispiel von zwei konträren Aids-präventionsspots.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	PR-Historie (H)	(03-002)
Hromek Alexandra (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Kampagnen (PR-K)	(11-195)
Hübel Anne-Katrin (Disserta- tion)	Mobiles Fernsehen – Entwicklung, Möglichkeiten und Nutzung von Rundfunkanwendungen auf dem Handy. Das Forschungsfeld der Gesund- heitskommunikation („Health Communication“) im Überblick: Konturen einer neueren kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin.“ Eine Literaturaufarbeitung.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	2008	Journalismus/PR (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	2018	CSR- Kommunikation (CSR) / Non Profit (NP)	(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	1997	Unternehmens- Kommunikation (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)	
Israng, 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) Wissenschafts- und Innovations- Kommunikation (WIK)		
Jahn Daniel (B.A.)	Facebook-Auftritte von Universitäten und Hochschulen. Chancen für den Mittelstand. Die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016		(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 Universität Leipzig, Fakultät für	2003	Image (I)	(03-071)	
Janke Katharina (Disserta- tion)	Mehrmethoden-Evaluationsstudie zur Kommunikation der Unternehmenswerte der Bayer AG. Automatisierter Journalismus - Qualitätskriterien der deutschen NLG-	Sozialwissen- schaften und Philosophie	2011	Fallstudien (F), Theorie (PR-T)	UBL: E-Book	
Janke Rasmus (B.A.)	Anbieter für die Generierung journalistischer Inhalte.	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. Kompetenzanforderungen in der Kommunikation von Nachhaltigkeit an den Kapitalmarkt. Eine mehrmethodische Betrachtung von Kompetenzen und dem	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Unternehmenskommunikation (UK)	(18-133)
Janz, Henrike (M.A.)	Kompetenzaufbau innerhalb von IR-Abteilungen börsennotierter Unternehmen in Deutschland. Öffentliche Kommunikation gesellschaftlicher Verantwortung. Zum	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-066)
Jarolimek Stefan (Habilitation)	kulturellen Vergleich von CSR-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 Startups 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK)	
Joshi Alexandra Manisha (M.A.)	Strategisches Kundenbeziehungsmanagement 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 Franz Ronneberger. Kommunikationswissenschaftliches Werk unter besonderer Berücksichtigung der PR-wissenschaftlichen Schriften.	Universität Leipzig Institut für KMW	2008 (UK)	
Junghänel Ivonne (Magister)	PR-Ethik in Spanien. Eine Bestandsaufnahme von PR-Berufsorganisationen und Kodizes sowie eine Berufsfeldbefragung.	Universität Leipzig Institut für KMW	2001 PR-Historie (H)	(01-015)
Jurisch Anne (Magister)	Politische Kommunikation von Parteien am Beispiel von Bündnis 90/Die Grünen. Geschlechter-gerechte Sprache in der Parteikommunikation. Corporate Blogs als PR-Instrument.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Internationale PR (IPR)	(12-063)
Just Caroline (B.A.)	Eine Inhaltsanalyse externer Corporate Blogs der deutschen Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Politische Kommunikation (PoK)	(15-071)
Justus Julia Sophie (B.A.)			2016 Online PR (OPR)	(16-020)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Kaiser Charlotte (M.A.)	Storytelling-Formate gemein- nütziger 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 Unternehmens- kommunikation des Hotelgewerbes im Internet. Bestandsaufnahme und Analyse der Internetpräsenzen der Hotellerie in Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Unternehmens- kommunikation (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	Unternehmens- kommunikation (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)	
Kanngießler Johanna (M.A.)	Onlinekommunikation von Frei- willigen Feuerwehren. Entwicklung eines Volunteer-Branding-Konzepts und Untersuchung der Online-aktivitäten Freiwilliger Feuerwehren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online PR (OPR)		
Kanthak, Julia (B.A.)	Internet-Memes als soziale Kritik: eine qualitative Befragung zur Wahrnehmung des Karen-Memes.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023			
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	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(CSR)	(17-033)	
Kasprzack Katrin (M.A.)	mittelständisch geprägter Welt- marktführer in Deutschland.	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	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003		(04-022 a+ b)	
Kaulich Bianca (M.A.)	Unternehmen aus Deutschland und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens- kommunikation (UK)	(16-048)	

Kehler Thomas (Magister.)	PR als Instrument im Krisen- management – Konsensorientierte Beilegung von Sozialen Konflikten und Risikokontroversen durch dialogische Kommunikation?	Universität Essen	1994	Krisen PR (KPR)	
Keilhold, Pauline; Starke, Emma Magdalena (B.A.)	Vom Sie zum Du: Markenwahrnehmung bei verändertem Sprachgebrauch in der Werbekommunikation. Künstliche Intelligenz in der Unternehmenskommunikation: Eine qualitative Befragung zur Umsetzung und den strategischen Potenzialen in Großunternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-027)
Kelm, Karolin (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-023)
Keßler Sebastian (M.A.)	Theoretische und empirische Abteilung eines kommunikativen Aufgabenprofils. Exzellenz in der internen Unter- nehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016		(16-049) Bd.1
Key Nadja (Magister)	Systematisierung von Handlungs-feldern zur Identifizierung möglicher Exzellenzfaktoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens- kommunikation (UK)	
Kiefer Guido (Seminar- arbeit)	Die PR-Methode Public Affairs am Beispiel des Arbeitskreis Organspende. Gebrauchsanweisungen als Kommunikationsmedium. Funktion und Umsetzung anhand ausgewählter Fallbeispiele.	FH Rheinland-Pfalz	1995	Fallstudien (F)	
Kirchberg Anja (Oeckl)		Universität Lingen	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	Journalismus/PR (J/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	Journalismus/PR (J/PR); Regionale PR (RPR); Fallstudien (F)	(11-196)
Klama Bosse Alexander (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Non Profit (NP)	(17-112)

Klapczynski Julia (Magister)	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 (Dissertation)	Deutsche Unternehmen in China: Eine strukturierungstheoretische Analyse Internationaler PR.	Ludwig-Maximilian-Universität, München	2008	Internationale PR (IPR)	
Klawitter Henning (Diplom) (Oeckl)	Erfolgsabhängige Honorierung von Public Relations.	Universität Hamburg	2002	Fallstudien (F)	
Klee, Lisa- Marie (B.A.)	Der Einfluss von CSR-Kommunikation auf die Öffentliche Wahrnehmung von Unternehmen. Eine Konzeptualisierung des Phänomens Woke Washing und seine Wirkung auf die unternehmerische Reputation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		
Klein Laura Theres (B.A.)	Online-Bewertung und Information Overload. Eine explorative Analyse von KonsumentInnenstrategien im Kaufentscheidungsprozess zur Bewältigung des Informationsüberflusses 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 Unternehmenskommunikation im Zeitalter von Smartphones und Tablet-PCs. Grundlagen, Einsatzmöglichkeiten und Risiken.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK)	(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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmenskommunikation (UK)	
	Mauerspechte blicken durch. Eine Kampagne für die Verständigung von Ostdeutschen und Westdeutschen.	DPRG, Bonn	1993	Kampagnen (PR-K)	
Klenk Volker (Diplom)	Public Relations vor, in und nach akuten Vertrauenskrisen. Der gesellschaftliche Wandel erfordert die Hinwendung zu gesellschaftsorientierten PR mit institutionalisiertem antizipatorischem Krisen-System.	FH für Druck in Stuttgart	1987	Krisen PR (KPR)	

Klenk Volker (Diplom)	The Single European Market 1992 and its Implication For The PR- Industry.	University of Stirling (USA)	1989	
Klenk Volker (Diplom)	Die zunehmende Bedeutung von Corporate Advertising als ein Instrument der gesellschaftsorientierten Public Relations. Weltausstellungen als PR-Instrument von Staaten. Theoretische Annäherung und empirische Befunde unter besonderer Berücksichtigung der universellen Weltausstellung Expo `92 Sevilla.	Universität Hohenheim	1990	
Klenk Volker (Magister)	Langfristige Image-Wirkungen von Mega-Events. Dargestellt am Beispiel der Auswirkungen der Berichterstattung über die universelle Weltausstellung Expo' 92 in Deutschland. (2 Bde.)	Universität Mainz	1996	Fallstudien (F)
Klenk Volker (Dissertation)	Public Relations für eine neue Unternehmenskonzeption. Der Fall JENOPTIK GmbH nach 1991.	Universität Leipzig, Sozialwissen- schaften und Philosophie	1998	Image (I)
Klisch Sabine (Diplom)	Vergleich gendergerechter Sprache in der Arbeitgeberkommunikation an akademisches und nicht-akademisches Personal aus Kommunikatorperspektive. Events als Mittel der Unternehmens- kommunikation – Planung des PR Prozesses am Beispiel der Einweihung der Motorenwerke Bad Cannstadt der Daimler Benz AG.	Universität Bamberg, Germanistik	1995	Fallstudien (F)
Klock, Matthias (B.A.)	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	2023	(23-009)
Klöpper Julia (Diplom)	Corporate Activism: Kurzfristiger Hype oder nachhaltiger Aktivismus? Ein Mixed- Method-Ansatz zur Erforschung gesellschaftspolitischer Positionierungen von Unternehmen.	Universität Hohenheim	1997	Konzeption (K)
Klopp Jeannette (Diplom)	Kommunikationsstrategien von Start-ups. Storytelling im Online-Versandhandel. Eine Inhaltsanalyse der TV- Werbekommunikation von Online- Versandhändlern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1995	Regionale PR (RPR) (96-050)
Kloß Julia (B.A.)	Rundfunk – PR im Spiegel der Berichterstattung. Eine Medien- resonanzanalyse der Rundfunk- anstalten ZDF und RTL im Spiegel.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Öffentliches Vertrauen (V) (17-082)
Kloß Julia (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-106)
Klotz Anna-Sophia (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Konzeption (K); Kampagnen (PR- K)
Klute, Tim (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	Fallstudien (F) (20-007)
Knoll Timo (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)

Knollmann Ulrich (Magister)	Gesellschaftliche Integration der Teilöffentlichkeit der Senioren durch Kommunikation. Eine Fallstudie am Bsp. Des Vereins „Seniorinnen und Senioren in der Wissens-gesellschaft“ Unternehmens-kommunikation. Konzeptionelles Fundament für die	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.	Universität St. Gallen	2005	Image (I)	
Köhler Karolin (B.A.)	Die Agenda der Public Relations. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der deutsch-sprachigen Fachmagazine PR Report, PR Magazin, Pressesprecher und Kommunikationsmanager. Kommunikation von Unternehmensstrategien – Eine internationale	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Controlling (C)	(13-050)
Köhler Karolin (M.A.)	Benchmarkanalyse von börsennotierten Konzernen. (2 Bde.) Investor Relations 2.0. Status quo	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmenskommunikation (UK)	(17-062 a+b)
Köhler Kristin (Magister)	bei börsennotierten Unternehmen in Deutschland und strategische Herausforderungen. Prozess der Innovationskommunikation bei kleinen und mittelständischen Unternehmen der Zukunftstechnologie-Branchen. Konzeptionelle Grundlagen und eine empirische Untersuchung am Beispiel der Unternehmen der Region	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	(10-090)
Köhler Maria (Magister)	Mitteldeutschland. „Neue Werbeformen“ und die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	(11-002)
Köhler Sophia (B.A.)	Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten im Hörfunk. Das Verhältnis zwischen Public Relations und Journalismus. Eine InputOutput-Analyse auf Basis des Intereffikationsmodells, untersucht am	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Werbung (W)	
Költzsch Sabine (Magister)	Fallbeispiel der Leipziger Publikumsmesse MODELL & HOBBY mit LEIPZIGER SPIELFEST. (2 Bde.) Nationenimages und internationale politische Public Relations. Eine Analyse des Ungarnbildes in der deutschen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Journalismus/PR (J/PR)	(06-052 a +b)
König Eileen (B.A.)	Berichterstattung 2010 – 2012. Formen, Trends und Strategien des	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Internationale PR (IPR); Politische Kommunikation (PoK)	
Könnecke Martina (Magister)	Sportsponsoring als Teil der Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudienanalyse. Das Social-Intranet – Über die	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Sponsoring (S)	(03-075)
Kohl Gertrud (B.A.)	Einführung der Plattform in Großunternehmen und die Einbindung von Non-Desk Employees.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Interne Unternehmenskommunikation (IUK)	(16-021)

	Das Informationsverhalten von Finanzanalysten von DAX40-Unternehmen. Eine qualitative Untersuchung der Bedeutung von Medienberichterstattung im Informationsprozess der Sell-Side.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-070)
Kohlmeier Mattes (M.A.)				
	Gendergerechte Sprache in der Arbeitgeberkommunikation aus der Rezipientenperspektive angehender Auszubildener.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-010)
Kolbe, Josephin (B.A.)				
	Leserbefragungen im Corporate Publishing. Konzeption und Umsetzung am Beispiel der MDR-Publikumszeitschrift mittendrin.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmenskommunikation (UK); Konzeption (K) (12-054)
Kolibal Denise (B.A.)				
	Social-Media-Kommunikation politischer Institutionen. Die Kommunikation nationaler Regierungen auf Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Politische Kommunikation (PoK) (17-113)
Kolibal Denise (M.A.)				
	Kundenzeitschriften in der Unternehmenskommunikation. Eine Vergleichsanalyse deutscher und russischer Kundenzeitschriften.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmenskommunikation (UK) (12-040)
Konova Ljudmila (M.A.)				
	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)
Kolacny Christian (Magister)				
	PR-Ethik in Polen. Bestandsaufnahme sekundärer Quellen und eine Berufsfeldbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Ethik (E) (10-053)
Konopko Sylwia (Magister)				
	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)
Kopitz Linda (B.A.)				
	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.)				
	Kommunikative Integration in und durch Organisationen am Beispiel von Geflüchteten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-025)
Kramer Josephine (M.A.)				
	Interne Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der envia Energie Sachsen Brandenburg AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)
Kramer Manja (Magister)				
	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)
Krauchuk Anastasiya (B.A.)				

