

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
ABC/Burson-Marsteller/ Leipziger & Partner Ackermann David (B.A.)	Gesamtkonzept AIDS-Kommunikation. Kommunikationskonzept. Vorgelegt durch die Arbeitsgemeinschaft AIDS-Kommunikation. Macht der Bilder: Wie Risiko im Fernsehen sichtbar wird am Beispiel Kernkraft.	Frankfurt am Main; Düsseldorf	1987	Konzeption (K)		
Adelt Andrea Esther (Diplom)	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	1994	Kampagnem (PR-K)		
Ademaj, Melina (B.A.)	Integrierte Kommunikation am Beispiel von Kabarett-Theatern	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020			
Adler Steffen (Magister)	Streaming Media in der Unternehmenskommunikation. Untersuchung zur Änderung von Nutzungsgewohnheiten und Akzeptanz des Business-TV der HypoVereinsbank AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Unternehmenskommunikation (UK)	(04-080)	
Adolph Doreen (B.A.)	Geschichtskommunikation am Beispiel des 450-jährigen Jubiläums der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F), Regionale PR (RPR)		
Adolph Doreen (M.A.)	Szenarien medialer Übernahme-schlachten: Eine inhaltsanalytische Untersuchung zum Framing der Presseberichterstattung bei Unternehmensübernahmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Journalismus/PR (J/PR)	(13-072)	
Ahrenberg, Hanna (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	2023		(23-019)	
Albach Annett (Diplom)	Bundestagswahlen 1994. Politik, Politiker und Parteien in der Berichterstattung der Westfalenpost Hagen und der Märkischen Oderzeitung Frankfurt/Oder.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Politische Kommunikation (PoK)		
Albert Saskia (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit und Marketing des Deutsch-Sorbischen Volkstheaters Bautzen. Bestandsaufnahme und Konzeptionsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung kultureller, regionaler und institutioneller Gegebenheiten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Konzeption (K)		
Albrecht Bernhard (Diplom)	Möglichkeiten und Grenzen der Krisen-PR. Eine explorative Studie zur Kommunikation des Discounters Lidl im Bespitzelungsskandal 2008.	Hochschule Zittau/Görlitz	2008	Krisen-PR (KPR), Fallstudien (F)		
Albrecht Katharina (B.A.)	Die Sharing Economy in der journalistischen Berichterstattung – Chance oder Bedrohung?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Journalismus/PR (J/PR)	(17-018)	
Aldinger Karin (Magister)	Marken- und Imagebildung bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Das Beispiel MDR. – Begleitband-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Image (I)		
Aleksandrova Anna (B.A.)	The Role of Marketer-created Online Brand Communities in Brand Development: Brand Communication on Social Networking Websites.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-001)	
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	Unternehmenskommunikation (UK)		
Alisch Torsten (Magister)	Unabhängige Filmarbeit mit Super – 8.	Freie Universität Berlin	1986	Fallstudien (F)		
Allendorf Jeanette (Diplom)	Public Relations im Rahmen institutionaler Marktbearbeitung.	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).	München	1995	Konzeption (K)		
Amann Susanne (Diplom)	Wahlkampfberichterstattung der Bundestagswahl 2002 am Beispiel der überregionalen Presse. A+Is 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 inhaltsanalytische Untersuchung des User Generated Content.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Online-PR (O-PR), Werbung (W)	(18-030)
Arnold Sabine (Magister) (Oeckl)	Moderne Ansätze der PR-Evaluation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Theorie (PR-T)	(04-063)
Arras Sabine (Magister)	Lobbying und Public Relations. Ein dimensionaler und funktionaler Vergleich.	Freie Universität Berlin	2003	Theorie (PR-T)	
Assaad Zain (B.A.)	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-001)
Auerbach Benjamin (M.A.)	„Energiewende und Kundenzeitschriften“ – Die Endkundenkommunikation ausgewählter Energieversorgungsunternehmen vor und nach Fukushima.	Leipzig School of Media	2013	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	
August Sophie (B.A.)	Berufsfeld PR – Anforderung und Entwicklungsdynamik: Berufsethik und Standesregeln.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (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 Fernsehduellen 2013.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014		(14-128)	
Bachmann Philipp (Dissertation)	Medienunternehmen und der strategische Umgang mit Media Responsibility und Corporate Social Responsibility.	Universität Freiburg	2015		UBL:E-Book	
Bachmann Philipp (Magister)	Die Rolle von Unternehmensreputation bei politischen Entscheidungen von Parteien – Am Beispiel des Kraftwerkprojekts Moorburg von Vattenfall in Hamburg.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Politische Kommunikation (PoK)		
Backhaus Marc (Magister)	Zuckerbrot und Peitsche. Die Pressereise als Instrument der Public Relations.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)	(10-100)	
Backhaus Michaela (Magister)	PR im Globalisierungsprozeß. 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)	
Bagaric Damir (B.A.)	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Unternehmenskommunikation (UK)	(03-063)	
Band Beatrice (Magister)	Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der deutschen Chemiebranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Unternehmenskommunikation (UK)	(01-011)	
Baranochnyk Andriy M. (Magister)	Wie kommuniziert man Fortschritt? Eine Bestandsaufnahme der Öffentlichkeitsarbeit von Vermittlerinstitutionen im Bereich Innovationsförderung und Technologietransfer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Fallstudien (F)		
Barthauer Karoline (Magister)	Krisenkommunikation und -management in der Finanzbranche unter Bedingungen drohenden Vertrauens- und Glaubwürdigkeitsverlusts. Fallstudien zu den Kreditverkäufen der Sparkassen Wedel und Südholstein.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Krisen-PR (KPR)	(10-081)	
Baryal, Amelie (M.A.)	Your Portfolio is biased“ – Biases im Investorenverhalten und Rückschlüsse für die Kapitalmarktkommunikation. Eine qualitative Untersuchung von Biases im Investorenverhalten und Implikationen für die Kapitalmarktkommunikation börsennotierter Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		(23-037)	
Bauch Katharina (Magister)	Das Intranet als Medium der internen Kommunikation. Literaturbestandsaufnahme und Fallbeispiele.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Unternehmenskommunikation (UK)	(00-045)	
Baudach Janine (B.A.)	Kommunikative Aktivitäten von internationalen Organisationen: Ein Kommunikationskonzept zur Optimierung der Netzwerkkommunikation zwischen dem internationalen Zentrum für Berufsbildung der UNESCO, UNESCO-UNEVOC und seinen multinationalen Mitgliedzentren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K)	(10-021)	

Bauer, Melanie (M.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	2021	(21-034)
Bauer Moritz; Weiß Leonie (B.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	2022	(22-003)
Bauer Nicole (Magister)	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	2009 Journalisms / PR (J/PR)	(10-082)
Baumann Gitta (B.A.)	Internet TV – Neue Technologien bieten neue Möglichkeiten: Ein Konzept zur Integration und Planung von Internetfernsehen beim größten deutschen Internetportal für Patienten „Qualimedica“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Konzeption (K)	(07-116)
Bayer Martin (Magister)	Qualitätsaspekte von Online-PR. Internetauftritte deutscher Fernsehprogramme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Fallstudien (F)	
Becher Martina (Diplom)	Public Relations und Ethik. Eine empirische Studie zu ethisch relevanten Bereichen im Berufsfeld PR.	Universität Bamberg, Germanistik	1993 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).	Hamburg	1993 Konzeption (K)	
Becker Eva (B.A.)	Wissen teilen – ein Wiki für Pleon. PR-Konzeption zur Implementierung des Wissensmanagementsystems in einer internationalen Kommunikationsberatung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	
Becker Marisa (B.A.)	Die Social-Web-Kommunikation der Polizei zwischen der Logik von Medien und Verwaltung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Online PR (O-PR)	(18-001)
Becker Jörg; Girmes, Ruth; Hellwig-Raub, Regine	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.	Universität Hildesheim	2004 Non Profit (NP)	
Beger Gerrit (Magister)	Kultursponsoring im Kontext interkultureller Beziehungen. 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 Unternehmenskommunikation (UK)	