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	2019	Startup-Kommunikation (St-K)	(19-026)
Krause Ramona	Strategische Bausteine der Imagegestaltung. Untersuchung am Fallbeispiel Siemens AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	
Krause Ronald (Magister)		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. Authentizität und Inszenierung in der Wahlkampfkommunikation. Eine Analyse des „Substanzwahl-kampfes“ der SPD Baden-Württemberg zur Landtagswahl 2011.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-081)
Krebber Felix (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Politische Kommunikation (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, Sozialwissenschaften und Philosophie	2015	Unternehmenskommunikation (UK)	UBL: 01H-2016-412
Kreisel, Larissa (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Finanzkommunikation	(19-125)

Kreitling Holger (Magister)	Das neue Ressort. Warum ist Medienberichterstattung zum festen Bestandteil bundesdeutscher Printmedien avanciert? Eine qualitative Befragung von Ressortleitern und Redakteuren.	Freie Universität Berlin, Institut für Publizistik und KP	1996		
Kress Wibke (Magister)	Kampagnen in der Standortkommunikation – Konzeptionelle 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	2007	Kampagnen (PR-K)	(08-0057)
Kresse Katja (Magister)	der Bedeutung von gering-füßig Beschäftigten in der Unternehmensgruppe Walter Werbung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Unternehmenskommunikation (UK)	
Kretschmer Jens (B.A.)	Adaptionen der PR an den Online-Journalismus. Eine Expertenbefragung anhand des Intereffikationsmodells.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online PR (OPR); Fallstudien (F)	
Kretschmar Steffi (Magister)	Lobbying in Wirtschaftsunternehmen am Beispiel der Deutschen Telekom AG im Bereich Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Lobbying	
Kring Claudia (Diplom)	Die Probleme der Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen. Eine Literatur Bestandsaufnahme und eine Fallstudie (HTKW).	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	Fallstudien (F)	(99-029)
Krisch Pia (Magister)	Sponsoring als Mittel der Imagegestaltung. Eine Fallstudie am Beispiel der Stadt- und Kreissparkasse Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	Sponsoring (S)	(98-044)
Krömer Lisa (B.A.)	YouTube als Kommunikationsplattform deutscher Wirtschaftsunternehmen. Eine inhaltsanalytische 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)
Kroll, Wiebke (M.A.)	Datenbasierte Stakeholder-Journeys für die Unternehmenskommunikation. Ein konzeptionelles Framework zur Darstellung von Stakeholder-Journeys unter Einbezug von Daten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		(23-024 K)
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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K); Non-Profit (NP)	(09-003)
Krug Günther (Diplom)	Erfordernisse und Methoden der OA eines Industriezweiges, unter bes. Berücksichtigung ihrer Verwirklichung in journalistischen Massenmedien	Karl Marx-Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1975	Journalismus/PR (J/PR)	(76-124)

Krug Ines (B.A.)	Stadt als Marke: Das Beispiel Coburg.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Regionale PR (RPR)	
Krusekopf Sophia (Magister)	Interkulturelle Public Relations im Internet. Überblick, Analysen und ein deutsch-französischer Vergleich.	Universität Bielefeld	2001	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	2008	Unternehmenskommunikation (UK)	
Kügler, Göran (M.A.)	Profitorientierung und Gemeinwohlerwartung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	Kommunikations-Controlling	(20-024)
Kühnert Jarno (Magister)	Public Relations politischer Parteien. Eine Fallstudie am Beispiel der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Politische Kommunikation (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	2016	Unternehmenskommunikation (UK)	
Kuhnle Kareen Ulrike (Diplom)	am Beispiel der BÄKO-Zentrale Bayern-Württemberg e. G.	Universität Bamberg, Germanistik	1994	Fallstudien (F)	
Kuhrt Horst (Diplom)	Aufgaben und Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit und Werbung hinsichtlich ihrer wechselseitigen 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. <b>Vorhanden:</b> <b>Kongreßstatistiken als Evaluations- instrument des Veranstaltungs- wesens in Städten : Vergleichbar-keit mit anderen Städten und Neukonzeption am Beispiel Leipzig (Magister: 98-065)</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Journalismus/PR (J/PR)	(08-050)	
Lau Kerstin Cynthia		Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Regionale PR (RPR)		

Laue Susann (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit im National- sozialismus? Das Spannungsfeld PR und Propaganda – eine Literatur- bestandsaufnahme und das Beispiel Volkswagen. Intereffikationsbeziehungen zwischen PR und Journalismus. Eine Studie über die PR Einflüsse auf die journalistische Berichterstattung über	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 PR-Historie (H)
Lausch Katja (Magister)	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 –	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen (PR- K) (03-020) 2002
Lehmann Kay (Magister)	Bestandsaufnahme und eine Unternehmensbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2000 (UK)
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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Öffentliches Vertrauen (V) 2012

Lehnhoff Maike (B.A.)	Vorbilder für die Karriereplanung im Berufsfeld Kommunikationsmanagement/PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 20 13 (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 Kommunikationsinstrument von Unternehmen. Eine Bestandsaufnahme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation 2017 (UK)	(17-120)
Leimbach Sabine (Magister)	Vorbereitende Kampagne für ein Rauchverbot in Deutschland. PR- Konzeption zur Einführung möglicher Nichtraucherschutz-gesetze und einem Rauchverbot in öffentlichen Gebäuden & Einrichtungen.	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 deutschen Wein bei jüngeren Konsumenten – Experteninterviews und eine Online-Erhebung- Journalistische Kriterien zur Berücksichtigung des Sponsors eines kulturellen Ereignisses in der Berichterstattung, am Beispiel der Grundig AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Unternehmens- kommunikation (UK)	
Lenz Julia Vanessa (M.A.)	Content-Strategie – Ein Erfolgs- faktor für die Kommunikation im Web? Eine Analyse des strategischen Planungsprozesses und der praktischen Umsetzung anhand von Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Image (I); 2010 Fallstudien (F)	(10-110)
Leonhardt Silke (Diplom)	Planen, Kontrollieren und Werten in der Öffentlichkeitsarbeit - Eine Fallstudie in Schweden. Aspekte staatlicher Krisen- kommunikation. Der Fall BSE und die Krisenkommunikation des BPA, des Ministeriums für Landwirtschaft und des Ministeriums für Gesundheit.	Universität Erlangen-Nürnberg	1997 Sponsoring (S)	
Leopold Christin (B.A.)	Planen, Kontrollieren und Werten in der Öffentlichkeitsarbeit - Eine Fallstudie in Schweden. Aspekte staatlicher Krisen- kommunikation. Der Fall BSE und die Krisenkommunikation des BPA, des Ministeriums für Landwirtschaft und des Ministeriums für Gesundheit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online PR (OPR); 2013 Konzeption (K)	(14-018)
Leske Heiko (Diplom)	Selbstmanagement im Alltag. Konzeption und Erstellung eines Printmagazins als Instrument zur Ansprache junger Menschen.	Universität Leipzig, Institut für KMW Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg- Schweinfurt	1994 Fallstudien (F)	(94-038)
Leukhard Lutz (Magister)	Selbstmanagement im Alltag. Konzeption und Erstellung eines Printmagazins als Instrument zur Ansprache junger Menschen.	Universität Leipzig, Institut für KMW Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg- Schweinfurt	2002 Krisen-PR (KPR)	(03-014)
Levy Benjamin (B.A.)	Selbstmanagement im Alltag. Konzeption und Erstellung eines Printmagazins als Instrument zur Ansprache junger Menschen.	Universität Leipzig, Institut für KMW 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 (F)	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	Theorie (PR-T); Fallstudien (F)	2011	(12-115)
Lieber Jule (M.A.)	am Beispiel von Siemens Energy Fossil Power Generation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR (J/PR); Unternehmenskommunikation	2014	
Lieberwirth Tina (M.A.)	Kommunikationspolitik werbefinanzierter Hörfunkanbieter – Eine empirische Analyse ausgewählter Radiosender.	Universität Leipzig, Institut für KMW	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	(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	(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	Fallstudien (F)	2006	
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 Öffentlichkeitsarbeit in Sportvereinen. Analyse von	Universität Essen	2002	Theorie (PR-T)
Lindhorst Henning (Magister)	Strukturen und Strategien sowie eine Befragung der Golfclubs im Deutschen Golf Verband.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F) (00-031)
Lindner Hannes (Diplom)	Eine Österreichweite Untersuchung über Stadttypen und deren Probleme im Rahmen des Citymarketing. Interkulturelle Aspekte deutsch-amerikanischer Wirtschaftsbeziehung. Interkulturelle Weiterbildung in deutschen Unternehmen – eine qualitative Studie.	Wirtschaftsuniversität Wien, BWL	1991	Regionale PR (RPR)
Lindner Jana	Zum Spannungsfeld zwischen Public Relations und Marketing: Literaturbestandsaufnahme	Universität Leipzig, Institut für Amerikanistik	2002	Fallstudien (F)
Lindner Sebastian (Magister)	(Kommunikationswissenschaft und Betriebswirtschaftslehre) und eine Expertenbefragung. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Theorie (PR-T) (05-085 a+b)
Lindner Yvonne (M.A.)	Influencer Kommunikation im Zeitalter von Blogs, Instagram, YouTube und Co. Ethische Dilemmata in der digitalen Kommunikation – Eine empirische	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	
Link, Jeanne (M.A.)	Untersuchung ethischer Entscheidungsprozesse. Ökosponsoring als Instrument der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(21-140)
Linke Doris (Diplom)	Public Relations. Eine Fallstudie am Beispiel der Unternehmen IBM und Vitakraft. Dialogorientierte OA von Medien-	Universität Bamberg	1994	Sponsoring (S); Fallstudien (F)
Linkenheil Sebastian (Magister)	unternehmen. Das Fallbeispiel SAT 1 unter besonderer Berücksichtigung von Call Center und Chatroom. Selbstverständnis und Stellenwert von Public Relations in öffentlichen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F) (01-037)
Löck Anne (Magister)	Kulturbetrieben – eine regionale Vergleichsstudie zwischen Leipzig und Nürnberg. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	
Löhner Matthias (Diplom)	Zur Stellung von Public Relations (PR) in deutschen Wirtschaftsunternehmen. Tendenzen im Auswahlbereich Oberfranken. Das Männerbild in aktuellen	Universität Bamberg	o.J.	Unternehmenskommunikation (UK)
Löser Peggy (Diplom)	Werbeanzeigen, untersucht am Beispiel der Kosmetik- und Parfümbranche.	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)
Lopez, Luciana Rodriquez (B.A.)	Founder Stories of Startups	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	
Lorenz Janne (M.A.)	Corporate Listening in der Unter- nehmenspraxis, Konzepte und Umsetzungsformen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 (K)	Image (I); Unternehmens- kommunikation (UK); Konzeption (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	1999 Regionale PR (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	20 09 Regionale PR (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	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	(08-006)

Lütgens Stefan (Dissertation)	Issues Management. Analyse und Weiterentwicklung eines Konzepts zur strategischen Ausrichtung von Public Relations, unter besonderer 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, Pressemitteilungen und Geschäftsberichten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Wissenschafts- und Innovations- kommunikation (WIK)	(18-156)
Lütgens Stefan (Diplom)	Die Public Relations--Dimension von Lobbying. Bestandsaufnahme und Überblick unter kommunikationswissenschaftlichen und interdisziplinären Gesichtspunkten.	Universität Salzburg	1992	Lobbying (L)	
Lustig Kerstin (M.A.)	Kommunikation von Unternehmensstrategien in Wachstumsbranchen – Eine Analyse deutscher Startups. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Startup- Kommunikation (St-L)	(18-137 a+b)
Luzna Aleksandra (Magister)	Immobilien Branding. Marken- bzw. Branding-Konzepte als Antwort auf die Herausforderungen der Gegenwart im Immobilienmarkt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens- kommunikation (UK)	(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)	
Mädig 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 den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online-PR (OPR) (12-073)		
Mahler Daniel (Diplom)	Bewegtbildkommunikation im Internet. Eine empirische Studie über die Herausforderungen von Online-Videocontent für die Presse- und Medienarbeit.	Hochschule für Musik und Theater	1995	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Mahnke Martina (Magister)	KI aus einer Kommunikations- und Medienperspektive - Messung ihrer Rolle im Journalismus und Werbung: ein Literaturüberblick.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Online-PR (OPR) (09-043)		
Malellari, Mathias (B.A.)	Gendergerechte Sprache in der Arbeitgeberkommunikation an nicht-akademischen Personal aus Kommunikatorperspektive.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023			
Maltritz, Jana (B.A.)	Feminisierung des Berufsfeldes Public Relations. Theoretisch-analytische Grundlegung und eine Befragung zu den Ursachen unter Berücksichtigung der Konsequenzen für den Professionalisierungsprozess.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Feminisierung (FE)		(07-060)
Mandel Dorit (Magister)	Employer Branding. Die Bedeutung der Public Relations bei der Etablierung einer Arbeitgebermarke in deutschen Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Mannteufel Kristin (Magister)	Krisenkommunikation bei der Fußball-Weltmeisterschaft 2006. Prozessanalyse von Aktivitäten sächsischer Behörden.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Krisen-PR (KPR)		(07-115)
Marg Julia (Magister)	Die Beziehung zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Eine Fallstudie (Input-Output-Analyse) am Beispiel „Amnesty International“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Journalismus/PR (J/PR)		(08-007)

Markgraf Christiane (Magister)	Digitalisierung in Deutschland: Digitales Fernsehen über das Breitbandkabel. Bedeutung, Rahmenbedingungen und Nutzung.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2002	
Marko, Louisa (B.A.)	Der Beitrag strategischer Kommunikation zu der Wertschöpfung von Start-ups. Eine systematische Analyse der Fachliteratur zur Entwicklung eines Referenzmodells. Wissenschaftskommunikation in der Corona-Krise. Eine Analyse der Beteiligung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern am	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-039)
Martin, Michelle (M.A.)	deutschsprachigen Twitter-Diskurs zur Corona-Krise. Der PR-Film als audiovisuelles Instrument in der Öffentlichkeitsarbeit der Touristik-, Verkehrs- und Wirtschafts-förderung. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-054)
Martinek Eva Susanne (Magister)	Untersuchung anhand der 15 größten Städte in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	2005	Regionale PR (RPR) (06-062)
Marzahl Lisa (Dissertation)	Umweltkommunikation im Netz- werk. Perspektiven, Interessen und Strategien im Diskurs um den Nationalpark Wattenmeer. Corporate Influencer in der Ver- änderungskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Erkenntnisse zum Einsatz von Corporate Influencern als	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Non Profit (NP)
Maschmann Malen (M.A.)	informelle Kommunikatoren in Veränderungsprozessen. Storytelling im Onlinejournalismus. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zu	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-099)
Matern Marie (B.A.)	Qualitäts-journalismus in digitalen Langformen.	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	2018	Internationale PR (IPR); Online- PR (OPR)
Mattke Christian (Dissertation)	Albert Oeckl – sein Leben und Wirken für die deutsche Öffentlichkeitsarbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	UBL: E-Book
Mattke Christian (Diplom)	PR in Stadtwerken. Eine Fallstudie am Beispiel der „Dessauer Versorgungs- und Verkehrs-gesellschaft mbH – DVV – Stadtwerke“. Einsatz von Social Media für die Polizeikommunikation. Eine Analyse des strategischen Kommunikations- managements deutscher	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	Fallstudien (F) (97-022)
Mattner Laura (M.A.)	Polizeibehörden. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online-PR (OPR) (17-122 a+b)
Matzen, Maike (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	Universität Leipzig, Institut für KMW		2020	(20-060)
Mausolf Sophie Marie (M.A.)	umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland. Employer Branding-Maßnahmen	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens-Kommunikation	2014 (UK)	(14-088)
Mayer Juliane (M.A.)	von PR-Agenturen in Deutschland im Internet: Eine Benchmark-Analyse.	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	Politische Kommunikation	1972 (PoK)	(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.	Universität Leipzig, Institut für KMW		1999	PR-Theorie (T)
Mazmanyann Anna (B.A.)	Aufgreifen bestehender Stereotype oder Neu-Kreationen? Eine qualitative Inhalts- und Figurenanalyse ausgewählter 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	Unternehmens-Kommunikation	2013 (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	Investor Relations (IR)	2014	

Meinsen Thorsten (Magister)	Umweltschutzorientierte Öffentlichkeitsarbeit (PR) als strategische Dimension der Unternehmenskommunikation unter Berücksichtigung Einer Befragung von Unternehmen und Umweltschutzorganisationen.	Freie Universität Berlin	Unternehmens- Kommunikation 1990 (UK)	
Meister Susanne (Magister)	Das Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit im Wandel. Praxisanforderungen als 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 Unternehmenskommunikation oder vorübergehender Hype?	Wirtschafts- universität Wien	Regionale PR 1994 (RPR)	Kopie
Melzer Nicole (B.A.)	Mitarbeitermagazine und multimediales Nutzungsverhalten: Neue Herausforderungen durch die Generation Y?	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- Kommunikation 2010 (UK)	
Menzel Nicole (B.A.)	Integrierte Regionalkommunikation. Zum Imagewandel von Industriestandorten in den neuen Bundesländern am Beispiel der Region Bitterfeld/Wolfen. Bestandsaufnahme und eine zeitlich vergleichende Inhaltsanalyse. (2 Bde.) Die auslandsinformierte Pressearbeit als wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit eines sozialistischen Unternehmens – dargestellt am Beispiel des Leipziger Messeamtes. 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	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Image (I)	(15-075)
Menzel Nora (Magister) (Oeckl)	Die auslandsinformierte Pressearbeit als wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit eines sozialistischen Unternehmens – dargestellt am Beispiel des Leipziger Messeamtes. 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	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. Gamifying Public Relations. Video Games as Persuasive Media and their Potential in Public Relations.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-038)
Meyer Reinhard (Diplom)	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. Gamifying Public Relations. Video Games as Persuasive Media and their Potential in Public Relations.	Karl-Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1972	(72-078)
Michael Anke (Diplom)	Gamifying Public Relations. Video Games as Persuasive Media and their Potential in Public Relations.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Fallstudien (F)	(99-048)
Michel Eva-Maria (B.A.)	Gamifying Public Relations. Video Games as Persuasive Media and their Potential in Public Relations.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Online-PR (OPR)	(15-029)

Michel Peggy (B.A.)	Kommunikation für Verbände: Analyse und Konzeption am Beispiel des Qualitätsforums Deutscher Informationsdienstleister.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Konzeption (K); 2009 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 Erfolgsfaktor für die Reduzierung von Widerständen in Change-Management-Prozessen. Digital Nudging in der strategischen Kommunikation von Non-Profit-Organisationen. Eine Analyse zum Einsatz von digitaler	Universität Lüneburg	2005	Unternehmens-Kommunikation (UK)
Mirea, Johanna (M.A.)	Leadership Communication at the Middle Management Level of Industrial Enterprises. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-027)
Möbius Sophie (M.A.)	Das Kommunikationsmanagement von Nonprofit-Organisationen. Bestandsaufnahme und Analyse unter kommunikations-wissenschaftlichen und interdisziplinären Gesichtspunkten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Leadership (LEA)
Mödlhammer Irmgard (Diplom) Moegelin Andreas (Magister)	Ehre und Prestige und der Öffentliche Meinung. Die Sprache der Investor Relations. Eine inhaltsanalytische Vergleichsuntersuchung der Publikationen von DAX 30 Unternehmen. In Bezug auf die Verwendung emotionaler Sprache zur Verwirklichung finanzwirtschaftlicher Ziele.	Universität Mainz	1986	Image (I)
Möhle Maike (M.A.)	Krisenkommunikation bei Museen. Literaturbestandsaufnahme und Analyse von zwei Fallbeispielen in Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Investor Relations (IR); Image (I) (11-193)
Mörchen Dieter (Magister)	WAVING FLAGS – Die gesellschaftspolitische Positionierung von E-Commerce Unternehmen. Eine Untersuchung der situativen Rahmung von Corporate Advocacy am Beispiel LGBTQ+.	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. Anzeigen-Gestaltung im Zeitalter der Informationsüberlastung.	Hochschule der Künste Berlin	1991	Werbung (W)
Mosting Annelie (Diplom) Mühlauer Nicole (Diplom) (Transfer)	Marketing im Jugendtourismus.	Universität Salzburg	1998	Fallstudien (F)

Mühlberg Sandra (Magister)	Theorie und Wirklichkeit sozialistischer 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 Medienarbeit. Bestandsaufnahme und Bewertung von Analyseinstrumenten 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 Finanzkommunikation börsennotierter Unternehmen auf YouTube, Twitter, Facebook und SlideShare im internationalen Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR); 2012 Online-PR (OPR)	
Müller Anika (M.A.)	Der Einsatz von Apps in der Finanzkommunikation. Innovative Weg Investor Relations in einer neuen Ära der mobilen Kommunikation?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 (FiKo)	Finanzkommunikation (16-154)
Müller Bettina (Diplom)	Die Erfolgskontrolle externer PR-Leistungen am Beispiel der 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.	Kolleg für Kultur und Wirtschaft Potsdam	1992 Konzeption (K)	
Müller Jan (Magister) (Oeckl)	Effizienz kommunaler Public Relations. Der Einfluss verschiedener PR-Instrumente auf die regionale Berichterstattung.	TU Dresden	Journalismus/PR 2005 (J/PR)	
Müller Katrin (Magister)	Grundlagen und Perspektiven der Öffentlichkeitsarbeit von Versicherungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006 (PR-K)	Öffentliches Vertrauen (V); Kampagnen
Müller Lambert (Dissertation)	Krisen-Public Relations. Public Relations von Energieversorgungsunternehmen in der Bundesrepublik Deutschland unter besonderer Berücksichtigung von aktuellen krisenhaften Erscheinungen.	Universität Salzburg	1993 Krisen-PR (KPR)	
Müller Lisa (B.A.)	Politische Online-Kommunikation auf Twitter: Eine Studie am Beispiel der Parteien des Sächsischen Landtages.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2011 (PoK)	Online-PR (OPR); Politische Kommunikation
Müller Lisa (B.A.)	Der Kommunikationsbegriff in der Betriebswirtschaftslehre. Eine Analyse aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Theorie (PR-T)	(12-033)

Müller Maren Christin (M.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	Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien 2012 (F)	(12-074)
Müller Martin (M.A.) Müller Ulrich (Magister)	Der PR-Journalist. Ein Beitrag zur Kommunikatorforschung. (2 Bde.) PR von Handelsunternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Öffentliches Vertrauen (V) 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>		1999 Fallstudien (F)	
Müller Wiebke (Dissertation)	Die Europaorientierte Aus- und Weiterbildung von Journalisten und Kommunikationsberuflern. Eine Bestandsaufnahme und neue Modelle. Messe und mehr? Über die Nutzung der Kommunikationsplattform Messe	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR) 1996	UBL:97-2- 585
Mummert Uta (Magister)	durch kleine und mittelständische Unternehmen. Der Fall Christian Wulff. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung in der Vertrauenskrise	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	(00-032)
Muxfeldt Christoph (M.A.)	um den Bundespräsidenten unter besonderer Berücksichtigung der Springer-Presse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Öffentliches Vertrauen (V); Fallstudien (F) 2012	(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). Die Selbstdarstellung der Polizei	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK)		
Neubauer Paula (B.A.)	Sachsen auf ihrem Instagram Kanal. Eine qualitative Inhaltsanalyse. Herausforderungen und Chancen der internen Kommunikation in Start-up Unternehmen. Eine systematische Literaturanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-022)	
Neubert Leah Sophie (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	2020		(20-095)	
Neugebauer Jessica (B.A.)			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. PR und Öffentlichkeitsarbeit von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Kampagnen (PR-K)		
Neutert Simone (Magister)	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)
	Ethische Dilemmata von Corporate				
	Influencern. Entwicklung eines				
Nickol	Frameworks zur Analyse und Lösung				
Theresa	ethischer Entscheidungskonflikte von	Universität Leipzig,			
(M.A.)	kommunizierenden Mitarbeitern.	Institut für KMW	2022		(22-074)
	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)	

Notthaft Howard (Magister) (Oeckl)	Die Qualität der Qualität. Was PR-Agenturen unter Qualität verstehen. Literatur-bestandsaufnahme und eine Analyse von Selbst-darstellungsmedien deutscher PR-Agenturen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 (03-003 a+b)	
Notthaft Howard (Dissertation )	Kommunikationsmanagement als professionelle Organisationspraxis. Theoretische Annäherung auf Grundlage einer teilnehmenden Beobachtungsstudie. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2009 Theorie (PR-T)	UBL: E-Book
Nuernbergk Christian (Magister) (Oeckl)	Die Mutmacher. Eine explorative Studie über die Öffentlichkeits-arbeit der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft.	Westfälische Wilhelms-Universität Münster	2005 Fallstudien (F)	
Nuri Pares (B.A.) (Oeckl)	Normative Aspekte der Public Relations. Gründe und Auswirkungen des Einflusses von Public Relations auf den Journalismus unter professionsethischen und praktischen Gesichtspunkten.	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) Parsche Brigitte (M.A.)	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)		
Parthey Kathleen (Magister)	Die „Himmelscheibe von Nebra“ – Kulturgut als Marke. (3 Bde.) Das Pressefoto als adaptierte journalistische Arbeitsform der PR. Bestandsaufnahme relevanter Literatur und eine Befragung von Journalisten. (2 Bde.)	Leipzig School of Media Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Journalismus/PR (J/PR)	(00-077 a +b )	
Pasternak Lisa (B.A.) Paul Antonia (B.A.)	Mitarbeiterzeitschriften im Internetzeitalter am Beispiel der Automobilbranche. Personalisierung. Journalisten und ihre persönliche Marke auf Instagram. Kommunale Öffentlichkeitsarbeit im Vergleich zweier Städte. Ein Vergleich zwischen Hoyerswerda & Görlitz unter Berücksichtigung des „Tages der Sachsen“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	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		Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Krisen-PR (KPR)		
Peglow Pamela (Magister) (Oeckl)	Erfolgspotential Kommunikation: Ausgewählte Aspekte der internen und externen Marketingkommunikation internationaler Unternehmen.	Universität Duisburg Essen	2003	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(08-013)	

	„Krisenkommunikation 2.0“ – Dark Site, Twitter oder Facebook – Welche Möglichkeiten der Onlinekommunikation werden von Unternehmen in Krisen genutzt? Literaturbestandsaufnahme, Experteninterviews und Unternehmensbefragung zum Thema		Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F); Krisen-PR (KPR) a +b)	
Pentzold Janine (Magister)	Onlinekommunikation in Krisen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	(11-165)
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	(03-080 a+b)
Peters Moritz (B.A.)	„Wie berichtet das Medienmagazin ZAPP über PR-Themen?“	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Sponsoring (S) Journalismus/PR (J/PR)
Petersen Paula (M.A.)	Die Unternehmenskommunikation als Kommunikatives Stakeholdermanagement: Materialitätsanalyse und strategische Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(17-150)
Pinnig Fabian (Magister) (Oeckl)	Public Relations von Medienkonzernen. Eine empirische Untersuchung.	Freie Universität Berlin	2004	Fallstudien (F)
Pirlich Julia (Magister)	Der Presseworkshop als Instrument der Unternehmens- und Produktkommunikation in der Automobilwirtschaft. Eine kritische Analyse am Beispiel der Volkswagen AG. Anforderungen des Onlinejournalismus an die Unternehmenskommunikation. Eine Analyse zur	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmenskommunikation (UK)
Pirouz Mani (Diplom) (Oeckl)	Entwicklung von Handlungsempfehlungen 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. Bestandsaufnahme 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Online-PR (OPR) (18-012)
Pitzschel Oliver (M.A.)	Du sollst nicht lügen!(?). Literaturbestandsaufnahme 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 mittelständischer Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 (UK)	Unternehmens-Kommunikation	(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 Josefina (M.A.)	Interne Strategiekommunikation – Konzeptionelle Grundlagen, Chancen und Herausforderungen. (2 Bde.) <b>Anlagenband + CD-Rom nicht zugänglich!</b>	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)		Universität Leipzig, Institut für KMW	1994	Fallstudien (F)	(95-013)

	Kommunikationsmanagement: Das zentrale Mittelfeld der Sportgesellschaft. Eine Bestandsaufnahme zur Public Relations von Profi-Fußballvereinen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Fallstudien (F)	(06-084)
Pollscheit Christian (Magister)	Public Relations im WWW. Potenzial und Nutzung von Unternehmens-Websites als Informations- und Kommunikationsplattform.	Otto-Friedrich-Universität Bamberg	2001	Internationale PR (IPR)	
Polzer Jörg (Diplom)	CSR-Kommunikation mit Bewegtbild. Eigenschaften und Erfolgsfaktoren der YouTube-Kommunikation über das verantwortliche Handeln von Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	CSR-Kommunikation (CSR)	(15-098)
Popenya Anastassiya (M.A.)	Geschichte der Public Relations von Verlagen. Eine Fallstudie am Beispiel der Öffentlichkeitsarbeit des C. F. Peters Musikverlages von 1800 bis 1938.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)	
Popp Lydia-Marie (M.A.)	(2 Bde.) <b>Anhang nicht zugänglich!</b> 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)
Poppe, Laura (B.A.)	Parasoziale Interaktion auf TikTok – Inwiefern zeichnen sich parasoziale Interaktionen beziehungsweise parasoziale Beziehungen auf TikTok ab, am Beispiel von Harry Potter TikToks?				
Porada Tamina Sophie (B.A.)	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).	Universität Hamburg	1992	Fallstudien (F)	

Pries Sina (M.A.)	Deutschland ist verliebt“. Die Entwicklung des öffentlich-medialen Images von Karl-Theodor zu Guttenberg. Eine qualitative Analyse unter besonderer Berücksichtigung des Vertrauensaspekts. Parteien-PR in Ost und West. 10 Jahre nach der deutschen Einheit. Bestandsaufnahme und Vergleich der Öffentlichkeitsarbeit der SPD-Landesverbände in Sachsen und Bayern. <b>Anhang nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Politische Kommunikation (PoK); Öffentliches Vertrauen (ÖV)	
Pritzel Karin (Magister)	Kampf der Köpfe. Wie glaubwürdig sind die politischen Selbstdarsteller? Eine theoretische und empirische Analyse am Bsp. Der Spitzenkandidaten im Bundestagswahlkampf 1990: Helmut Kohl & Oskar Lafontaine.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)	(02-052 a)
Pscherer Jörg (Diplom)	Public Relations und Ethik. Eine Studie zum verantwortlichen Handeln in der Praxis der Öffentlichkeitsarbeit.	Otto-Friedrich-Universität Bamberg	1992	Politische Kommunikation (PoK)	
Pütz Martina (Diplom)		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
Rabe, Martha (B.A.)	Public Positioning on Diversity and Inclusion in the Sports Sector. Challenges for Sport Organizations.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		(23-012)	
Ramel Walter (Diplom)	Die Ökologieberichterstattung in deutschen und italienischen Tageszeitungen.	Katholische Universität Eichstätt	1993	Start-Up- Kommunikation (St-K); Unter- nehmens- 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, Öffentlich- keitsarbeit	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	(UK)	Unternehmens- Kommunikation (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	(IUK)	Interne Unter- nehmenskom- munikation (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	Analyse am Bsp. Des Europäischen Forums für Migrationsstudien.	Universität Bamberg	1994	Fallstudien (F)		