Behrens Britta (Magister)	NOKIA DisConnecting People. Unternehmenskommunikation in der Krise.	Universität Trier, Medienwissenschaft	2009 Fallstudien (F); Unternehmenskommunikation (UK)	
Beier Constanze (Magister)	Das Intranet als Instrument der sich wandelnden internen Unternehmenskommunikation – Bestandsaufnahme und Fallstudien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Fallstudien (F); Unternehmenskommunikation (UK)	(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 Unternehmenskommunikation (UK)	(18-126 a+b)
Beitatz 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)	Verbandspressarbeit 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 Interne Unternehmenskommunikation (I-UK)	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	2008 Fallstudien (F); 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.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Theorie (PR-T)	
Berendt Sarah (B.A.)	Social-Media-Kommunikation von Major-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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Theorie (PR-T)	
Berger Bianca (Magister)	Copy – it's your nature? Eine empirische Fallstudie zum Verhältnis zwischen Journalismus und PR auf Basis des Intereffikationsmodells. Das Beispiel Games Convention 2006.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Journalisms / PR (J/PR)	(08-021)
Bergmann Grit (Magister)	Die Öffentlichkeitsarbeit von öffentlich-rechtlichem und privatem Fernsehen am Beispiel von WDR und SAT.1.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Fallstudien (F)	
Bernhardt Thomas (B.A.)	Online-Nutzer-Engagement – Kommunikationsstrategien von nichtstaatlichen Umweltschutzorganisationen im Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Online PR (O-PR)	
Berson Tatiana (M.A.)	Das Image Russlands in deutschen Online-Medien. Eine Inhaltsanalyse der 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Image (I)	
Beutel-schmidt Thomas (Dissertation)	Sozialistische Audiovision. Eine Entwicklungsgeschichtliche Studie zur Kultur und Technik der audiovisuellen Medien in 41 Jahren DDR.	Freie Universität Berlin	1995 PR-Historie (H)	UBL: AP 19180 8569
Beuthner, Max (B.A.)	Museen im Social Web. Der Einsatz von Instagram in der Bildungs- und Vermittlungsarbeit von Kunstmuseen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019 Unternehmenskommunikation (UK)	(19-117)
Beyer Ines (Magister)	Das Verhältnis von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit. Eine Fallstudie am Beispiel kommunaler Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Leipzig. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Journalisms / PR (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 Journalisms / PR (J/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	Politische Kommunikation (PoK); Fallstudien (F)
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	Unternehmens- kommunikation (UK)
Biel Bettina (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit für die Bildungsbranche. Bestandsaufnahme und eine Fallstudie bei Anbietern von Kommunikations- und Führungskräfte trainings in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Fallstudien (F)
Bien Ulrich (Diplom) (Oeckl)	Die Beziehungen zwischen Journalisten und Pressestellen. Eine Beurteilung der Pressearbeit von Unternehmen aus der Sicht von Wirtschaftsjournalisten am Beispiel eines Automobilherstellers.	Katholische Universität Eichstätt	1999	Journalisms / PR (J/PR)
Bimböse Max (Magister)	Integrierte Kommunikation für Unternehmen. Theoretische Grundlagen – Erfahrungen von Dienstleistern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Unternehmens- kommunikation (UK)
Bischoff Undine (Diplom)	Messe-Medienarbeit. Effiziente Kommunikation des Ausstellers am Beispiel der Touristik - Ein Leitfadens für Aussteller.	Fachhochschule Kempten	1994	Fallstudien (F)
Bißwanger Luisa (M.A.)	Wertschöpfung durch Thought Leadership im Kommunikations-management.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Kommunikations- controlling, Image, Leadership Kommunikation, Unternehmens- kommunikation (C, I, LEA, UK)
Bittner Katharina (Magister)	Wie Journalisten mit der Pressearbeit von Unternehmen umgehen. Ein internationaler Vergleich: Deutschland, USA, China.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Unternehmens- kommunikation (UK)
Blaschka Martin (M.A.)	Der ökonomische Wertbeitrag von Gesundheitskommunikation. Wertidentifizierung und datenbasierte Erfolgsmessung präventiver Gesundheitskommunikation bei gesetzlichen Krankenkassen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Kommunikations- controlling (C)
Blau, Sophia (M.A.)	Hybride Arbeitsweisen als Herausforderung für Kommunikationsagenturen. Chancen und Risiken für das Management (in)formeller Kommunikation in Steuerungs- und Leistungsprozessen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(Bd.1)
Blenninger, Lina Theresa (M.A.)	Ethik der Public Relations im Zeitalter von Artificial Intelligence. Konfliktfelder und Lösungsansätze beim Einsatz Künstlicher Intelligenz für die Stakeholderkommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-038)
Blombach Malte (Magister)	Die Entwicklung von Unternehmensleitbildern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Unternehmens- kommunikation (UK)
Blumtritt Michelle (B.A.)	Nachhaltigkeitskommunikation auf Websites – Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten für die Unternehmenskommunikation in der Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	CSR- Kommunikation (CSR)
Boehm Martin (Magister)	Selbstreflexion zum journalistischen Berufsethos – Der Fall Barschel und die Presse.	Freie Universität Berlin	1991	Fallstudien (F)
Bogosyan Janine (B.A.)	Forschungssponsoring als PR-Instrument. Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzung einer Blogstudie für Ask.com Deutschland. (2 Bde. mit Anhang)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Konzeption (K); Sponsoring (S)
Böhm Alexander (M.A.)	Die Organisation grenzüberschreitender Krisenkommunikation. Eine Mehrmethodenstudie zu Kommunikationsabteilungen in Wirtschaft und Politik.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Internationale PR (I-PR); Krisen-PR (KPR)
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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Online PR (O-PR)	
Bohnert Jana (Magister)	Vernetzungsaspekte einer Marktkommunikation am Beispiel der Feldschlößchen AG, Dresden. (2 Bde.)	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	2013 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	1999 Journalisms / PR (J/PR)	(00-075 a+b)
Bollenbach Antje (M.A.)	Erzwungene Professionalisierung? Analyse staatlicher Öffentlichkeitsarbeit im Deutschen Kaiserreich 1890-1914 am Beispiel der „Flottenpropaganda“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 PR-Historie (H)	(10-019)
Bomhoff Jana (M.A.)	Einflussfaktoren auf die Glaubwürdigkeit von CSR-Maßnahmen und Kommunikation im Kontext öffentlicher Vertrauensbildung. Modellentwicklung sowie eine Befragung von Kommunikations- experte und unternehmerischen Bezugsgruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 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	2012 Image (I); Online-PR (O-PR)	(12-069)
Borchardt Björn (B.A.)	Kommunikation als Treiber von Innovation. Wie strategische Kommunikation die Innovationsfähigkeit von Unternehmen beeinflusst.	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	2020 Unternehmenskommunikation (UK)	
Borgmann Christina (Diplom)	Probleme der Wissenschafts-PR für klein- und mittelständischen Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996 Unternehmenskommunikation (UK)	(96-011)
Borner Maria (M.A.)	Corporate Listening in der Unternehmenskommunikation. Theoretische Modellierung und Definition des organisatorischen Zuhörens als strategischen Kommunikationsmodus.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Unternehmenskommunikation (UK)	(15-107)
Borner, M., Goller, A., Holpert, B., Schaich, A., Tasyürek, C., & Volk, S. (FTP)	Studie Mittelstandskommunikation 2015: Verständnis, Stellenwert und Struktur von Kommunikation vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Mitarbeiterkommunikation (MitK)	
Börngen Henryk (Magister)	Informationsbeschaffung im Rahmen von Public Affairs für Unternehmen der Energiewirtschaft – Eine Fallstudie der VNG-Verbundnetz Gas Aktiengesellschaft -	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Politische Kommunikation (PoK)	
Bornman Dawid Alwyn Jacobus (Dissertation)	A Gap Analysis of Employee Perceptions and Expectations of Leadership Communication.	University of Pretoria	2015 Leadership (LEA)	
Böttcher Tina (B.A.)	Der Einsatz von Instrumenten der internen Unternehmenskommunikation am Beispiel der MIBRAG mbH. Eine Analyse der Kommunikationsformen zur Mitarbeitermotivation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Unternehmenskommunikation (UK)	