Rechmann Nicola (Diplom) (Oeckl)	Die Imagekampagnen Ruhrgebiets. Zielsetzungen, Strategien, Resonanz. Stardust and Publicity? Personen- PR im Unterhaltungsbereich.	Katholische Universität Eichstätt	1999 Image (I)	
Reckling Carla (Magister)	(2 Bde.)	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	
Regens- berger 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 Randsport- arten. Das Beispiel Ringkampfsport. Interdependenzen zwischen Sport- journalismus und Sport-PR: eine Input- Output-Analyse zum Einfluß von Presseinformationen auf die lokale Sportberichterstattung und eine Befragung zur Presse- und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006 Non Profit (NP); Fallstudien (F)	
Rehhahn Kerstin (Magister)	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Start-Up- Kommunikation (St-K)	(17-127)
Reiche Sandra (Magister)	PR in einer kritisierten Wirtschafts- branche. Die Öffentlichkeitsarbeit der British American Tobacco (Germany) unter besonderer Berücksichtigung ihrer Sponsoringaktivitäten. Innovationsjournalismus. Konzep- tionelle 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 Unter- nehmenskom- munikation (IUK)	(15-010)
Reiner Oliver (Magister)	OA von Nonprofit-Organisationen im Spannungsfeld zw. Fundraising, Ehrenamt und Förderrichtlinien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 Non Profit (NP)	

Reinhardt Isabel (B.A.)	Social Media in der Finanzkommunikation: Analyse von Investor Relations-Websites börsennotierter Unternehmen im internationalen Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR); 2012 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 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	CSR- Kommunikation (CSR)	(19-132)
Reinkober Peter (Magister)	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.	Freie Universität Berlin		1985
Reißig Kevin (M.A.)	Politische Kommunikation auf Landesebene. Eine quantitative Vergleichsstudie zu Kommunikationsmanagement und insbesondere zur Erfolgskontrolle landespolitischer Organisationen in der Bundesrepublik Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Politische Kommunikation (PoK)	2013
Ren, Rongbin (B.A.)	Framing in der Kultur-PR von Festivals. Eine Inhaltsanalyse am Beispiel der 66. Internationalen Filmfestspiele Berlin.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2023
Rennmann Nora (B.A.)	Kampagnen als Reaktion auf Krisensituationen in der Ernährungskommunikation. Eine Fallstudienanalyse. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen (PR-K)	2016 (16-034)
Renz Sylvie (Magister)	Formen und Inhalte der Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes der Europa-Union Deutschland e. V.	Universität Leipzig, Institut für KMW		1994 Fallstudien (F) (94-027)
Repenning Sabine (Magister)	Visuelle Strategien in der Werbung. Für tierische Produkte. Eine qualitative Videoanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2020 (20-097)
Reschke Carolin (B.A.)	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 (PR-K)	2006 (07-094)
Rettmann Anja (Magister)	Music connects us! Ein Kommunikationskonzept für das Start-Up muxmusic.com.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Konzeption (K)	2008

Ribnitzky Verena Sophie (M.A.)	Die Rolle von Kommunikatoren in außeruniversitären Forschungseinrichtungen. Leitfadeninterviews zur internen Beratung in der Wissenschaftskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-078)
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 Deutschen 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 Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens-Kommunikation (UK)
Richter Susan (Magister)	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 Kommunikationsstrategie zum Standortmarketing am Beispiel des Regionenmarketing Mitteldeutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Regionale PR (RPR); Konzeption (K) (06-066)
Ridder Christo-pher (Oeckl) (Dissertation)	Investor Relations-Qualität: Determinanten und Wirkungen. Theoretische Konzeption mit empirischer Überprüfung für den deutschen Kapitalmarkt. Medienresonanzanalyse als	Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	

Riefler Stefan (Magister)	Public Relations als Dienstleistung. Berufszugang, Berufsbild und berufliches Selbstverständnis von PR-Beratern in der Bundesrepublik Deutschland.	Universität München	1994	
Rieger Birgit (Magister)	PR-Erfolgskontrolle. Die Medienresonanz-Analyse am Beispiel der Veröffentlichen Meinung über die Grundig AG, Fürth. Rolle und Chancen zielgerichteter Kommunikation für die	Universität Erlangen-Nürnberg	1996	Fallstudien (F)
Rieth Sabine (Diplom) (Oeckl)	Kundenorientierung öffentlicher Verwaltungen. Corporate Identity als Management-Strategie für öffentliche Verwaltungen. 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	Hochschule der Künste Berlin	1998	Unternehmens-Kommunikation (UK)
Riethausen Jana (Magister) (Oeckl)	Personalabbau. Eine linguistische Analyse unter den Gesichtspunkten der Verständigungsorientierung und Vertrauensbildung. (2 Bde.)	Universität Hamburg, Institut für Germanistik I	2003	Unternehmens-Kommunikation (UK)
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	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	1997	Journalismus/ PR (J/PR)
Rinne Elisa Marie (B.A.)	Grenzen, Care, Oxfam und Save the Children im Zeitraum von 2006 bis 2015. Crossmediale Unternehmens-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Non Profit (NP) (16-065)
Risch Friederike (B.A.)	kommunikation – organisatorische Veränderungen durch Multi-Channel-Strategien. 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	2015	Online-PR (OPR)
Rist Karolin Susanne (M.A.)		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	1998	Unternehmens-Kommunikation (UK) (03-081)
Rizvo Aida (Diplom)	Investor Relations in den USA und in Deutschland. Eine Vergleichende Analyse.	Universität Kassel	1998	Investor Relations (IR)

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	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	
Rockstroh Grit (Magister)	Weimarer Republik und im Nationalsozialismus am Beispiel der Stadt Leipzig. Wirklichkeitskonstruktion durch Kampagnen der Milch- und Fleischindustrie. Zur Glaubwürdigkeit von Kampagnen zum Thema	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	PR-Historie (H) (04-024)
Rodrian Jessica (B.A.)	Nachhaltigkeit am Beispiel der Nachhaltigkeits-Initiative von Leerdamer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Kampagnen (PR-K) (16-035)
Rodriguez Sofia Diaz (B.A.)	The Personalized Online Portrayal of Startup Founders.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-043)
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.) <b>Anlagenband nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Internationale PR (IPR)
Roldán, López Alejandro (B.A.)	Instagram communication of luxury fashion companies. A qualitative content analysis. Tablet statt Tablett? Wenn das iPad	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmenskommunikation (UK) (19-119)
Ronneberger Jessica (B.A.)	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. Social Media-Kommunikation im Strategischen Krisenmanagement.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Fallstudien (F) (12-060)
Roos Christian (M.A.)	Kommunikative Online-Dialogstrategien von Unternehmen im Streikfall am Beispiel Facebook – ein inhaltsanalytischer Vergleich. Das Verhältnis von Innovationskommunikation, Forschungskommunikation und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online-PR (OPR) (16-138)
Rößler Carolin Luise (M.A.)	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. Virtual Reality und Augmented Reality in der externen Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 (UK)	Unternehmens-Kommunikation (12-65)
Rostek, Lea (M.A.)	Qualitative Studien zum wertschöpfenden Beitrag in der PR. Medien und die türkische Bevölkerung von Berlin (West). Eine repräsentative Studie zur Mediennutzung. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-029)
Roters Gunnar (Magister)	Werben mit der Wende – Wirtschaftskommunikation zur deutschen Einheit.	Freie Universität Berlin	o.J.	
Roth Alexander (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Werbung (W)
Rothe, Fabiola (M.A.)	Institutionalisiertes Change-Management und seine Potenziale für die Unternehmenskommunikation. Public Relations - Organisation und Profession. Empirische Befunde und theoretische Ansätze zur Öffentlichkeitsarbeit im organisationalen Kontext.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 (UK)	Unternehmenskommunikation
Röttger Ulrike (Dissertation)	Das Verhältnis zwischen Journalismus und Presse und Öffentlichkeitsarbeit - Eine Input-Output-Analyse am Beispiel der „ImmobilienMesse“ der Leipziger Messe GmbH vor dem Hintergrund des „Intereffikationsmodells“.	Universität Zürich	1999	
Röwer Katja (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	(03-022)
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 Finanz- und Meinungsmarktes von Aktiengesellschaften unter besonderer Berücksichtigung der Finanzwerbung mittels Anzeigen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 (CSR)	CSR-Kommunikation (17-129)
Rüscher Gesa (Diplom) (Oeckl)		Hochschule der Künste Berlin	1992	Investor Relations (IR); Werbung (W)
Ruf Theresa (M.A.)	Dialog der Premiumklasse? Eine empirische Analyse dialogorientierter Kommunikation von Premiumautomobilkonzernen mit jungen Zielgruppen auf Instagram. Konzeption für das Kultur- und Informationszentrum der tschechischen und slowakischen Föderativen Republik in Berlin. 200 Jahre Völkerschlacht / 100 Jahre Völkerschlachtdenkmal. Ein Kommunikationskonzept zum Doppeljubiläum 2013 für die Stadt Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-115)
Ruge Hildegund		Berlin	1992	Konzeption (K)
Rühle Roman (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Regionale PR (RPR); Konzeption (K)

Rühle Roman (M.A.)	Litigation-PR. Funktion, Selbstverständnis und Berufspraxis in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Litigation-PR 2012 (LPR)	(12-077)
Rupp Mark P. (Magister)	Mitarbeiterkommunikation und Corporate Identity: Möglichkeiten und Grenzen. Das Fallbeispiel der Johnson Controls Headliner GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien 2005 (F)	(05-031)
Rutsch Daniela (Magister)	Issues Management als Verfahren der Public Relations: eine Analyse verschiedener Forschungsansätze unter besonderer Beachtung der Implementierung von Issues Management in deutschen Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Issue Management 1999 (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	2016 (UK)	Unternehmenskommunikation	(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	2016 (UK)	Unternehmenskommunikation	(16-139)
Schaller Lars (Magister)	Verbandskommunikation in den neuen Bundesländern. Eine Analyse der externen Kommunikation ostdeutscher Unternehmerverbände.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 (F)	Fallstudien	(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	2001 (PoK)	Internationale PR (IPR); Politische Kommunikation	(02-008)
Schaffranietz, Adrian (Magister) (Oeckl)	Internationale PR – Die Imagepflege des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung im Ausland am Beispiel Polen.	Universität Essen	2000	Internationale PR (IPR)	
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	2009	Internationale PR (IPR)	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	2013 (UK)	Unternehmenskommunikation	
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	2009 (K)	Unternehmenskommunikation (UK); Konzeption	
Schepers Tanja (Magister)	Imagegestaltung zwischen Werbung und PR. Zur Entwicklungsgeschichte der Anzeigenkampagne am Beispiel der Henkel KgaA.	Ruhr Universität Bochum	2001 (F)	Fallstudien	

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 Innovationssschwerpunkt.	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.) <b>Interviewband nicht zugänglich!</b>	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 (F)	Fallstudien (00-063)

Schindler Eva (Diplom) (Oeckl)	Bühne Bundespressekonferenz – Politische Inszenierung in der Mediendemokratie. Eine Analyse der politischen Öffentlichkeitsarbeit in Deutschlands berühmtester Pressekonferenz.	Universität Passau, Lehrstuhl für Politikwissen- schaft	Politische Kommunikation 2004 (PoK)	
Schir- macher, 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	Unternehmens- kommunikation (UK); Fallstudien 2004 (F)	(05-018)
Schleier Astrid (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit und Wirt- schaftsförderung. Eine Fallstudie am Beispiel des Business and Innovation Centre Nordthüringen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien 1996 (F)	(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	Theorie (PR-T); 2002 Fallstudien (F)	
Schließ- mann, Andreas (Diplom)	Eine Frage der Transparenz? Eine berufsethische Betrachtung von Medienpartnerschaften am Beispiel der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft.	Hochschule Darmstadt	Fallstudien 2008 (F)	
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 dialogorien- tierter Öffentlichkeitsarbeit. Deutsche Lebensmittel-unternehmen im Umgang mit kritischen Anspruchsgruppen. Angriffskampagnen aktivistischer Stakeholder. Eine Mehrmethoden- studie zum Krisenpotenzial aktivistischer Stakeholder (Non-Profit)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Issues Management 2007 (IM)	(07-061)
Schmidt Ann-Katrin (M.A.)	im Hinblick auf die Krisenkommunikation von Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Non Profit (NP)	(17-130)
Schmidt Christian (M.A.)	Unternehmenskommunikation in der Jackentasche: Corporate mobile Apps in Deutschland. Eine empirische Bestandsaufnahme der App-gestützten Kommunikation der DAX-30- Unternehmen.	Leipzig School of Media	Unternehmens- kommunikation 2015 (UK)	
Schmidt Dana (Magister)	Die Öffentlichkeitsarbeit von Ministerien. Eine Bestandsaufnahme am Beispiel des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien 2000 (F)	

Schmidt Elisabeth (B.A.)	Die Kommunikation des Aufsichtsrats: Inhaltsanalyse der Aufsichtsratsberichte der DAX30-Unternehmen in Hinblick auf glaubwürdige und vertrauensfördernde Stilmittel.	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-Heinrich, 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 Mitteldeutschen Rundfunk. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Journalismus/PR (J/PR) (03-029 a+b)

Schmidtsdorf Sebastian	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	Lobbying (L); Regionale PR	2009 (RPR)		
Schmiech, Yannick (M.A.)	Framework und Fallbeispiele zur Integration der Unternehmensberichterstattung Innovationskommunikation als Grundlage für die erfolgreiche Positionierung von Branchen-clustern.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2020		(20-066)
Schmiedgen Peter (M.A.)	Konzeptionelle Grundlagen und empirische Untersuchung am Beispiel von Silicon Saxony. PR-Kampagnen für Kinder und Jugendliche. Literaturbestandsaufnahme und eine Analyse von drei Beispielkampagnen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR	2011 (RPR)		(11-191)
Schmigalle Petra (Magister)	E-Government in Deutschland – Dialogorientierte Öffentlichkeitsarbeit von deutschen Kommunen mit Hilfe des Internet. Kommunale Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Leipzig. Eine Input/Output-Analyse am Beispiel von Pressekonferenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen	2009 (PR-K)		
Schneider Anne (Magister)	Sharing Economy: Chance oder Gefahr für den Arbeitnehmer?	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR	2004 (RPR)		(04-073)
Schneider Annett (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. Status quo am Beispiel der ausgewählten Branchen. Unternehmenskommunikation und Polyphonie – Interdisziplinäre Grundlagen und konzeptionelle Perspektiven.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR	1998 (RPR)		(99-024) nur Anhang vorhanden
Schneider Carina (B.A.)	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. Status quo am Beispiel der ausgewählten Branchen. Unternehmenskommunikation und Polyphonie – Interdisziplinäre Grundlagen und konzeptionelle Perspektiven.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2017		(17-044)
Schneider Claudia (Magister)	Partizipation und Technik. Legitimationsoptionen für die Technologiepolitik. Trailer machen Quote. Analyse und Vergleich der Formate innerprogrammmlicher Eigenwerbung mit Trailern bei ARD, ZDF, RTL, PRO SIEBEN und ARTE.	Universität Augsburg		1993		
Schneider Kira (M.A.)	Partizipation und Technik. Legitimationsoptionen für die Technologiepolitik. Trailer machen Quote. Analyse und Vergleich der Formate innerprogrammmlicher Eigenwerbung mit Trailern bei ARD, ZDF, RTL, PRO SIEBEN und ARTE.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR)	2017		
Schneider Lena (M.A.)	Partizipation und Technik. Legitimationsoptionen für die Technologiepolitik. Trailer machen Quote. Analyse und Vergleich der Formate innerprogrammmlicher Eigenwerbung mit Trailern bei ARD, ZDF, RTL, PRO SIEBEN und ARTE.	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 innerprogrammmlicher Eigenwerbung mit Trailern bei ARD, ZDF, RTL, PRO SIEBEN und ARTE.	Universität Leipzig, Lehrstuhl für Politikwissenschaft	Politische Kommunikation	2007 (PoK)		
Schneider Nicole (Magister) (Transfer)	Vergleich der Formate innerprogrammmlicher Eigenwerbung mit Trailern bei ARD, ZDF, RTL, PRO SIEBEN und ARTE.	Johannes Gutenberg-Universität Mainz		1998		