Böttger Jan (Magister)	Politische Public Relations. Wie Öffentlichkeitsarbeiter der Bundesministerien versuchen, ihre Themen auf die Agenda der meinungsführenden Printmedien zu setzen. Eine Fallstudie.	Universität Jena, Institut für Medienwissen-schaft	2003 Politische Kommunikation (PoK); Fallstudien (F)	
Böttger Peter (Diplom)	Medienlandschaft und Journalismus in Thüringen. Eine analytische und empirische Studie.	Universität Bamberg	1994 Fallstudien (F)	
Bothe Sigrid	Schritte einer sozialen Organisation zum erfolgreichen Fundraising am Beispiel der Stiftung Blindenanstalt Frankfurt am Main SBA.	Frankfurt	1993 Konzeption (K)	
Botvinnik Lulija (B.A.)	Krisenkommunikation von Unternehmen: Eine Replikationsstudie zur Krisenkommunikation im internationalen Kontext.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-043)
Brachvogel Franziska (M.A.)	Talent-Management in PR-Agenturen. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Ausprägungen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Unternehmens- kommunikation (UK)	(15-040)
Brandt Martin (B.A.)	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	2018	(18-106)
Brandt Tabea (B.A.)	Digitale Investor Relations. Eine Inhaltsanalyse der digitalen Privatanlegerkommunikation von DAX30-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-035)
Braun Constanze (M.A.)	Fitness Gamification und die Big Five. Eine empirische Untersuchung zu den individuellen Nutzungsmotiven und Nutzungsarten mobiler Fitness Gamification - Anwendungen am Beispiel von Freeletics Bodyweight.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-127)
Braun Friederike (M.A.)	Bots in der Unternehmens- kommunikation. Eine Analyse der Einsatzmöglichkeiten im strategischen Kommunikations-management.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Unternehmens- kommunikation (UK)	
Brauße Stefan (Magister)	Issues Management in der chemischen Industrie. Bestandsaufnahme eines Kommunikationskonzepts in großen deutschen Chemieunternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 Issues Management (IM)	(04-046)
Bregmann, Lara (B.A.)	Emotionale Framingstrategien in politischer Kommunikation. Eine qualitative Inhaltsanalyse der affektiven und kognitiven Kommunikationsstrategien auf Instagram.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-005)
Briege Maïke (Magister)	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	2004 Fallstudien (F)	(05-002)
Brockhaus Jana (M.A.)	Interne Wahrnehmung und Positionierung des Kommunikationsmanagement in Unternehmen. Empirische Fallstudie und Konzeption eines Analyse-Frameworks	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-047)
Brodmann Karola (Magister)	Die externe PR von mittelständischen Unternehmen am Beispiel eines Göttinger IT-Unternehmens (SYCOR GmbH). Situationsanalyse, Medien-resonanzanalyse und Entwicklung eines Kommunikationskonzepts.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Konzeption (K)	(04-055)
Brömme Bettina (Diplom)	Komik in den Filmen von Ernst Lubitsch am Beispiel von „Blaubarts achte Frau“: Eine Filmanalyse. (2 Bde.)	Universität Bamberg, Germanistik	1992 Fallstudien (F)	
Brose Elia (B.A.)	Visuelle Kommunikation: Potenziale und Grenzen viraler Onlinespots für die Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Online PR (O-PR); Unternehmens- kommunikation (O-PR)	
Brückner Ivonne (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit von Naturschutzgebieten. Untersucht am Bsp. der PR des Nationalpark Sächsische Schweiz. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Fallstudien (F)	(01-012 a+b)
Brückner, Kim Laura (B.A.)	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	2021	(21-063)
Brudi, Karin/ Blank, Katrin/ Wehnert, Cordula (Konzeption; Oeckl)	Stadtwerke Ulm/Neu-Ulm 8SWU) 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 Qualitäts-management 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 kommunikations-psychologischer 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 jungeneolithischen 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 Annkatrin (Magister)	Controlling und Evaluation von Events. Konzeptionelle Grundlagen, empirische Bedeutung und Entwicklung eines Modells zur Event-Evaluation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Unternehmenskommunikation (UK)	(08-004)
Bührmann Natalie (B.A.)	Diskursblasen im Netz: Eine Untersuchung anhand eines aktuellen Beispiels.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(17-026)
Bui Thu Hoai (M.A.)	Mitarbeiter als Corporate Influencer. 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Wissenschafts- und Innovationskommunikation (WIK)	(16-148)
Bullmann Janina (B.A.)	Storytelling in der Unternehmenskommunikation – 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 „Pfiff“ (ZDF).	Universität Bamberg,	1992 Fallstudien (F)	
Bunk Lena (Magister)	Glaubwürdigkeit von CSR-Kommunikation aus der Sicht von Wirtschaftsjournalisten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Fallstudien (F)	(10-120)
Burgstedt Lisa (M.A.)	Digitale Transformation und Kommunikation in Zeiten von COVID-19. Eine qualitative Befragung von Führungskräften aus der Industrie 4.0.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-038)

Burkert Angela (Magister)	Wissenschaftssponsoring als 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Unternehmens- kommunikation (UK)	(13-088)
Burkhardt Tobias (Magister) (Oeckl)	Public Relations im Zeitalter der 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.	Universität Bamberg,	1993 Fallstudien (F)	
Burow Melanie (B.A.)	Social Media Praxis Sächsischer Landtagsabgeordneter. Eine deskriptive 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 Unternehmens- kommunikation (UK)	
Buschatzky Anja (B.A.)	Staatliche Öffentlichkeitsarbeit und ihre Probleme auf Ebene der Bundesländer am Beispiel von Niedersachsen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Politische Kommunikation (PoK); Regionale PR (RPR)	
Buschbeck Emilia (M.A.)	Wahrnehmung von Corporate Social Advocacy in Deutschland. Eine experimentelle Studie zum Prozess der Legitimitätsbewertung 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.	Universität der Künste Berlin, Fakultät 02 – Gestaltung	2005 Politische Kommunikation (PoK)	
Butler Wilfried von (Magister)	Kirchliche Identität der Öffentlichkeitsarbeit. Eine kommunikations-geschichtlicher Entwurf der soziologischen Genese der 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.	Universität Bamberg	1991			
Carius Laura (B.A.)	Der Einsatz von Bewegtbildern für den Aufbau von Vertrauen in der Online-Kommunikation – eine 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.	Hochschule für Musik und Theater, Hannover	2003	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Chitralla Christian (Magister)	Strategische Kommunikation und Leitbildentwicklung bei Nonprofit-Organisationen. Fallbeispiel: Das Institut für Angewandte Trainingswissenschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Non Profit (NP); Fallstudien (F)		
Christoph Paula (B.A.)	Employer Branding – Als Arbeitgeber Marke werden. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Arbeitgeberpositionierungen der honorarstärksten PR- Agenturen Deutschlands auf ihren Karrierewebsites.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-077)	
Cimiotti Gina (M.A.)	Beziehungen zwischen Unternehmen und Social-Media-Influencern. Theoretische Modellierung und empirische Überprüfung anhand der Prinzipal-Agent-Theorie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-090)	
Clauß Franziska (Magister)	Corporate Publishing: Eine analy- tische Bestandsaufnahme unter besonderer Berücksichtigung des Instruments „Imagebroschüre“ und eine Inhaltsanalyse von Image-broschüren wissenschaftlicher Einrichtungen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Image (I)	(11-009)	
Claves Hubert (Diplom) (Oeckl)	Corporate Foundations im Spannungsfeld der internen und externen Positionierung.	Fachhochschule Osnabrück	2005	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Cremers, Katharina (M.A.)	Im Zweifel gegen den Angeklagten. Herausforderungen für die Nachhaltigkeitskommunikation von Kommunikationsabteilungen durch Green Scepticism.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023			
Creutz Carolin (Magister)	Probleme der Kommunikations- arbeit kultureller Institutionen. Eine Fallstudie Am Beispiel des Kulturhauses Böhlen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(00-009)	
Cujé, Sarah; Lamotte, Mathilde Helene (B.A.)	Narrative Ansätze in der Online- Unternehmenskommunikation: Chancen und Herausforderungen des Content Marketing. Theorie und empirische Bestands-aufnahmen 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Fallstudien (F)		