Schnicke, Tyra (B.A.)	Start-up-Kommunikation auf Kickstarter. Eine Analyse der Gründerzentrierung in Start-ups bei Crowdfunding-Kampagnen.	Universität Leipzig, Lehrstuhl für Politikwissenschaft	Start-up Kommunikation	2019	
Schnitzler Heiko (Magister)	Verbandskommunikation im Gesundheitsbereich. Entwicklung und Kommunikation der deutschen 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. Hofberichterstatte oder kritische Instanz? Der Umgang des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit PR-	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien	2004 (F); Ethik (E)	
Schödel Marcus-Christian (Magister)	Informationen der Bundesregierung. Eine Medienresonanzanalyse am Beispiel des Nachrichtenradios MDR INFO.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR	2011 (J/PR)	(11-166)
Schönborn Gregor (Dissertation)	Unternehmenskultur als Erfolgsfaktor der Corporate Identity. Die Bedeutung der Unternehmenskultur für den ökonomischen Erfolg von Unternehmen und deren strategische Relevanz in der Corporate Identity. Die Relevanz von symmetrischer Kommunikation und von Teilöffentlichkeiten im	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	2012 (UK)	
Schönbrunn Ingo (Magister) (Oeckl)	innerbetrieblichen Kommunikationsprozeß. Der Flughafen Dresden als Fallstudie. Kunstförderung als Instrument	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien	1999 (F)	(00-017)
Schönefeld Julia (Magister) (Oeckl)	innerhalb des Kommunikationsmanagements. Eine Fallstudie am Beispiel. Des Projekts, Kunst in der Leipziger Messe“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien	1999 (F)	(00-018)
Schönherr Jenny (B.A.)	Analytische Bestandsaufnahme der Kundenzeitschrift und Fallanalyse. Air Berlin Magazin und Bleibgesund im Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation (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.	University of Maryland	PR-Historie (H)	1998	
Schombel Kristin (Magister)	Internationale Werbestrategien zwischen Standardisierung und Differenzierung. Analytische Bestandsaufnahme und inhaltsanalytischer Vergleich von deutscher und US-amerikanischer Printwerbung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Werbung (W); Fallstudien (F)	2005	

	Mentoring als Instrument der Personalentwicklung in Kommunikationsagenturen.			
Schopf Stephanie Franziska (M.A.)	Theoretische Modellierung und empirische Bestandsaufnahme von Mentoring in Kommunikationsagenturen in Deutschland. (2 Bde.) Digital Public Affairs. Anwendungsmöglichkeiten und Erscheinungsformen von Online-Kommunikation im Rahmen von Public Affairs-Aktivitäten von Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen 2018 (PR-K)	(18-144 a+b)
Schott Jessica (M.A.)		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 Kommunikationskonzept für das Mittel-	Leipzig School of Media	Unternehmens- kommunikation 2016 (UK)	
Schrader Janet (B.A.)	deutsche Multimediazentrum Halle. Social Media Newsrooms – Konzeptionelle Grundlagen und empirische Befunde in Deutschland, dem Vereinigten Königreich und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	
Schramm Dana Melanie (M.A.) Schreiber Achim (Magister) (Transfer)	Fundraising-Kommunikation von Non-Profit-Organisationen im Social Web. Eine inhaltsanalytische Betrachtung des dialogischen Beziehungsaufbaus deutscher Non-Profit-Organisationen mit ihren Spendern bei Facebook. 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	2012 Online PR (OPR)	(12-079)
Schreiber Selina (M.A.)		Johannes Gutenberg- Universität Mainz	Unternehmens- kommunikation 1998 (UK)	
Schreiber Yvonne (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Non Profit (NP)	(18-158)
Schreiber Kerstin (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Image (I)	
Schreier Kerstin (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 Konzeption (K)	(02-021)
Schrempel Nadine; Planitzer Julian (B.A.)	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	2015	(15-077)
Schreyer Carolin (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Online PR (OPR)	(13-064)

	Der Beitrag strategischer Kommunikation zu der Wertschöpfung von Start-ups. Eine systematische				
Schuchard Luisa (B.A.)	Analyse der Fachliteratur zur Entwicklung eines Referenzmodells.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-045)
Schuck- Wersing, Petra (Disserta- tion)	Terra incognita imaginis – Eine Expedition zum Bild. Beiträge zur Analyse des kulturellen Stellenwertes von Bildern.	Freie Universität Berlin	1991		
Schüler Isabell (Magister)	Familienunternehmen im Social Web. Status quo der Unternehmenskommunikation von deutschen Familienunternehmen im Social Web.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens- kommunikation (UK); Online PR (OPR)	
Schulle Maren (Magister)	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Journalismus/PR (J/PR); Fallstudien (F)	(06-031)
	Das Corporate Intranet als Instrument des internen Kommunikationsmanagements von Unternehmen. Bestandsaufnahme, Expertenbefragung und inhaltsanalytische			Unternehmens- kommunikation (UK); Fallstudien (F)	
Schultz Alexander (Magister)	Vergleichsstudie anhand ausgewählter Unternehmen des ÖPNV.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005		(06-010)
Schulz Sabine (Magister)	PR-Konzeption im Rahmen integrierter Kommunikation. Zuständigkeiten für Social Media in der Organisationskommunikation – Eine	Universität Lüneburg	1999	Konzeption (K)	
Schulze Stefanie (B.A.)	Untersuchung von 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmens- kommunikation (UK)	(12-80)
	Vertrauen in der internen Organisationskommunikation des Universitätsklinikums Dresden. Eine empirische Untersuchung von			Regionale PR (RPR); Öffentliches Vertrauen (V)	
Schurig Susann (Magister)	Vertrauen an Schnittstellen auf der horizontalen Ebene des Managements sowie deren Kommunikations- und Informationsprozesse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013		
Schuster Marie- Sophie (M.A.)	Vertrauen und Employee Engagement in der internen Kommunikation. Eine theoretische Modellierung und Entwicklung eines Instruments.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-109)

	Öffentlichkeitsarbeit und Einsatz werbetechnischer Mittel in Naturschutz und Landschaftspflege am Beispiel der Umsetzung eines Biotopverbundkonzeptes für die Niedermoor-Kernbereiche des westlichen Dachauer Moores, sowie einige grundsätzliche Anmerkungen zu diesem Thema.	Fachhochschule Freising/Weihenstephan	Fallstudien (F); Non Profit 1993 (NP)	
Schwahn Matthias (Diplom)	Das Image der Unternehmen Hoechst AG und Bayer AG. Eine textlinguistische Analyse ihrer französischsprachigen Anzeigen. Zwischen Standardisierung und Differenzierung. Die Organisation internationaler Unternehmenskommunikation am Fallbeispiel COMPAREX.	Freie Universität Berlin	1999 Image (I)	
Schwarz Clara (Magister)	Ein Kommunikationskonzept für das Independent- Label Ahornfelder unter Berücksichtigung von Guerilla-Maßnahmen. PR für kleine Budgets.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 (UK)	
Schwarz Clara (B.A.)	Berücksichtigung von Guerilla-Maßnahmen. PR für kleine Budgets.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	(09-026)
Schwarze, Birgit; Tucholski-Schmidt, Susanne; Wolf, Hartmut	Weimar, Wiege der Klassik, im Blickpunkt moderner Public Relations. Eine PR-Konzeption für die Entwicklungsgesellschaft Weimar mbH.	Dt. Angestellten Akad. Gelsenkirchen	1991 Konzeption (K)	
Schwede Katrin (B.A.)	Mikro-Blogging als Instrument der Unternehmenskommunikation. Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 (UK)	Online PR (OPR); Unternehmenskommunikation
Schweier Rebecca (M.A.)	„Greenwashing“ – Phänomen der PR-Kritik. Analytische Bestandsaufnahme und Fallstudien. Die Macht der Bilder- Wie Risiko im Fernsehen sichtbar wird, am Beispiel Fracking.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 T)	Fallstudien (F); Theorie (PR- (12-011)
Seele Nicola (B.A.)	Organisierte Interessen und öffentliche Kommunikation. Eine Analyse ihrer Beziehungen im deutschen Kaiserreich (1871 – 1914). Das Intereffikationsmodell unter dem Einfluss des Social Web. Analyse und Weiterentwicklung am Beispiel der Automobilherstellerbranche. <b>Anhang nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 (OPR)	Journalismus/PR (J/PR); Online PR (13-082 a)
Seeling Stefan (Dissertation)	Analyse ihrer Beziehungen im deutschen Kaiserreich (1871 – 1914). Das Intereffikationsmodell unter dem Einfluss des Social Web. Analyse und Weiterentwicklung am Beispiel der Automobilherstellerbranche. <b>Anhang nicht zugänglich!</b>	Otto-Friedrich Universität Bamberg	1994 PR-Historie (H)	UBL: AP 23210 S452
Seete Maik (M.A.)	Leipzig im Keller – Kommunikationsreihe in Auerbachs Keller. Im Mittelpunkt: der Mittelstand.	Leipzig	1993 Konzeption (K)	

	Das Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus im Kontext von Variablen – Darstellung, Modellentwicklung und Studie zur Wirkung ausgewählter Variablen in einzelnen Dimensionen bzw. Bereichen				
Seiden-glanz René (Magister)	auf Basis eines Intereffikations-Variablen-Modells.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR	2002 (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	Image (I)	2003	(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	Unternehmenskommunikation	2004 (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	Fallstudien	2000 (F)	(00-066)
Seiffert Jens (Magister)	PR-Forschung zwischen Theorie und Praxis – Analyse einer Beziehung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Theorie (PR-T)	2007	(08-010)
Seiffert Jens (Dissertation)	Vertrauen in der Mediengesellschaft. Eine theoretische und empirische Analyse.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	Öffentliches Vertrauen (ÖV)	2013	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 Mobilität: 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	Unternehmenskommunikation	2009 (UK)	(09-058)
Serbe Diana (B.A.)	Interne 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	Interne Unternehmenskommunikation	2013 (IUK)	
Sherzada Mushda (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	2013 (UK)	(13-084)

Shen Yingjia (B.A.)	Ratings zur Qualitätsbewertung der Finanzkommunikation: Grundlagen, Bestandsaufnahme und ein weltweiter Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR)	2014	
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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR)	2013	(14-007)
Sichlinger Judith (B.A.)	Investor Relations 2.0 und Dialog. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Finanz-kommunikation von Intel, Cisco, Microsoft, BASF, SAP und der Deutschen Telekom.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR)	2013	
Sickert Tabea (M.A.)	All inclusive: How internal communications on social media can support diversity in organizations. A conceptual frame of reference for the integration of diversity messages into the international communications management.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2022	(22-081)
Siegel Caroline (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	(20-043)
Siegel Kristin (B.A.)	Organisation in der Kommunikation: eine Literaturstudie und kritische Reflexion von Konzepten zur Struktur von Kommunikationsabteilungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Theorie (PR-T)	2012	
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); Konzeption (K)	2012	
Silberhorn Daniel (Oeckl)	Defining CSR in Germany and the UK. A corporate perspective on notion, rationale and influences.	Manchester Metropolitan Univ.	Theorie (PR-T); Fallstudien (F)	2005	
Simmelbauer EvaMaria (Magister) (Oeckl)	Frauenpower oder Männerdomäne? Zur Situation von Frauen und Männern im Berufsfeld Public Relations. Eine Befragung von PR-ExpertInnen in Deutschland.	Ludwig-Maximilians-Universität München	Fallstudien	2002	(F)
Simon Katharina (M.A.)	Die Zukunft der Public Relations aus der Sicht angehender Young Professionals. Ein empirischer Vergleich 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 Öffentlichkeitsarbeit im Feld Schule	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien 1999 (F)	(02-035)
Skala Silke (Diplom) (Oeckl)	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 Nonprofit-Organisation Ärzte ohne Grenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen 2007 (PR-K)	(07-124)
Slakova Maria (B.A.) Smetanin Anja (Magister) Smirek Katja (Magister) (Oeckl)	Die Öffentlichkeitsarbeit von leistungsorientierten Sportvereinen. Politische Kommunikation und öffentliches Vertrauen. Der Fall Biedenkopf 2001. (Rekonstruktion und Inhaltsanalyse).	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR 2013 (J/PR)	
Sommer Christian (Magister) (Oeckl)	Im Brennpunkt der Öffentlichkeit: Florian Gersters Vertrauens-problem. Eine Fallstudie zur Berateraffäre 2003/2004.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	
Sommer Vivienne (M.A.) Sorgau Klaus-Peter (Magister) Spanier Bernd (Magister)	Die Genese des Privaten im Digitalkapitalismus. Die Leipziger PR-Branche. Eine aktuelle Bestandsaufnahme. Media and Politics in the UK. Who are the real Spin Doctors? Der Wirecard- Skandal in den Medien. Die Auswirkungen medialer Online-Berichterstattung auf	Universität Leipzig, Institut für KMW	Theorie (PR-T); 2006 Fallstudien (F)	(06-026)
Speidel, Hella-Louise (B.A.)	Aktienkursverläufe am Beispiel der Wirecard AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Theorie (PR-T); 2005 Fallstudien (F)	(05-056)
Spengler Patrick (Magister)	Politische Kommunikation und Lüge. Theoretisch-analytische Grundlagen und eine Fallstudie (Andrea Ypsilanti).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	
			Fallstudien 1997 (F)	(98-070)
			Politische Kommunikation 2002 (PoK)	
			2022	(22-047)
			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	2018	(18-159)
Sponholz Liriam (Dissertatio n)	Objektivität im Journalismus. Begriffe und Praxis in Brasilien und Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR)	2007	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. Kommunikation von Innovation in der deutschen Versicherungs-wirtschaft. Eine empirische	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmens- kommunikation	2008	(UK) (08-027)
Staack Lilli Charlotte (M.A.)	Umsetzung entlang des Innovationsprozesses.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Wissenschafts- und Innovations- Kommunikation	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	Online PR (OPR)	2012	
Steglich Laura (B.A.)	Chatbots in der Unternehmens-kommunikation - Eine Analyse von möglichen Anwendungsmöglichkeiten in der internen Unternehmenskommunikation. Corporate Purpose in der Unternehmenskommunikation. Eine Analyse der Kommunikation des	Universität Leipzig, Institut für KMW		2019	(19-081)
Steglich, Laura (M.A.)	Corporate Purpose von BtoB-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2023	(23-030 a+b K)
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)	2018	(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 Öffentlichkeits-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-100)
Stelzner Karen (Magister)	arbeit/PR an der Universität Leipzig vor dem Hintergrund der 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Kampagnen (PR-K)	(00-019)
Steuere Cornelia (Magister)	Event-PR als PR-Instrument für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten. Eine Fallstudie am Beispiel des ARD-Kinderfestes 1997, organisiert vom Mitteldeutschen Rundfunk.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(99-007)
Stephan- Odenthal, Anna (M.A.)	Der Einfluss von Corporate Storytelling auf die Wahrnehmung des Image von Unternehmen – Eine empirische Untersuchung am Fallbeispiel eines fiktiven Unternehmens aus der Pharmabranche	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-068)
Steuer Maxime (M.A.)	Urbane Mobilität der Zukunft. Empirische Befunde zum Status quo und der Rolle der Innovationskommunikation für die interaktive Wertschöpfung deutscher Automobilhersteller.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Wissenschafts- und Innovations- Kommunikaton (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 .	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Online PR (OPR; Fallstudien (F))	(04-051)
Stockfisch Christina (Dissertation)	PR-Akteure, journalistische Akteure und ihre Beziehungen in der externen Gewerkschaftskommunikation. Eine Analyse des Spannungsfeldes zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus auf Basis des Intereffikationsmodells. Perspektiven für den Einsatz von	Universität Leipzig, 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)	

Stopp Susanne (Magister)	Wahlkampfkommunikation in Deutschland und Frankreich. Eine vergleichende Analyse der TV-Duelle von 2005 und 2007. Imageaufbau von Luxusmarken durch den Einsatz des Product Placements. Eine qualitative Untersuchung des Einflusses des Product Placements von Luxusmarken auf ihr Image an dem	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR); Politische Kommunikation 2008 (PoK)	
Storozhuk, Yuliia (B.A.)	Fallbeispiel „Sex and the City“ – Der Film.“	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-014 K)
Straka Yvonne (B.A.)	Kommunale Publikationstätigkeit einer Stadt gegenüber dem Bürger und auswärtigen Adressaten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Politische Kommunikation 2010 (PoK)	
Strauch Katrín (Magister)	Sächsische Kommunen im Internet. Bestandsaufnahme und Fallstudien. Investor Relations und Social Media: Benchmark-Studie zur	Universität Leipzig, Institut für KMW	Fallstudien 1999 (F)	
Strejcek Sindy (B.A.)	Aktiengesellschaften auf YouTube, Twitter, Facebook und SlideShare. Sportsponsoring als Teil der Unternehmenskommunikation. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR) 2011	(11-113)
Strenger Annett (Magister)	Befragung von Sponsoren des deutschen Profi-Radsports sowie Fallstudien. Die Wahrnehmung von personalisierter	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Sponsoring (S)	
Strizhak, Zhanna (B.A.)	Untersuchung der Wahrnehmung von personalisierten Anzeigen in Feeds, Stories und Reels.		2022	
Strobel Chiara- Isabelle (M.A.)	Die Rollen von Kommunikationsverantwortlichen in Organisationen. Eine interdisziplinäre, systematische Übersichtarbeit zur Rollenforschung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation 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	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 Konzeption (K)	(04-106)
Struve Simone (Magister)	börsennotierter Unternehmen des Deutschen Aktienindex und des Neuen Marktes. Theorie und Praxis verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit. Überlegungen über einen möglichen	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR) 2000	(02-002)
Sturm Karin E. (Diplom)	Beitrag zur Lösung von Kommunikationsproblemen der österreichischen Psychiatrie.	Universität Salzburg	1993 Theorie (PR-T)	

Stützer Matthias (B.A.) Sudendorf	Die katholische Kirche im Social 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.	Leipzig School of Media	Journalismus/PR 2010 (J/PR)	
Számadó, Eszter (M.A.)	Rollenbasiertes Arbeiten und Resilienz in der Unternehmenskommunikation der GIZ. Potenziale und Optimierungsmöglichkeiten. Public Relations öffentlicher Betriebe im Spannungsfeld zwischen Standortmarketing und Regional-PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-031 a+b)
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 Viviani (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 Kommunikation	(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 Erwachsenen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Image (I)		
Tetzel, Milo Hannah (B.A.)	mit Fokus auf Facebook- und Chatgruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Mediennutzung	(19-120)	
Terp Steffi (Diplom)	Öffentlichkeitsarbeit eines Industrieunternehmens in den neuen Bundesländern am Beispiel der KWO Kabel GmbH Berlin. Dokumentation, Inhaltsanalyse & Bewertung. Herausforderung Ehrenamt: Die Verbandskommunikation mit ehrenamtlichen Mitgliedern als Herausforderung für das Kommunikationsmanagement von zivilgesellschaftlichen Verbänden. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	1995	Fallstudien (F)	(95-033)	
Thein Anna-Maria (M.A.)	analytische Bestandsaufnahme und konzeptionelle Überlegungen. Kultursponsoring als Kommunikationsinstrument. Eine empirische Studie aus der Sicht von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014		(14-147)	
Theissen Caroline (Magister)	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Werbung (W)	(17-090)	

Thiele Florian (M.A.)	Sportsponsoring als Instrument für die Kommunikation mit Mitarbeitern und potenziellen Mitarbeitern. Eine 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 2011 Vertrauen (V)	(11-178)
Thießen Ansgar (Diplom)	Verhältnis zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus in Krisen.	Universität Ilmenau	Journalismus / PR 2007 (J/PR)	
Thobe Susanne (M.A.)	Qualität der Kommunikationsberatung. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Analyse des Selbstverständnisses deutscher PR-Agenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Image (I)	(13-194)
Thole Ute (Magister)	Profilsuche im Elfenbeinturm. Eine exemplarische Analyse zur aktuellen Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit	Universität Münster, Philosophische Fakultät	1997 Fallstudien (F)	
Thomas Andrea (Magister)	Strategiekonzept zur Umsiedlung einer Ortschaft unter dem Aspekt des Konfliktmanagements für die Lausitzer Braunkohle AG.	TU Dresden, Institut für Germanistik	1999 Krisen-PR (KPR)	
Thomas Ines Kristina (B.A.) (Oeckl)	Probleme der Krisenkommunikation. Der Krisenfall Coppenrath & Wiese als Präzedenzfall für den vorsorgenden Verbraucherschutz – Analyse, Krisenhandbuch und Strategieempfehlungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Krisen-PR (KPR)	
Thomas Lea (M.A.)	Krisen in der Kapitalmarktkommunikation. Appelle an das Vertrauen der Financial Community zu Beginn der Covid-19-Pandemie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-119)
Thormann Lena (B.A.)	Nachhaltigkeitsberichterstattung von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Inhaltsanalytische Untersuchung der Kommunikation von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu Corporate Social Responsibility und Public Value.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-060)
Thormeier Katrin (Magister)	Inhaltliche und formale Qualitätsaspekte von Firmenwebpages. Eine Analyse der Online-PR deutscher PR-Agenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 Online-PR (OPR)	(04-107)
Thurow Kerstin (B.A.)	Der CEO als Gesicht des Unternehmens. Personen als Teil des unternehmerischen Reputation Management. Eine empirische Untersuchung ausgewählter Fallbeispiele.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Image (I); Unternehmenskommunikation 2009 (UK)	

Thurow Kerstin (M.A.)	Im Gerichtssaal der Öffentlichkeit. Litigation-PR bei juristischen Auseinandersetzungen. Analytische Bestandsaufnahme und die Fallstudie Zumwinkel.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Litigation-PR (LPR)	(12-043)
Tichatzky Heike (Diplom)	Jugendorientierte Öffentlichkeitsarbeit am Beispiel der IBM Deutschland GmbH.	Universität Bamberg	1992	Fallstudien (F)	
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 mittelständischer Wirtschaftsunternehmen in den neuen Bundesländern. Eine Situationsanalyse. (2 Bde.)	Hochschule der Künste Berlin	1995	Fallstudien (F)	
Toennessen Phoebe (M.A.)	Der Beitrag von Kommunikation zu Vielfalt, Chancengleichheit und Inklusion in Unternehmen. Eine qualitative Analyse zu wirkungsvollen Diversity Management mit Hilfe von externer und interner Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-082)
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)
Trabitzsch Lisa-Marie (M.A.)	CommTech für die Presse- und Medienarbeit: Prozessmodellierung und empirisch-qualitative Analyse des Marktangebots. <b>(Anlagenband Sperrvermerk)</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-083a)
Träder Sarah (B.A.)	Kundenzeitschriften in der Energiebranche – Grundlagen und empirische Analyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 (UK)	Unternehmenskommunikation	(12-061)
Traubel Theresa (Magister)	Marken- und Produktkommunikation im Spannungsfeld eigen- und fremdinitiiert Videos auf YouTube.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Werbung (W)	

Trautzsch Isabel (B.A.)	Impression Management auf Tinder. Eine Analyse ausgewählter Profilbilder unter dem Aspekt der Selbstdarstellung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(17-091)
Traykova Elena (Magister)	Pioniere der Public Relations in Deutschland. Die Praktikertheorien von 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)
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.	Martin-Luther- Universität	2002	Konzeption (K)
Troppe Melanie (M.A.)	Arbeitsbelastungen in der Unter- nehmenskommunikation. Formen, Einflussfaktoren und Möglichkeiten der Prävention.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens- kommunikation (UK)
Tropper Melanie (B.A.)	Corporate Media von Kommunen. Handlungsempfehlungen zur Umgestaltung des Leipziger Amtsblatt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Journalismus / PR (J/PR)
Truijens Ingola Katja (Magister)	Dialogorientierte Unternehmens- kommunikation. Schillernder Modebegriff oder richtungsweisendes Kommunikationskonzept? Eine kritische Auseinandersetzung.	Universität Münster	1998	Unternehmens- kommunikation (UK)
Tsagkalidis, Konstantin (B.A.)	Rückblicke im Zeitalter: Mediennostalgie; Life- Logging und soziales Identitätsmanagement.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-015)
Tschöke Anne (B.A.)	Negativberichterstattung in der politischen Kommunikation. Das Sündenbock-Potenzial von Mitgliedern der Bundesregierung im Jahr 2014.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Politische Kommunikation (PoK)
Tsocheva Tanja (Magister)	Images von Nationen. Die Rolle der außenpolitischen ÖA bei der Präsentation und Imagebildung Bulgariens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Image (I)
Tunack Dörte (B.A.)	Social Media in der Unternehmens- kommunikation: Die Entwicklung eines Leitfadens einer Social-Media-Strategie für Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmens- kommunikation (UK); Online-PR (OPR)
				(11-115)

Tusl, Sabine Corporate Identity als Instrument  
der Unternehmensdarstellung – eine  
Kritik

Unternehmens-  
kommunikation  
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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-120)	
Valentini Chiara (Dissertation)	Promoting the European Union. 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-141)	
Vasmanolis Emmanouil (Magister)	Public Relations für kleine und mittelständische Übersetzer und Dolmetscheragenturen. Bestandsaufnahme und Optimierungsvorschläge.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Mittelstands- Kommunikation (MitK)		
Verhoog Jutta(M.A.)	Content Marketing. Nur ein Modewort oder tatsächlich (R)evolution von Marketing und Kommunikation?	Leipzig School of Media	2015	Unternehmens- Kommunikation (UK); Issues Management (IM)		
Virgil Fabian (M.A.)	Public Affairs im Mittelstand. Eine Befragung zur politischen Kommunikation mittlerer Industrieunternehmen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-134)	
Visser Antje (Magister)	Eine PR-Konzeption für eine Westernstadt am Beispiel von Poley City.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Konzeption (K)	(02-068)	
Voigt Beate (Diplom)	Public Relations in den neuen Bundesländern. Historische Entwicklung, Themen und eine empirische Fallstudie.	Universität Bamberg	1993	PR-Historie (H)		
Voigt Lisa-Marie (B.A.)	Zwischen Fiktion und Wirklichkeit – Parasoziale Interaktionen des DRUCK- Publikums mit den fiktiven Serienfiguren auf Instagram. Eine qualitative Inhaltsanalyse von Nutzer:innenkommentaren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-015)	
Völker, Daniel Alexander (Magister) (Oeckl)	Potenziale im Kommunikations- Controlling. Theoretische Analyse und Systematisierung aktueller Ansätze. Mit einer empirischen Studie zu 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 2018 (UK)  Unternehmens- Kommunikation 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Image (I)	(12-012)
Volk, Sophia Charlotte (M.A.)	Public Relations Evaluation and Measurement Research. A Systematic 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-060)
Weber Elias (M.A.)	Business Intelligence im Kommunikationsmanagement. Der Einsatz digitaler Technologien zur internen Beratung durch Kommunikatoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-084)
Weber Jasmin (M.A.)	Strategische Social-Media-Kommunikation von Behörden in Deutschland. Eine qualitative Untersuchung am Beispiel deutscher Bundesbehörden.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(18-162)
Weber Katrin (Diplom)	Public Relations und Nachwuchsförderung im Handwerk – Entwicklung und Begründung eines Kampagnendesigns am Bsp. Einer Kampagne für das Jung-Handwerk Oberfranken.	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 Kultusministeriums Baden-Württemberg.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Fallstudien (F); Regionale PR (RPR)	(11-117)
Weber Sammy (B.A.)	Die Verwendung von Internet-Memes in der politischen Kommunikation. Eine qualitative Inhaltsanalyse satirischer Internet-Memes auf Instagram.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		
Weber Sebastian (M.A.)	Gamification in der Internen Unternehmenskommunikation. Eine Analyse der strategischen Nutzungspotenziale.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Interne Unternehmenskommunikation (IUK)	(17-133)
Wecker Manuel (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	2014	Online-PR (OPR)	(14-119)

Wegner, Lotta Sophie (B.A.)	„Gendergerechte Sprache in der Arbeitgeberkommunikation aus Rezipierendenperspektive angehender Hochschulabsolvent/-innen“. Eröffnung – und dann? Ein mittelfristiges Kommunikationskonzept zur Stabilisierung von Besucherzahlen am Beispiel des	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		(23-016)
Wehinger Birgit (B.A.) Wehmeier Stefan (Habilitation)	GRASSI Museums für Angewandte Kunst Leipzig. Public Relations: Status und Zukunft eines Forschungsfelds.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Konzeption (K)	(08-025)
Wehnert Jenny (M.A.)	Die Nutzung von Corporate Media für die innerbetriebliche Kommunikation eines Betriebsrats. Effizienz durch Kompetenz?	Leipzig School of Media	2015	Konzeption (K)	
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	Universität Münster Deutsche Angestellten Akademie, Bonn	1997	Regionale PR (RPR)	
Weick, Marion Weidauer Sabrina Michelette (B.A.)	Beethoven-Haus. Public Relations and Communication Management. An overview of the current State of the Art.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1995	Konzeption (K)	
Weidl Christina (M.A.)	Wirkungskommunikation politisch tätiger Non-profit-Organisationen. Entwicklung eines theoretischen 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	Unternehmenskommunikation (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)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Regionale PR (RPR); Historie (H)	(04-079)