Deck Marina (Magister)	PR-Agenturen in Deutschland. Branchenstruktur, Wettbewerbstreiber, Entwicklungstendenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (UK); Regionale PR (RPR)	(09-0045 a+b)	
Deeg Lothar (Diplom)	Themengebundene Journalistenpreise als PR-Methode.	Ludwig-Maximilians-Universität München	1991	Journalismus/PR (J/PR)		Kopie
Dees Matthias (Diplom)	Public Relations als Managementaufgabe. Ein empirischer Beitrag zur Untersuchung des Berufsfeldes Öffentlichkeitsarbeit unter besonderer Berücksichtigung einer zunehmenden Feminisierung.	Universität Hohenheim, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	1995	Theorie (PR-T)		
Degenhart Silvia (Diplom)	Produktlose Werbung mit den Fallbeispielen Humanic und Benetton.	Universität Wien	1997	Fallstudien (F)		
Deichmann Kathrin (B.A.)	Wirklichkeitskonstruktion durch Kampagnen von Tierrechtsorganisationen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der PETA-Kampagne Legalisierte Tierqual.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Kampagnen (PR-K)	(16-014)	
Deichsel André (Magister)	Die Versorgungssicherheit im Erdgasmarkt. Eine Analyse der Policystruktur und die Notwendigkeit der Entwicklung neuer Steuerungsinstrumente.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Unternehmenskommunikation; Image (I)		
Demagin Julia (B.A.)	Begriff und Phänomen Lobbying und Lobbyismus in der Medienberichterstattung am Beispiel Spiegel Online und Focus Online.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Politische Kommunikation (PoK)		
Demel Martin Georg (Diplom)	Images und Imageanalyse von mittelständischen Unternehmen. Eine Fallstudie am Beispiel der Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG. (2 Bde.)	Universität Bamberg, Studiengang Soziologie	1994	Image (I)		
Denysenko Velyna (B.A.)	Das Berufsfeld Public Relations in Deutschland: Daten, Strukturen, Trends.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Theorie (PR-T)	(11-061)	
Derksen Jens Reinhard (Dissertation)	Storys mit Studien – Produktion von Aufmerksamkeit mit Rankings, Umfragen und Statistiken in Journalismus und PR.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2013	Kampagnen (PR-K); Konzeption (K)	UBL: E-Book	
Desislava Rumenoza Deseva (Magister)	Das Image ‚Made in Germany‘ in Bulgarien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Internationale PR (IPR); Image (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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-064)
Dicke Laura (B.A.)	Der historische Wandlungsprozess des Praxisdiskurses zur internen Veränderungskommunikation in Unternehmen – eine quantitative Inhaltsanalyse von Branchenmagazinen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Interne Unternehmenskommunikation (I-UK)	(17-027)
Dicke, Laura (M.A.)	Employer Branding deutscher Startup-Unternehmen. Eine qualitative Studie über die strategische Positionierung neu gegründeter innovativer Unternehmen als attraktive Arbeitgeber	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-050)
Didoff, Sophia (B.A.)	Interne Kommunikation der Bundeswehr. Eine Fallstudie des Bundeswehrstandortes Fliegerhorst Holzdorf / Schönwalde - 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	CSR-Kommunikation (CSR)	
Dietlmeier Julia (M.A.)	Methoden zur Evaluation von Earned Media im Kommunikationsmanagement – Entwicklung eines systematischen Bezugsrahmens und empirische Betrachtung der Praxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-113)
Dietrich, Kirsten; Ulonska, Angela	Stadt von Anfang an! [Abschlussarbeit zur Berufsqualifikation]	Düsseldorf	1995	Konzeption (K)	
Dietrich Madlen (M.A.)	Wirkungen und Wirkungsstufen im Kommunikations-Controlling	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-065)
Ding Zhou (B.A.)	Nationenimages und internationale politische PR am Beispiel Chinas. Analyse und Interviews mit Multiplikatoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Politische Kommunikation (PoK); Image (I)	

Dittrich Antonia (M.A.)	Storytelling im Wissenschaftsjournalismus - Eine Analyse deutscher Medien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-039)
Dittrich Susann (Magister)	Issues Management in der deutschen Lebensmittelbranche. 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.	Hochschule der Künste Berlin	2000	Unternehmenskommunikation (UK)	
Dommert Anna (B.A.)	Krisenkommunikation im Infektions-skandal des Klinikums Bremen- Mitte. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Bericht-erstellung von Weserkurier und Welt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Konzeption (K); Fallstudien (F)	(13-191)
Dörfer Anna (B.A.)	Die Rolle des Social Media Managers – Eine explorative Analyse des Berufsbildes von Social Media- Verantwortlichen in der Organisationskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Online-PR (OPR)	
Dörfer Anna (M.A.)	Heritage Communication auf Corporate Websites: Eine Benchmark-Analyse von Unternehmen in Deutschland, Großbritannien und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmenskommunikation (UK)	(17-052)
Döring Ulrike (Dissertation)	Öffentlichkeitsarbeit der evangelischen Kirche in Deutschland: Eine Bestandsaufnahme. Historische Entwicklung, theologische und kommunikations-politische Determinanten sowie kritische Analyse berufsfeld-bezogener Verständnisse und Tätigkeitsmuster.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	1997	Fallstudien (F)	UBL: 99-2-95
Dormann Markus (Diplom)	PR-Strategien von Staaten im Kriegsfall.	Universität Bamberg	2004	Politische Kommunikation (PoK)	
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 Kommunikations-aktivitäten des Europäischen Parlaments zur Einführung des Euro.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Journalismus/PR (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 Dorftage“ als Instrument staatlicher Öffentlichkeitsarbeit – kritische Analyse, Resonanz, Verbesserungsvorschläge	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Regionale PR (RPR)	(00-046)
Dressel, Emma (B.A.)	Wandel und neue Formate im Deutschrappjournalismus. Eine Formatanalyse anhand von audiovisuellen Beiträgen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		
Dreißig Sandra (B.A.)	Geschichtskommunikation - Systematischer Vergleich verschiedener Ansätze und Darstellungen am Fallbeispiel des Staatstheaters Cottbus.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Regionale PR (RPR)	
Drews Mirja (Magister)	Corporate Governance als kommunikative Herausforderung und Instrument in der Unternehmenskommunikation. Analytische Bestandsaufnahme und Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (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	2012	Non Profit (NP) 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	2008	Unternehmenskommunikation (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 Finanzkommunikation. Kommunikationstheoretische und sozialwissenschaftliche Grundlagen, Relevanz für Investor Relations und Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Investor Relations (IR)	(02-036)
Dunkel Nicole (B.A.)	Gefälschte Online-Bewertungen: Persuasionswissen der KonsumentInnen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online-PR (OPR)	(17-019)
Düthmann Jana (M.A.)	Integrierte Finanzkommunikation mit Belegschaftsaktionären. Eine Analyse des Management der Kommunikation mit Belegschaftsaktionären.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-101)
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	Unternehmenskommunikation (UK); Öffentliches Vertrauen (V)	
Dworek Karolina (B.A.)	Employer Branding im mittelständischen Unternehmen. Dargestellt am Beispiel des Freistaates Sachsen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Ebert Julian (M.A.)	Nachhaltigkeitskommunikation der Hidden Champions. Theoretische Grundlagen und empirische Analyse der Kommunikation von Corporate Social Responsibility mittelständischer Weltmarktführer in Deutschland.	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)	
Elder Janine (Magister)	PR interkulturell – eine qualitative Analyse deutscher und französischer Unternehmenskommunikation im jeweiligen Nachbarland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Internationale PR (IPR)		
Eggert Kati (Diplom) (Oeckl)	Frühwarnung und Früherkennung in der Öffentlichkeit.	Universität Göttingen	1999			
Ehrhardt, Jessica (B.A.)	Startup-Kultur und Markenidentität: Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Relevanz von Startup-Unternehmenskulturen und deren Einfluss auf die Markenidentität.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-029)	
Eichholz Martin (Magister)	Die PR Dt. Wirtschaftsunternehmen im Internet: Monolog oder Dialog?	Universität Mainz	1997	Unternehmenskommunikation (UK)		
Eidmann Estibaliz Carmen (B.A.)	Kennzeichnungspflicht auf Instagram: Der Einfluss von Werbekennzeichnungen gesponserter Inhalte auf die Glaubwürdigkeit von Social Media Influencer_innen auf Instagram	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-034)	
Eisermann Antonia (B.A.)	Comeback des Bildungsfernsehens. Eine qualitative Inhaltsanalyse des Bildungsformats Grips hinsichtlich der Bedingungen des sächsischen Lehrplans.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-066)	
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	2013	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	(13-074 a+b)	
Ekanem, Biana D. (M.A.)	Journalists on Twitter: Follower, Gender and Perceptions of Credibility.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020			
Elkan, Caroline (B.A.)	Museen im Social Web. Der Einsatz von Instagram in der Bildungs- und Vermittlungsarbeit von Kunstmuseen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmenskommunikation (UK)	(19-118)	
Elschner, Diana (M.A.)	Corporate-Influencer-Programme in deutschen Unternehmen. Ein Framework zur Entwicklung von 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	Wissenschafts- und Innovationskommunikation (WIK)	(17-099)	
Elze Corinna (Magister)	Die Selbst- und Fremddarstellung der Leipziger Messe von 1960 bis 1963. Eine Inhaltsanalytische Fallstudie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	PR-Historie (H)	(98-042)	

Emmerich Michelle (B.A.)	Agenda-Setting in der PR-Branche durch Studien von Agenturen – Analyse von Themen und Methoden.	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	
Engelmann Uta (Magister)	Die externe OA von Energiekonzernen im Rahmen der Liberalisierung des deutschen Strommarktes. Eine Fallstudie am Bsp. Bayernwerk AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Unternehmens- kommunikation (UK)	(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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-067)
Enke Nadja (M.A.)	Social Media Kommunikation von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Theoretische Modellbildung und inhaltsanalytische Untersuchung der Social Media Kommunikation öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Online-PR (OPR)	(15-086)
Epp Melanie (Magister)	Aspekte der Tourismus-PR. Darstellung der Entwicklung und Analyse der PR-Aktivitäten im Tourismusbereich sowie eine Fallstudie am Beispiel des Bundesverbandes der Deutsches Tourismuswirtschaft (BTW). (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Fallstudien (F)	
Ermes Viktoria (Magister)	Der Verlust öffentlichen Vertrauens. Analyse der Berichterstattung über Vattenfall im Jahr 2007.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Fallstudien (F); Öffentliches Vertrauen (V)	(10-042)
Espe Carolin (B.A.)	Das Lobbyregister der Europäischen Union. Vorteile und Grenzen für die politische Interessenvertretung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Politische Kommunikation (PoK); Lobbying (L)	

Eter
Linda (B.A.)

Die Interdependenzen von
Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus.

Universität Leipzig,
Institut für KMW

2013 Journalismus/PR
(J/PR)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Fährlich 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	
Fährlich 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 Medien-resonanzanalysen.	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)	
Fehringer, 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013		(13-038)	
Fein Katharina (Magister)	Öffentliches Vertrauen in das Gesundheitssystem. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der 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 Kosmetikbranche in Deutschland und eine Rezipientenstudie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Öffentliches Vertrauen (V); Online-PR (OPR)	(12-062)	
Fensch Martin (Dissertation)	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017		(17-030)	
Fiedler Kai (M.A.)	Krisen- und Issues Management im Social Web. Strategien und Fallstudien 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online-PR (OPR)		
Filger Lena (B.A.)	Die Rolle der Unternehmensgeschichte im Employer Branding. Fallstudie zur Wahrnehmung und Wirkung von Brand Heritage auf potenzielle Mitarbeiter bei zwei Unternehmen aus der 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 Automobilherstellers am Beispiel Volkswagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Unternehmens- Kommunikation (UK)	
Fischer, Anna (M.A.)	Beziehungsmanagement im digitalen Zeitalter – Eine Analyse des strategischen Community Managements von Non-Profit-Organisationen auf Social Media. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-041 a+b)
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 Unter- nehmens- kommunikation	(15-109)
Fischer Michael (M.A.)	Quo vadis Demokratie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Politische Kommunikation (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 Kommunikationsgesellschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Fallstudien (F)	(01-031)
Fleischer Franziska (Magister)	Die PR-Branche in Leipzig: Akteure, Strukturen, Professionalisierung. Eine aktuelle Bestandsaufnahme der PR-Dienstleister und ein Vergleich mit der Situation 1998.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Regionale PR (RPR)	(11-094)
Flemming Gina (B.A.)	Die praktische Umsetzung cross- und transmedialen Storytellings in der Kommunikation zu Originalproduktionen Netflix. Eine qualitative Inhaltsanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-045)
Flemming, Gina (M.A.)	Kooperation statt Konfrontation? Reputationsmanagement im Kontext von NPO-Unternehmens-Kooperationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-022)
Flume Christina (Transfer)	Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung als Zentrum der Regierungskommunikation. Funktion – Struktur – Personal.	Universität Bamberg	Fallstudien (F)	
Fonger Adrian (M.A.)	„Führung aus der Ferne“ – Erfolgsfaktoren und Herausforderungen technisch vermittelter Führungskommunikation 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 Sozialwissenschaften und Philosophie	2001 UBL: als Buch AP 17420 F654 M8	
Formann Sarah (B.A.)	Verantwortungszuschreibung im Krisenfall. Ein Vergleich der Krisenkommunikation der Stadtwerke Hannover, Stadtwerke Leipzig und Stadtwerke München.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Krisen-PR (KPR)	
Fortova, Viktoria (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)
Forster Ekkehardt; Schröder, Otto (Studie)	Erfahrungen massenwirksamer Öffentlichkeitsarbeit örtlicher Staatsorgane beim innerstädtischen Bauen.	Akademie für Staats- und Rechtswissen-schaft der DDR	1985	
Fothe Christian (B.A.)	Der Wolf im Schafspelz? 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. Sozialwissen-schaftliche 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Journalismus/PR (J/PR)	
Frenzel Tatjana (Diplom)	PR von Unternehmen im redaktionellen Entscheidungs-prozeß. Der Wirtschaftspresses – 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 Unternehmensverbände 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)
Friedrich Antje (Magister)	Das Verhältnis von PR und Journalismus. Die Wahlkampfberichterstattung anlässlich der Landtagswahlen 2004 in Sachsen. Eine Online-Befragung und Input-Output-Analyse am Beispiel der SPD.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Journalismus/PR (J/PR)	(06-008)
Friedrich Anke (B.A.)	Innovationsjournalismus: Konzeptionelle Grundlagen und Herausforderungen für die PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Journalismus/PR (J/PR)	
Friedrich Susanne (Magister) (Oeckl)	Unternehmenskultur. Versuch einer Definition unter Bezug auf die unternehmerische Kommunikation als Mittel zur kognitiven Integration von Individuen.	Universität Lüneburg, Kulturwissen-schaften	1998 Unternehmens-Kommunikation (UK)	
Friedrichs Sandra (B.A.)	Krisenkommunikation in der Videospielbranche am Beispiel des Amoklaufs Winnenden.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Krisen-PR (KPR)	(13-090)
Fritzsche Anett (Magister)	Vertrauen und Vertrauensverluste durch Medienberichterstattung? Eine Fallstudie am Beispiel von Außenminister Fischer während der Visa-Affäre 2005.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006 Fallstudien (F); Krisen-PR (KPR)	
Fröbe Doreen (B.A.)	Die Verbraucherkommunikation von Fast-Food-Ketten im Web 2.0.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Online-PR (OPR)	(14-067)
Fröhlich Anja (Magister)	Wissenschaft in der Öffentlichkeit. Public Relations der deutschen Akademien der Wissenschaften. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Kampagnen (PR-K)	