Weis Martin-Tobias (Magister)	50 Jahre Berliner Luftbrücke 1998: Inszenierung von Medienereignissen zum historischen Gedenken und als Geschichtslektion – Inhalte und Organisation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Historie (H)	(00-020)
Weiß Miriam (B.A.)	Branding von Regionen. Marken- entwicklung eines Bundeslandes mit Schwerpunkt Tourismus am Beispiel von Mecklenburg-Vorpommern. 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	2011	Regionale PR (RPR)	
Weitz, Vivian (M.A.)	Der Fall Sanli – Sanlu’s Fall. Rekonstruktion & Inhaltsanalyse unter besonderer Berücksichtigung des Vertrauensaspekts. Region als Marke. Die Entwicklung der Marke für den Südraum Leipzig. The Female Explorer: Die Relevanz crossmedialen Storytellings für die Sichtbarkeit von Frauen in der Outdoor-Branche. Product Placement in Spielfilmen:	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(18-102)
Weitzel Marlen (Magister)	Theoretische Grundlagen Und Erscheinungsformen. Darstellungsformen der Social- Media-Kommunikation von Medienorganisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Fallstudien (F); Öffentliches Vertrauen (V)	(11-186)
Wellendorf Anna (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. Personalisierung als Verfahren des Kommunikations-managements – Inhaltsanalyse und Experteninterviews zur Rolle von Guido Westerwelle im Bundestagswahlkampf 2009.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Regionale PR (RPR)	(11-120)
Wenda, Anna (B.A.)	Vertrauensverluste im Schlag- licht der Öffentlichkeit. Analytische Grundlagen und eine Fallstudie (Fall Welteke) zur Adlon-Affäre des ehemaligen Präsidenten der Deutschen Bundesbank. Universität Leipzig 2007.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		(23-017)
Werner, Dirk (Diplom)		Universität Bamberg	1994		
Westphal Sandra (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online-PR (OPR)	
Wettengel Laura (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-095)
Wetzel, Jonas; Selbmann, Sebastian (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Politische Kommunikation (PoK)	(11-122)
Wetzig, André (Magister)		Universität Leipzig, Institut für Politik- Wissenschaft	2007	Fallstudien (F)	

Wickleder Uta (Magister)	Risikokommunikation in der Ernährungsindustrie. Neue Formen von PR und Werbung im Hörfunk. Produktion bei Spezialagenturen. Nutzung und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000		(00-068)
Wiedemer Andrea (Magister)	Akzeptanz bei privaten und öffentlich-rechtlichen Anbietern der neuen Bundesländer. Public Relations als Beruf – eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	Werbung (W)	
Wienand Edith (Dissertation)	kritische Analyse eines aufstrebenden Kommunikationsberufes. Anforderungen an die OA in wenig transparenten Märkten – Dargestellt an der	Universität Münster	2002	Theorie (PR-T)	
Wiehler Karin (Diplom)	Kommunikationspolitik von High- Tech-Unternehmen.	Fachhochschule München, BWL	1992	Fallstudien (F)	
Wienecke, Laura (B.A.)	Tierisches Marketing – Das Potential von Petfluencern. Strategische Kommunikation deutscher Großkirchen: Von kirchlicher Publizistik zur		2022		
Wiesenberg Markus (Dissertation)	strategischen Kirchen- kommunikation. (nur Bd. 2 vorhanden) Transparenz in der Nachhaltig- keitskommunikation. Verknüpfung der Theorie des Öffentlichen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Non Profit Kommunikation (NP)	UBL: E-Book
Wilhelm Franziska (Magister)	Vertrauens mit dem Konzept der Corporate Social Responsibility. Interne Unternehmenskommuni- kation und Corporate Identity bei Firmenfusionen. Kommunikations- wissenschaftliche 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.) Kompetenzen und Qualifikationen des Chief Communication Officer in der Zukunft. Eine theoretische	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Unternehmens- Kommunikation (UK)	
Wind Theresa (B.A.)	Bestandsaufnahme der Literatur und Erstellung eines Anforderungsprofis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens- Kommunikation (UK)	
Winkler Bianca (Diplom)	Öffentlichkeitsarbeit einer öffentlich-rechtlichen Körperschaft am Beispiel der Handwerkskammer zu Leipzig. Analyse und Konzeption. Genes und Spezifik der Kommunikation mittelständischer	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	Fallstudien (F)	(97-044)
Winkler Luisa (Dissertation)	Unternehmen. Fallbasierte Analyse der Organisationskommunikation im industriellen Mittelstand.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmens- Kommunikation (UK)	

Winter Tamara (B.A.)	Employer Branding von mittelständischen Unternehmen. Einfluss der Unternehmenskultur auf die Arbeitgebermarke.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 (UK)	Unternehmens- Kommunikation (15-082)
Winterle Leonie (B.A.)	Wissenschaftskommunikation von Fachhochschulen im Social Web. Eine Inhaltsanalyse der Interaktionen zwischen Fachhochschulen und ihren Stakeholder_innen auf Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 (WIK)	Wissenschafts- und Innovations- kommunikation (17-048)
Wit Alexander (Magister)	Qualität im Rahmen von Online-PR. Ein integratives Analyse-modell zur Optimierung der Online-PR-Qualität von Messe-Websites am Fallbeispiel der Erlebnis- und Fachmesse GC-Games Convention.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Online-PR (OPR) (05-071)
Wittau Nadin (Magister)	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)
Wittke, Ulla (Magister) (Oeckl)	„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)
Wittko Manuela (Diplom)	Die Automobilindustrie in der Berichterstattung des Handelsblattes. Eine inhaltsanalytische Fallstudie.	Universität Bamberg	1994	Fallstudien (F)
Wittlinger Anna K. (M.A.)	Öffentliches Vertrauen in grüne Gentechnik. Eine Studie zur Berichterstattung über sowie den Herausforderungen an Unternehmenskommunikation zum Thema grüne Gentechnik.	Leipzig School of Media	2011 (F)	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien
Wohlfeld Mathias (B.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 (UK)	Unternehmens- Kommunikation
Wohlgemuth Christine (Dissertation)	Der Sündenbock in der öffentlichen Kommunikation eine archtypische Erzählung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	UBL: (01H- 2014-322)
Wohlrab Nadine (Magister)	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 (PR-K)	Kampagnen (99-035)

	Tourismusmarketing im Web 2.0 – eine Content-Analyse zur Nutzung von TikTok das Social Media				
Wolf Alexandra-Sophie (B.A.)	Marketing von Tourismusunternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		
Wolf, Andrea (Magister)	Die Beziehung zwischen Journalismus und Public Relations. Theoretische Grundlegung und eine Fallstudie (input-output-Analyse) zur Frankfurter Buchmesse. "Sorry Princess, but shut your mouth and stand still!" Eine Inhaltsanalyse von Gender-bezogener	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Fallstudien (F)	(07-063)
Wolf Katharina (B.A.)	Diskriminierung in den Dialogen der Quality TV Serie Orange is the New Black. Kommunikative Herausforderungen für kleine IT-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW			(18-125)
Wolf, Kristin (B.A.)	Ein Kommunikationskonzept für Ipoque. Der Stellenwert von Mitarbeiterzeitschriften im Internetzeitalter.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Kampagnen (PR-K)	
Wolff, Sarah (B.A.)	Eine Untersuchung an Exemplaren von Nonprofit-Organisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens-Kommunikation (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	2009	Politische Kommunikation (PoK)	
Wolk, Janina (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Interne Unternehmenskommunikation (IUK)	
Wollweber Antje (Magister)	PR-Forschung und PR-Wissenschaft im deutsch-sprachigen 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).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Kampagnen (PR-K)	(13-086)
Wöltge Herbert (Dissertation)	Wissenschaftliche Grundlagen sozialistischer Öffentlichkeitsarbeit (Zu einigen theoretischen Fragen der Öffentlichkeitsarbeit in der DDR unter besonderer Beachtung ihres Bezugs zum Wirken der journalistischen Massenmedien).	Karl-Marx-Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1973	Historie (H)	(73-17)

	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-Instituts.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Internationale PR (IPR)	(12-049)
Worch, Mary (Magister)					
Wouters Edith	Kommunikationskonzept für das Frauenmuseum Bonn. Die Kommunikation zu gesellschaftspolitischen Themen in modernen Unternehmensstrategien	Köln	1997	Konzeption (K)	
Wunderlich Carol (Diplom)	am Beispiel inländischer Rückversicherer. 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. Externe Kommunikation von Unternehmen der Energiedienstleistungsbranche. Empirische Bestandsaufnahme und Fallstudie	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-097)
Würzig Steffi (Magister)	am Beispiel der Stadtwerke Halle GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Unternehmens-Kommunikation (UK)	(00-067)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Zapke, Laura (B.A.)	Gendergerechte Sprache in der Arbeitgeberkommunikation an akademischen Personal aus Kommunikatorsperspektive. Eine quantitative Inhaltsanalyse von Stellenanzeigen einer Online-Jobbörse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		(23-018)	
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 Salzburg und eine Konzepterstellung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-032)	
Zehetner Sabine	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-129)	

Zengel, Phili (M.A.)	Online-Kommunikationsstrategien in der Filmwirtschaft. Vermarktungsmöglichkeiten von Kinospielelfilmen in Deutschland. <b>Anhang + CD-Rom nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kino, Spielfilme, Marketing, Strategie	2018	(18-161)
Zenker Widukind (B.A.)	Nationalimages und internationale politische PR. Eine Fallstudie am Beispiel des Russlandbildes in Deutschland. Der Einfluss eines Schlüsselergebnisses auf die Wahlkampf-	Universität Leipzig, Institut für KMW	Internationale PR (IPR); Image (I); Fallstudien (F)	2009	
Zenner Juliane (B.A.)	kommunikation: Das Beispiel der Landtagswahl 2011 in Baden-Württemberg.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaften	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	Unternehmenskommunikation	1999 (UK)	(03-031)
Zerfaß Ansgar (Oeckl)	Theorie der Unternehmenskommunikation. Eine Grundlegung im Spannungsfeld von Sozialtheorie, Kommunikationswissenschaft und Betriebswirtschaftslehre.	Universität Erlangen-Nürnberg	Theorie (PR-T); Unternehmenskommunikation	1995 (UK)	
Zerfaß Ansgar (Dissertation)	Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. Kommunikative Positionierung von Venture-Capital-Gesellschaften. Eine Untersuchung zum Status Quo der Kommunikationsaktivitäten von VC-Gesellschaften auf LinkedIn im	Universität Erlangen-Nürnberg	Theorie (PR-T); Unternehmenskommunikation	1995 (UK)	Komm (13-00113)
Zettl, Neele Penelope (M.A.)	Jahr 2021 mittels eines inhaltsanalytischen Mehrmethodendesigns. Kommunikation von Innovationen	Universität Leipzig, Institut für KMW		2023	
Zettler Annegret (B.A.)	bei der Gollmann GmbH: Analyse und Profilierungschancen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	2009 (UK)	

	Nationenimages und internationale politische PR am Beispiel Chinas.		Internationale PR (IPR); Image	
Zhou, Ding (B.A.)	Analyse und Interviews mit Multiplikatoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	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	Unternehmenskommunikation	2005 (UK)
Zillner Stefanie (M.A.)	Kommunikation von Museen im Web 2.0 – Wie gestalten britische, amerikanische und deutsche Kunstmuseen die Kommunikation in der Vermittlungsarbeit in den sozialen Medien?	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online-PR (OPR)	2017 (17-070)
Zimmer Veronika (M.A.)	Kommunikations-Enabling: Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzungsformen in der Praxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Konzeption (K)	2017 (17-138)
Zimmermann Andreas (Magister)	Handbücher als Mittel interner Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	2002 (UK)
Zimmermann, Hannah (M.A.)	Vertrauensbildende Kommunikation von Pharmaunternehmen. Eine Untersuchung der strategischen Kommunikation von AstraZeneca und BioTech zur Covid-19-Impfung in Verbindung mit dem Informationsverhalten von 25- bis 34-Jährigen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2022 (22-085)

	Game-Studies – Computerspielforschung und Medienpsychologie. Eine interdisziplinäre, qualitativ geleitete Studie zur Genreselection interaktiver Medienangebote. Schaffung und Verlust von Anlegervertrauen -eine kritische	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(18-155)
Zimmermann Maik (M.A.)					
Zimmermann Robert	Bestandsaufnahme mit Befragung verschiedener Anlegergruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Investor Relations (IR)	<b>fehlt, angefragt</b>
	Innovationskommunikation im Internet und im Social Web. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der HDAX- Unternehmen. Die journalistische Darstellung von Public Relations in deutschen Qualitätsmedien. Eine theoretische Analyse und empirische Fallstudie am Beispiel von SPIEGEL ONLINE.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmens- kommunikation (UK)	(12-082)
Zlateva Manuela (M.A.)					
Zöllner Nora (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Journalismus/PR (J/PR)	
	Der CEO als Gesicht des Unter- nehmens. Analytische Bestandsaufnahme und Personalisierungsstrategien in der CEO-Kommunikation. Eine empirische Untersuchung anhand ausgewählter Beispiele.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmens- kommunikation (UK)	(11-124)
Zösch, Silvia Constanze (B.A.)					
Zösch, Silvia Constanze (M.A.)	Kommunikation und Compliance. Eine Inhaltsanalyse der Compliance-Kodizes der deutschen DAX30-Unternehmen und Interviews mit ausgewählten Experten. (2 Bde.) <b>Anhang nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Unternehmens- kommunikation (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 einem Relaunch am Beispiel der	Universität Leipzig, Institut für KMW		Unternehmens- Kommunikation 2009 (UK)		x
Berger Imke (B.A.)	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- Konzeption für den Morgenpost Dresden-Marathon.	Leipzig School of Media		2012		x
Eckstein Eva (B.A.)		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 der Mitarbeiterzeitschriften der Commerzbank AG und der ING-DiBA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Elsner Bianka (B.A.)	Die Vertrauenskrise des Finanz-Systems. Eine inhaltsanalytische der Medienberichterstattung von September 2008 bis Februar 2009.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Interne Unternehmens-Kommunikation (I-UK)	x
Emmer Claudia (Magister)	Die süße Identität. Entwicklung einer Corporate Identity für die Schokozeit AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)	x
Feige Hendrik (B.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
Fetzner Marcus (M.A.)	Künstliche Intelligenz in der Unternehmenskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und empirisches Framework. Journalismus und Public Relations. Eine Input-Output-Analyse auf Basis des Intereffaktionsmodells am Beispiel Porsche Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Fiedler Mirja (Diplom)	Die Kommunikation von Smart City-Konzepten. Der Einsatz Integrierter Kommunikation in kooperativen Smart City-Projekten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Journalismus/ PR (J/PR)	x
Flamm, Maria (B.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	2019	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Fluder Christina (M.A.)	Kommunikation von Zweckverbänden im öffentlichen Personalverkehr. Analyse und Ansätze für ein strukturiertes Kommunikationsmanagement am Beispiel des Zweckverbands für den Nahverkehrsraum Leipzig (ZVNL). Corporate-Social-Listening-Tools. Eine explorative Studie zur technischen Unterstützung von Corporate-Social-Listening in der Internen Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudie Online-PR (F O-PR)	x
Fröbe Stefan (M.A.)	Zielgruppenorientierte Öffentlichkeits-Arbeit von Wirtschafts-Unternehmen. 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	2012	Regionale PR (RPR)	x
Fuchs Sara (M.A.)	Die Rolle der Unternehmens-Kommunikation in Projekten aus prozessorientierter Sicht am Beispiel des Neubaus der Unternehmenszentrale der Leipziger Wohnungs- und Bauaeseellschaft mbH (LWB).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		x
Gabler Julia (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Garten Czermaks (M.A.)		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.) 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	2005 Fallstudien (F)	x
Geissler Martin (B.A.)	Interne Unternehmenskommunikation im Changeprozess. Eine Fallstudie am Beispiel der Integration	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Konzeption (K) Fallstudien Unternehmens- Kommunikation	x
Gemirr Eva (Magister)	INA/FAG Kugelfischer. Öffentliches Vertrauen in die Wirtschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 (F UK) Öffentliches Vertrauen	x
Gerstner Alexandra (Magister)	Theoretisch-analytische Darstellung und einen Analyse des Falls Volkswagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 (V)	x
Glaser Lisa (Magister)	Analytische Grundlagen und die Arbeit von Spezialagenturen für Hörfunk-PR als Mittler.	Universität Leipzig, Institut für KMW	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 Befragung zum Umgang von Non-Profit-Organisationen mit E-Collaboration-Systemen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 (PoK) Politische Kommunikation	x
Hänßler Florentina (M.A.)	Legitimation durch Kommunikation. Kulturelle Öffentlichkeitsarbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Non Profit (NP)	x
Haupt Alexandra	Überlegungen zur Zukunft der Theaterkommunikation. Transnationales Kommunikationsmanagement der Europäischen Kommission. Europäisierung der Öffentlichkeit mittels gezielter Kommunikationsarbeit?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 Fallstudien (F) Politische Kommunikation	x
Heger Ines (Magister)	Strategische Kommunikation von Nichtregierungsorganisationen: Die Rolle ehrenamtlicher Mitglieder als Kommunikatoren und Multiplikatoren. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 (PoK)	x
Hess Antonia (M.A.)	Internationale Organisation der Kommunikationsfunktion. Entwicklung eines netzwerktheoretischen Bezugsrahmens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Non Profit (NP) Internationale PR (I-PR)	x
Holpert Bianca (M.A.)	Weniger Geld, mehr Kultur! Eine PR Konzeption zur Kooperation des Meiniger Theaters und des Eisenacher Theaters.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	x
Jäger Susanne (B.A.)	Das Verhältnis zwischen der Kommunikationsarbeit von Unternehmen und der Berichterstattung von Bloggern. Eine theoretische Systematisierung auf Basis des Intereffikationsmodells und eine empirische Analyse an einem Fallbeispiel. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/ PR (J/PR)	x
Jakob Sarah (M.A.)	Glaubwürdigkeit im Social Web. Evaluation von Wahrnehmung, Image und Glaubwürdigkeit der Kampagne "Studieren in Fernost".	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Controlling ©	x
Käppler Christin (M.A.)	Strategische Kommunikation im Internationalisierungsprozess von Unternehmen. Entwicklung eines handlungsleitenden Bezugsrahmens der Kommunikationsfunktion.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Internationale PR (I-PR)	x
Keller-Bacher Jule (M.A.)				