Füller-Seibel Petra (Magister)	Architektur und Kommunikation. Der Einsatz von Medien für „Das Neue Frankfurt“ in den 20er Jahren	Universität Mainz, Sozialwissen-schaften	1998 Fallstudien (F)	
Fülöp, Anna Elisabeth (B.A.)	Online-Kommunikation bei Non-Profit-Organisationen. Die digitale Entwicklung des „MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V.“	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-041)
Funck, Lina (M.A.)	Der strategische Einsatz transparenter Kommunikation in NPOs. Eine qualitative Untersuchung zu Rahmenbedingungen und 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 Informations-gesellschaft. Eine integrative Studie über den Einsatz neuer Medien on der Öffentlichkeitsarbeit deutscher Städte.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen-schaften und Philosophie	1999 Regionale PR (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.	Kolleg für Kultur und Wirtschaft Potsdam	1991	Konzeption (K)		
Gabriel Nadine (B.A.)	Das Ansehen des Bundesligaver eins 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Fallstudien (F)	(06-024)	
Galinowski Jana (Magister)	Möglichkeiten und Grenzen der Themensteuerung in ost- und westdeutschen Pressemedien. 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Image (I)	(10-104)	
Garten Ralf (M.A.)	Corporate Publishing an deutschen Hochschulen – Chancen, Risiken und Herausforderungen für die Wissenschaftskommunikation.	Leipzig School of Media	2011	Unternehmenskommunikation (UK)		
Gataullina Liliia (B.A.)	Die Rolle von Social Bots im Wahlkampf.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019			
Gebauer Melanie (B.A.)	Städtische Identität als kommunikationsstrategische Bezugsgröße. Das Fallbeispiel der Kleinstadt Frankfurt (Oder).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Regionale PR (RPR); Politische Kommunikation (PoK)		
Gehnich Natalya (M.A.)	Corporate Social Media im Öffentlichen Straßenpersonenverkehr: Nutzen und Risiken. Eine empirische Untersuchung der Social Web-Kommunikation der Straßenbahnunternehmen in Deutschland.	Leipzig School of Media	2013	Unternehmenskommunikation (UK)		
Geißlinger Esther (Magister)	Zwischen Putsch und Preissteigerung. Die Zeitungen in St. Petersburg in der Umbruchphase vom Putsch im August 1991 bis zum Frühjahr 1992.	Universität Bamberg	1994	Journalismus (J)		
Gensch Hans Gerhard (Dissertation)	Organisationsspezifische Bestimmungsfaktoren der Informationsauswahl und Informationsaufbereitung kirchlicher Pressedienste und Nachrichtenagenturen. Eine Fallstudie zum epd-Basisdienst.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Konzeption (K); Fallstudien (F)		
Gentsch Michael (Magister)	Die Programmatik integrierter Kommunikation und ihre jüngste 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 Bericht-erstellung 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	2011 Investor Relations (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)
Gersten-berg Juliane (M.A.)	Telling the Story right? Equity Storytelling als Instrument erfolgreicher Investor Relations von Startups.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Startup-Kommunikation (ST-K)	(18-065)
Gerth Nadine (B.A.)	Social-Media-Kommunikation in der Kultur-PR. Untersuchung ausgewählter Facebook-Beiträge einer Kulturinstitution bezüglich der Anwendung von Strategien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Online-PR (O-PR)	(17-078)
Giagozidou, Agapi (M.A.)	So nah und doch so fern - Eine qualitative Untersuchung integrativer Führungskommunikation unter Berücksichtigung des virtuellen, interkulturellen Beziehungsmanagement.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-042)
Gieseke, Yvette (B.A.)	Social-Media-Marketing in der Ersten Handball-Bundesliga. Eine 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 Kommunikator-befragung bei den Sprechern deutscher Großstädte und eine Leserbefragung am Beispiel des Amtsblattes der Stadt Halle (Saale).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Regionale PR (RPR)	(04-056)
Gohr Marie-Theres (M.A.)	Hochschulmarketing im Social Web. Verständnis, Erwartungen sowie Entscheidungsbereiche von Kommunikationsverantwortlichen und Hochschulleitungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Online-PR (O-PR)	(15-088)
Gohrhau Sascha (Magister)	Politik. Medien. Skandal. Print-mediale Diskurse in politischen Skandalen am Beispiel des sogenannten Sachsensumpfes.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2008	Politische Kommunikation (PoK)	
Goller Anja (M.A.)	Integration von Social Media in die 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.	Hochschule St. Gallen	1992	Theorie (PR-T)	
Golombek Christo-pher (M.A.)	Die Positionierung des Chiefs Financial Officers (CFO). Eine qualitativ-explorative Untersuchung der Finanzvorstandspositionierung in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmens-kommunikation (UK); Finanz-Kommunikation (FiKo)	(19-022)
Gottschalk Julia Selina (M.A.)	Ceo-Kommunikation deutscher Start-ups in sozialen Medien. Ein Mehrmethodendesign zur 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 (Oeckl) (Dissertation)	Journalismus und Public Relations im Gesundheitsbereich. Ein Netzwerkmodell für strategisches Kommunikationsmanagement.	Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt	2005	Theorie (PR-T)	
Goyn 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-073)
Goyn, Laura (M.A.)	Presseinfo oder Posting? Analyse und Optimierung der Kommunikationswege zwischen Unternehmen und Journalisten am Beispiel der Mercedes-Benz AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		(23-059)

Graf Hannelore (Magister)	Das Image der OTV in Hessen. 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)
Graf, Tanja (M.A.)	Evaluation der Stakeholderkommunikation – Entwicklung und Anwendung eines Frameworks zur Erfassung und Systematisierung von Entscheidungsfaktoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024	
Grahl Thomas (B.A.)	Kommunikation der Fraktionen im Leipziger Stadtrat.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2011 Politische Kommunikation (PoK)	
Graupner Kathleen (B.A.)	Nachhaltigkeitskommunikation in Social Media. Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten für die Unternehmenskommunikation in der Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Online-PR (O-PR)	
Grebenar Ana-Marija (M.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	2016 Leadership (LEA)	
Grewe Luisa (B.A.)	Trainerwechsel in der Fußball-Bundesliga: Die Glaubwürdigkeit strategischer Sündenbock-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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Unternehmenskommunikation (UK)	(09-048)
Griem Lena (B.A.)	Mobile Nachrichtenrezeption über Online-Kanäle und deren Wirkung auf den Rezipienten. Die Rolle des politischen Interesse bei der Anschlusskommunikation als Medienwirkung auf beiläufige Online-Nachrichtenkontakte.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-050)
Groller Anja (M.A.)	Integration von Social Media in die Sponsoringaktivitäten von Unternehmen.	Freie Universität Berlin	2004 Politische Kommunikation (PoK)	
Gruber Anja (Magister)	Die Wirkung von Symbolen beim 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Theorie (PR-T)	(10-013)

Grund, Sarah (B.A.)	Politische Kommunikation und politische Öffentlichkeiten auf Instagram. Eine qualitative Studie am Beispiel zivilgesellschaftlicher kollektiver Akteure des antifaschistischen Spektrums.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-006)
Gründl Klaudia (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	1996 Feminisierung (FE)	
Grüner Jens (Magister)	Die Unternehmenskommunikation von Rundfunkunternehmen am Fallbeispiel Energy Sachsen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Fallstudien (F)	(01-055)
Grünert Jana (Magister)	Verhältnis von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune. Eine Fallstudie: Befragung Leipziger Journalisten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996 Journalismus/PR (J/PR)	
Grünwald 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	1997 Unternehmens- kommunikation (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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-030)
Gudat Anna (B.A.)	Facebook in der Event- und Veranstaltungskommunikation. Entwicklung eines Social-Media-Konzepts für das Tourismusmarketing Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Regionale PR (RPR)	(12-099)
Günnel Julia (B.A.)	Transmediales Storytelling virtueller Bands. Eine qualitative Inhaltsanalyse ausgewählter Medieninhalte.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-009)
Günther, Louise (B.A.)	Die öffentliche Positionierung von Start-ups zu Diversität und Inklusion.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024	
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	2010 Online-PR (O-PR)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Haack Alexandra (Diplom)	Marketing- und Kommunikationsstrategien 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)	Aspekte der Public Relations für 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 Kommunikationsmanagement.	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Journalismus/PR (J/PR)		
Hake Sandra (Diplom)	PR und Werbung für den Wein. Analytische Bestandsaufnahme und Fallstudie am Beispiel des Wein-anbaugebietes Saale Unstrut.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1995	Fallstudien (F)	(95-014)	
Haker Michael (M.A.)	PR-Recht in der PR-Praxis. Auftreten von und Umgang mit rechtlichen Problem- und Fragestellungen im Arbeitsalltag von PR-Praktikern. Analytische Bestandsaufnahme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013		(13-196)	
Halff Gregor J. (Disserta-tion)	Die Malaise der Medienwirkungs-forschung. Transklassische Wirkungen und klassische Forschung.	Universität Münster, Philosophische Fakultät	1996	Theorie (PR-T)		
Hallek Sonia Yasemine (B.A.)	Mediale Integration. Bedingungen von Integration in den Fernsehinhalten des MDR.	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	1999	Konzeption (K)	
Hammann Kerstin (M.A.)	Investoren und Aufsichtsrat im Dialog.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Finanz-Kommunikation (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. Anlagenband nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens-Kommunikation (UK)	(13-076a)
Hansen, Kristin (M.A.)	Künstliche Intelligenz in der strategischen Kommunikation. Eine qualitative Untersuchung ethischer Herausforderungen und normativer Erwartungen zur Gestaltung eines ethisch verantwortungsvollen Einsatzes von KI in der Kommunikationsbranche	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-052 a+b)
Hantke Mandy (M.A.)	Kopplungsgeschäfte als Problemfeld im Spannungsfeld zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus.	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- Illgen, Stefanie (B.A.)	Kompetenzen für Social Media in der Unternehmenskommunikation. Eine Systematisierung aus theoretischer und praktischer Sicht.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmens-Kommunikation (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	Unternehmens-Kommunikation (UK)	
Harnisch Claudia (Magister)	Medienmonitoring als Bestandteil des Kommunikationsmanagements. Inhaltliche Entwicklungstendenzen und Analyse der Medienmonitoring-Dienstleisterbranche. (3 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmens-Kommunikation (UK)	
Hartmann Bernd Michael (Dissertation)	Kommunikationsmanagement von Clusterorganisationen. Theoretischer Referenzrahmen und Ergebnisse empirischer Forschung.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2014	Unternehmens-Kommunikation (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 Vorausscheides 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 Unternehmens- Kommunikation (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 Unternehmens- Kommunikation (UK)	(12-071)
Heese Christina (Magister)	Made in Chinermany? Eine Analyse interkultureller Unternehmenskommunikation am Beispiel der Volkswagen AG. (2 Bde.) Anhang nicht zugänglich!	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Politische Kommunikation (PoK)	(10-015)
Heinelt Peter	PR-Päpste. Die kontinuierlichen Karrieren von Carl Hundhausen, Albert Oeckl und Franz Ronneberger. Univ.-Diss. Marburg 2002 & RosaLuxemburg-Stiftung Berlin 2003.	Univ.-Diss., Marburg 2002/R.-Lux.bg.- Stiftung, Manuskripte 37. Karl Dietz Berlin	2003 PR-Historie (H)	
Heinemann Anne (M.A.)	Evaluationsmöglichkeiten von strategischer Social-Media-Influencer-Kommunikation. Entwicklung eines Controlling-ansatzes.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-023)
Heinemann Liv (B.A.)	Krisenkommunikation in sozialen Medien. Soziale Medien als Herausforderung für Unternehmenskrisen am Beispiel von Siemens.		2021	(21-076)
Heinrich Jennifer (Magister)	Theorie und Praxis in der Öffentlichkeitsarbeit in Frankreich: Les relations publiques. Systematische Literaturbestandsaufnahme und Expertenbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Theorie (PR-T)	
Heinz Juliane (Magister) (Oeckl)	Die Zusammenarbeit von Juristen und Kommunikatoren in erfolgskritischen Situationen von Unternehmen. Ein Vergleich von professionellen Konflikten in Unternehmenskrisen und bei Kapitalmarkttransaktionen auf Basis von Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Unternehmens- Kommunikation (UK); Krisen-PR (KPR)	(09-021)

Helfen-berger Tina Sara (M.A.)	Strategische Kommunikations- planung in Wirtschaftsverbänden. Eine Analyse der Arbeitsteilung und Koordination im Spannungsfeld von Hauptamt und Ehrenamt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Unternehmens- Kommunikation (UK)	(16-077)
Heller Frank; Müller, Jens D.; Zeymer, Uwe	Profil zeigen – Dialog führen. PR- Konzeption für den Fremdenverkehrsverein Köpenick.	Projektgruppe Köpenick	1992 Konzeption	
Helms, Maite (B.A.)	Nachhaltigkeitskommunikation von Fast Fashion Unternehmen auf Instagram. Eine qualitative Inhaltsanalyse der Instagram-Beiträge von H&M und ZARA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-009)
Heming Pernice, Rafaela Constância (M.A.)	Strategic Communication and the Implementation of Digital Innovation in Corporations. A Systematic Review of the Scientific Discourse in Academic Journals from 1990 to 2017.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Unternehmens- Kommunikation (UK)	
Hemmati Seyedehpaniz (B.A.)	Digitale Kommunikationsformate in der internen Kommunikation. Eine qualitative Befragung zu dem Commitment und der Identifikation der Mitarbeiter zu dem Unternehmen im Home-Office.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	
Hemstege Alicia (M.A.)	Entwicklung einer Toolbox für das Kommunikationsmanagement von deutschen Social Start-ups. Die Identifikation und Begegnung kommunikativer Herausforderungen junger Sozialunternehmen – eine explorative Herangehensweise.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-019)
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 Online-PR (OPR); Politische Kommunikation (PoK)	
Hennig Jana (Diplom)	Die ÖA der Bundesregierung anlässlich der Stalin-Note 1952. Eine Analyse des Falls und der Bericht Erstattung darüber in der Tagespresse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996 PR-Historie (H)	(97-021)
Henniger Isabel (M.A.)	Storytelling in der Finanzkommuni- kation. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zum Einsatz narrativer 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	(15-023)
Hensel Kristin (Magister)	Untersuchung zur unternehmens- spezifischen Bedeutung von Public Relations – Eine Replikationsstudie. (2 Bde. mit Anhang)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Unternehmens- Kommunikation (UK)	
Hensel Melanie (Magister)	CSR als PR-Botschaft : das Verhältnis zwischen Public Relations und Journalismus im Bereich Corporate Social Responsibility.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	(11-014)
Herber Melanie (B.A.)	Krisenkommunikation bei Lebens- mittelskandalen Eine Untersuchung zur 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 Unternehmens- Kommunikation (UK)	
Herda Marika (M.A.)	Lobbying in Deutschland. Unter- suchung von Interessenvertretung und ihrer Reichweite unter Zuhilfenahme des Vetospieler-Theorems nach George Tsebelis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Politische Kommunikation (PoK)	
Hering Claudia (Magister)	Stadtmarketing und kommunale OA. Eine kritische Analyse der organisierten Stadtkommunikation von Zeitz und Annaberg-Buchholz im Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 Regionale PR (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	2000 Konzeption (K)	(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	2006 Image (I)	UBL: 01H-2007-700
Hermann, Vivian Celine (B.A.)	Feministischer Aktivismus auf Instagram. Eine Experimentalstudie zur Untersuchung von Framingeffekten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-008)
Herold, Florian (B.A.)	Unternehmenskommunikation im deutschen Profifußball. Der strategische Einsatz von Bewegtbildkommunikation der Bundesligavereine auf YouTube in der Hinrunde 2019/2020.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020 Unternehmens-Kommunikation (UK)	