Kling, Ann-Kathrin	Feministischer Hashtag-Aktivismus – Auswirkungen von #MeToo und #Times Up auf die Arbeitswelt deutscher Fernsehproduktionen und ihr Potenzial zur Beeinflussung von Geschlechtergerechtigkeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		
Larissa (M.A.)	Kommunikationscontrolling und organisatorischer Wandel. Entwicklung eines Konzeptes zur Scorecard-Einführung in der Kommunikation bei ABB Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Klippel Maria (Magister)					
Köhler Kristin (Dissertation)	Institutionalisierung von Investor Relations in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Investor Relations (IR)	x
				UBL: 01H-2015-520	
Kohl Gertrud (M.A.)	Führungskräfte- und Führungskommunikation 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	2011	Unternehmens-Kommunikation (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. CSR in multinationalen Unternehmen der Energiewirtschaft. Inhaltsanalytische Untersuchung von Websites und Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudie Öffentliches Vertrauen (V F)	x
Kretschmann Vivien (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Internationale PR (I-PR); Online-PR (O-PR)	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	2010	Image (I)	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	2009	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Kühne Mirko (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Konzeption (K)	x
Kunath Marcus (Magister)	Kommunikation als Erfolgsfaktor bei Restrukturierung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009		x
Leifert Johannes (Magister)	Public Diplomacy, Kommunikationsmanagement und Kommunikationscontrolling. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung am Beispiel des Auswärtigen Amtes. Community Relations und Local Lobbying im Bereich der Abfallverwertung. Ein Kommunikationskonzept zur Etablierung des Abfall- und Energieparks von Peterborough	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008		x
Leugermann Katrin (B.A.)	Renewable Energy Ltd., UK	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption Lobbying (K L)	x

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). Innovationskommunikation und interne Unternehmenskultur im Wandel. Das Phasenmodell der Innovationskultur als Analyseraster am Beispiel des Pharmaunternehmens Janssen-Cilag.	Leipzig School of Media	2015		x
Linke Anne (Magister) Lukas	Interne Kommunikation in Krisensituationen. Krisenursachen und ihre strategischen Konsequenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (UK)	x
Anne-Katrin (M.A.)	Management von Enterprise Social Networks in der internen Unternehmenskommunikation deutscher Großunternehmen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Krisen-PR (KPR) Interne Unternehmenskommunikation	x
Maulhardt Sarah (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(I-UK)	x
Miller Alisa (M.A.)	Die Rolle des Vorstands in der internen Unternehmenskommunikation. Ein Bezugsrahmen zur Einbindung des Vorstands durch die Kommunikationsabteilung (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. Interne Markenführung von Energieversorgungsunternehmen. Konzeptionelle Grundlagen der Gestaltung interner Kommunikations- und Organisationsprozesse am Beispiel der Stadtwerke Leipzig Gruppe.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Journalismus/ PR (J/PR)	x
Minker Marleen (Magister)	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	Unternehmenskommunikation (UK)	x
Kiesebauer a.k.a. Mühling, Juliane		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. Transparenz im Internal Branding. Entwicklung eines Controlling-Konzeptes am Beispiel der Transformation der Markenidentität von Swisscom.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (UK); Image (I)	x
Mumprecht Esther (M.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. Kommunikations-Controlling im Non-Profit-Bereich. Die Entwicklung einer Communications Scorecard für den Mitteldeutschen Rundfunk (MDR).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K); Regionale PR (RPR)	x
Naetsch Elisa (M.A.)		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 Mobilen 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.) 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens- Kommunikation (UK); Image (I)	x
Piechotta Nina (M.A.)	Social Media Monitoring in der Unter- nehmenskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen, Anwendungsbereiche und Anforderungen des Monitorings im Social Web.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online-PR (O-PR); Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Plate Simon (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	2012	Online-PR (O-PR); Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Ploetz Anne (M.A.)	Städtische Identität als kommunika- tionsstrategische Bezugsgröße am Beispiel der Stadt Halle (Saale).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Regionale PR (RPR) Non Profit (NP)	x
Polak Daniela	Change Communication. Analytische Bestandsaufnahme und eine Fallstudie der internen Unternehmenskommunika- tion der VNG – Verbundnetz Gas AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	x
Polzin Kathrin (Magister)	Die Kommunikation kleiner und mittel- ständischer PR-Agenturen. Ein Kommunikationskonzept für die Agentur 4iMEDIA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	x
Popp Lydia-Marie (B.A.)	Die Vorteilskarte – erfolgreiches Marketingtool oder geschenkte Ware? Parteien-PR in Ost und West. 10 Jahre nach der deutschen Einheit. Bestands- aufnahme und Vergleich der Öffent- lichkeitsarbeit der SPD-Landesverbände in Sachsen und Bayern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)	x
Pracht Sarah (B.A.)	Künstliche Intelligenz in der Internen Unternehmenskommunikation. Künstliche Intelligenz als unterstützender Kommunikation der Zukunft?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Politische Kommunikation (PoK) Interne Unternehmens- Kommunikation (I-UK)	(02-052a) x
Pritzel Karin (Magister)	Krisenkommunikation und Vertrauens- verluste im Gesundheitswesen. Eine empirische Untersuchung der vier deutschen Transplantationsskandale 2012.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK) Interne Unternehmens- Kommunikation (I-UK)	x
Pröttsch, Marie (M.A.)	Public-Affairs-Strategien von Energie- unternehmen. Konzeptionelle Grund- lagen und empirische Analyse am Beispiel der Branche der erneuerbaren Energien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Krisen-PR (KPR); Öffentliches Vertrauen (V)	x
Ratter Richard (M.A.)	Integrierte Standortkommunikation? Analyse der Standortkommunikation von Akteuren der mitteldeutschen Bio-Regionen. (Leitfadengespräche, Dokumentenanalyse und Unternehmensbefragung).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien Unternehmens- Kommunikation (F UK)	x
Reinsch Robert (Magister)	Die mediale Vertrauenskrise des BMW Werk Leipzig. Eine Analyse der Medien- berichterstattung auf Basis der Theorie des öffentlichen Vertrauens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Reiß Stephan (Magister)	Die mediale Vertrauenskrise des BMW Werk Leipzig. Eine Analyse der Medien- berichterstattung auf Basis der Theorie des öffentlichen Vertrauens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Fallstudie Öffentliches Vertrauen (V F)	x
Reitzenstein Anne (B.A.)					

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. Integrierte Kommunikation von Startups. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Online-PR (O-PR)	x
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.) Qualitätskriterien von Corporate Blogs im Spannungsfeld zwischen PR und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		x
Rogall Gina (M.A.)	Journalismus. Eine Studie am Beispiel von drei deutschen Großunternehmen. Visuelle Kommunikation. Bildsprache in	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online-PR (O-PR) Unternehmens-Kommunikation	x
Rössel Philipp (B.A.)	Unternehmenspublikationen aus den Bereichen B-to-B und B-to-C. Die gesellschaftliche Verantwortung	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	(UK) Konzeption	x
Ruwisch Friederike (B.A.)	von Unternehmen. Ein Kommunikationskonzept zur Corporate Social Responsibility der Claas Gruppe.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmens-Kommunikation (K UK)	x
Schirbel Sandra (Magister)	Interne Kommunikation und Mitarbeiterzeitschriften. Eine Image- und Akzeptanzanalyse am Beispiel der Sachsen LB. Corporate Events in der Innovationskommunikation. Einsatz und Bedeutung	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	(UK) Kommunikation	x
Scheit-hauer Mathias (M.A.)	interner Innovationsveranstaltungen an einer Fallstudie der Bayer AG und quantitative Befragung deutscher Großkonzerne mit Innovationsschwerpunkt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Wissenschafts- und Innovations-Kommunikation	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) Interne Unternehmens-Kommunikation (I-UK); Fallstudien	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	(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	(F) Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien	x
Schubert Stefanie (B.A.)	Innovationskommunikation im Internet. Analyse der DAX 30 Unternehmen. Auswirkungen mobilen Arbeitens auf die Anforderungen an die interne Kommunikation. Organisationale	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Online-PR (O-PR)	x
Schwarz Lydia (M.A.)	Identifikation und soziale Isolation aus 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

Spaeing Tobias (M.A.)	Innovationsarbeit von integrierten Kommunikationsagenturen – eine modellhafte Entwicklung eines Innovation-Audit. Die Macht der Gewohnheit: Ein PR-Konzept zur kommunikativen Implementierung eines Programms zur	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Konzeption (K)	x
Spaeing Tobias (B.A.)	Profitabilitäts- und Effizienzsteigerung im BMW Werk Leipzig. Marken-PR im virtuellen Raum. Ein Konzept zur Kundenkommunikation von DU	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)	x
Steinbach Tina (B.A.)	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) Unternehmens-Kommunikation	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 Unternehmens-Kommunikation	x
Stockmann Pia (M.A.)	Online-Kommunikation in der auswärtigen Kulturpolitik. Eine Untersuchung am Beispiel des Goethe-Instituts.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online-PR (O-PR)	x
Tietz Sandra (M.A.)	Vertrauen in der Unternehmenskommunikation. Anwendbarkeit des Corporate Trust Index als Instrument im Kommunikationsmanagement.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Öffentliches Vertrauen (V) Politische Kommunikation (PoK); Internationale PR	x
Tyscenko Tatjana (B.A.)	Nationenimages und internationale politische PR. Das Medienimage Russlands in FOCUS-Online im Jahr 2010.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	(I-PR)	x
Uhlemann Thomas (Magister)	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)	x
Unger Christian (Magister)	Coaching als Instrument der Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie der Postbank Vermögensberatung Service GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Fallstudie (F) Politische Kommunikation (PoK) Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	x
Vogel Susann (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	2012	Öffentliches Vertrauen (V); Regionale PR (RPR); Krisen-PR (KPR)	x
Vogel Sascha (B.A.)	Kommunikation als Treiber von Prozessinnovationen. Theoretische Grundlagen und eine empirische Untersuchung am Beispiel des Technologiemanagements von Daimler Trucks.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	x
Walther Katja (M.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		x
Weber Franziska (M.A.)	Markenkommunikation auf dem Kosmetikmarkt. Literaturbestandsaufnahme und Darstellung am Fallbeispiel der BÖRLIND Gesellschaft für kosmetische Erzeugnisse mbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Internationale PR (I-PR)	x
Weichert Susann (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Fallstudien (F)	x

Weigand Wibke (M.A.) Weigt Anne- Christine (B.A.)	Social Media in der Organisations- kommunikation von Kultureinrichtungen. Eine Fallstudie am Beispiel des Goethe-Instituts. Die Stadt als Marke. Theoretische Analyse und empirische Fallstudie am Beispiel „Leipziger Freiheit“.	Leipzig School of Media  Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Online-PR (O-PR)  2010 Fallstudien (F) Regionale PR (RPR) Unternehmens- Kommunikation	x    x
Weinmann Kira (B.A.)	Kommunikationswandel in der Lebensmittelbranche. Vertrauen in der Krise. Eine Fallstudie am Beispiel der Bankenkrise um die Sachsen LB und deren Übernahme durch die LBBW.	Universität Leipzig, Institut für KMW  Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 (UK)  2011 Fallstudien (F) Krisen-PR (KPR)	x   x
Weise Jörg (Magister)	Die Vertrauenskrise im Radsport. Inhalt- sanalyse zur Berichterstattung über die Tour de France und Lance Armstrong von 2003 bis 2013 und Experteninterviews. Storytelling zur Kommunikation von Strategien im Rahmen der internen	Universität Leipzig, Institut für KMW  Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Krisen-PR (KPR)	x
Wetzel Jonas (M.A.)	Unternehmenskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und Anwendung am Beispiel der Technologie Exterieur Komponenten des BMW Group Werk Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	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. Das strategische Management der Public Affairs bei Mergers & Acquisitions und Foreign Direct Investments. Vertrauensverlust in der Öffentlichkeit – Die „Spendenaffäre“ bzw. „Führungs- krise“ bei UNICEF Deutschland. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW  Universität Leipzig, Institut für KMW  Universität Leipzig, Institut für KMW	2019  2019 Public Affairs (PA) Fallstudien (F) Öffentliches Vertrauen (V) Non- Profit (NP)	x    x
Wunder Anke (M.A.)	Beton? Natürlich. Branchenkommuni- kation und Verknüpfungspunkte zu Un- ternehmensmarken (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. Dar- stellung und Vergleich der PR- Aktivitäten von zwei Nachrichtensendern (n-tv und N24). Schaffung und Verlust von Anlegerver- trauen -eine kritische Bestandsaufnahme mit Befragung verschiedener Anlegergruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW  Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Zimmer- mann Robert		Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Investor Relations (IR)	x