Herrmann, Chantal (M.A.)	Corporate Social Advocacy als Herausforderung für die Unternehmenskommunikation. Eine empirische Analyse der veränderten Anforderungen an Aufgaben und Kompetenzen von Kommunikator:innen in deutschen B2C-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-060)
Herrmann Frauke (Magister)	Die Kommunikation zwischen NGOs und Unternehmen in Konflikten. Theoretisch-analytische Annäherung und Input-Output-Analyse am Beispiel der Pestizid-Kampagne von Greenpeace im Konflikt mit den Unternehmen der Lebensmittelbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Non Profit (NP); Unternehmens-Kommunikation (UK)	(10-003)
Hesse Robert (Magister)	Kommunikationsstrategien zur Patientenrekrutierung in Kliniken der Maximalversorgung. Bestandsaufnahme und Perspektiven im Vergleich Deutschland/USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (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	2010 Sponsoring (S)	
Hickisch Fanny (Magister)	Themenführerschaft von Stromversorgern mittels Online-PR. Ein Vergleich zwischen Deutschland und den USA anhand von Fallbeispielen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Online-PR (OPR); Fallstudien (F)	
Hickmann Natalie (B.A.)	Bildung durch EduToks?! Eine Untersuchung und Bewertung von Lerncontent auf der Social Media-Plattform TikTok.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-077)
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 Pressemitteilung in Deutschland. Von den Anfängen bis zum Ende der Weimarer Republik.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 PR-Historie (H)	
Hildebrandt Nadja (Diplom)	Die historische Entwicklung der Public Relations in Deutschland. Eine Fallstudie der Kommunikationsaktivitäten von Alfred von Tirpitz	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 PR-Historie (H)	(98-051)
Hillnbach Maïke (Magister)	Impression Management und Personen-PR. Eine Literaturbestandsaufnahme 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 Kommunikationsverantwortlichen zum Status-Quo der Managementbereiche Planung, Organisation und Personalmanagement.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Internationale 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	2003 Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (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)
Hofmann, Lilly (B.A.)	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Online-PR (OPR); Unternehmenskommunikation (UK)	(10-077)
Hölling Christian (Magister)	Glaubwürdige Kommunikation. Fallstudie am Beispiel des Überwachungsskandals des Unternehmens LIDL.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Fallstudien (F)	
Hoepfner Jörg (Magister)	Advertorials: Zielsetzung und Rezeption von redaktionell gestalteten Anzeigen in Publikumszeitschriften. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997 Werbung (W)	(98-063 a+b)
Hoepfner Jörg (Dissertation)	Public Relations für Marken. Analyse, Modellbildung und empirische Überprüfung.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2010	UBL: 01H-2011-36
Hörügel Lina Cosima (M.A.)	Einsatz von Online-Kundenmagazinen im Corporate Publishing. Eine vergleichende Inhaltsanalyse der gedruckten und digitalen Ausgaben von Kundenzeitschriften der 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.	Universität Bamberg	1992 Kampagnen (PR-K)	
Hofmann Katrin (Magister)	Die Kundenzeitschrift als Instrument im Corporate Publishing unter besonderer Berücksichtigung von crossmedialen Strategien. Eine 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Theorie (PR-T); Fallstudien (F)	
Hofmann Patrick James (Magister)	Die Pressearbeit der Deutschen Bundeswehr. Öffentlicher Diskurs, 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 Investorenvertretern im deutschen Aktienmarkt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Investor Relations (IR)	(18-132)
Hofmann Susanne (B.A.)	Social Media als Einflussfaktor auf die Geschäftsberichterstattung. Eine literaturbasierte Untersuchung der Integration von Social Media in Geschäftsberichten von börsenorientierten Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Online-PR (OPR)	
Hohlfeld Ulrike (Magister)	Unternehmenskommunikation von Brauereien. Systematik und das Fallbeispiel der Leipziger Brauhaus zu Reudnitz GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Unternehmenskommunikation (UK)	(03-070)
Hollborn Christiane (Magister)	Kunst- und Kultursponsoring an Kreditinstituten. Darstellung und Analyse der Sponsoringaktivitäten von drei Leipziger Banken.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Sponsoring (S)	

Holmström Susanne (Dissertation)	An intersubjective and a social systemic public relations paradigm.	University of Roskilde, Denmark	1996 Theorie (PR-T)	
Holzmann Christine (Magister)	Webcasts in der Finanzkommunikation. Theoretische Systematisierung und Benchmark-Studie zur Nutzung von Webcasts auf den Online-IRPortalen der DAX 30-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Investor Relations (IR); Online-PR (OPR)	(07-127)
Hopf Monika (Diplom)	PR im privaten Rundfunk. Eine Fallstudie der PR-Aktivitäten privater bayerischer Hörfunksender (Radio Euroherz, Radio Antenne Franken, Antenne Bayern).	Universität Bamberg	1995 Fallstudien (F)	
Hoppe Judith (B.A.)	Kommunikationsmanagement für Wissenschaft und Forschung. Stakeholder-Kommunikation einer Forschungseinrichtung am Beispiel der Schweinegrippe.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Fallstudien (F) Non Profit (NP)	
Hoppmann Siv-Margret (B.A.)	Corporate Branding bei der Völker GmbH. Herausforderungen und Potenziale einer Unternehmensmarke im Wandel.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Regionale PR (RPR); Image (I)	(12-053)
Horlacher Maïke (M.A.)	Branding im E-Commerce: Erfolgsfaktoren der Markenführung im Fashion-Pure-Play-Retail.		2016	(16-080)
Horlbeck Bernd	Eigen-PR für PR-Agenturen. Eine empirische Bestandsaufnahme der Selbstdarstellungsaktivitäten in der deutschen Agenturlandschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Unternehmenskommunikation (UK)	
Hornbostel Tina (Magister)	Die OA der deutschen Energieversorger mit Blick auf den kommenden Wettbewerb. Eine kritische Bestandsaufnahme und das Fallbeispiel der Mitteldeutschen Energieversorgungs Aktiengesellschaft (MEAG).	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Fallstudien (F)	(00-012)
Hornig Heike (Diplom)	Ein Methodenkoffer zur wirksamen innerbetrieblichen Öffentlichkeitsarbeit. Mittel zur effektiven Darstellung der Sozialen Welt dargestellt an Beispielen aus zwei großen sozialen Institutionen in Süddeutschland.	Katholische Stiftungshochschule München	1995 Fallstudien (F)	
Hoy Peggy (Oeckl) (Magister)	Ansätze und Probleme der PR-Historiographie. Ein Vergleich der PR-Geschichtsschreibung in den USA und Deutschland anhand einer systematischen Literaturbestandsaufnahme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 PR-Historie (H)	(03-002)
Hromek Alexandra (Magister)	Kampagnen zur Aufklärung über Aids und seine Ursachen (HIV). Eine Wirkungsstudie am Beispiel von zwei konträren Aids-präventionsspots.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Kampagnen (PR-K)	(11-195)
Hsu, Li-Yang (B.A.)	Der Einsatz von KI in der strategischen Kommunikation. Die interdisziplinäre und Integration und Zusammenarbeit in der KI-basierten strategischen Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024	
Hübel Anne-Katrin (Dissertation)	Mobiles Fernsehen – Entwicklung, Möglichkeiten und Nutzung von Rundfunkanwendungen auf dem Handy.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2008 Journalismus/PR (I/PR)	UBL: 01H-2009-534
Huber Andrea M. (Diplom)	Das Forschungsfeld der Gesundheitskommunikation („Health Communication“) im Überblick: Konturen einer neueren kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin.“ Eine Literaturlaufarbeitung.	Universität Salzburg	1991	
Hüning Theresa (M.A.)	Social Entrepreneurship Organizations im Spannungsfeld zwischen Profit- und Gemeinwohlorientierung. Spezifika und Herausforderungen für die strategische Kommunikation.	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 Unternehmenskommunikation (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 Unternehmenskommunikation 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) Jacobi Julius (B.A.)	Mitarbeiterinformation als Leistungs- und Erfolgsfaktor der unternehmerischen Kommunikation. Content-Strategien in der Wissenschaftskommunikation.	Universität Bamberg Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmenskommunikation (UK) Wissenschafts- und Innovationskommunikation (WIK)		
Jaekel Sandra (Magister) Jäger Susanne (M.A.)	Kandidatenimages in der politischen Wahlkampf-kommunikation. Eine Analyse der zwei Fernsehduelle im Hinblick auf Image-Elemente. Social Media Guidelines als Herausforderung für das Kommunikationsmanagement: theoretische Rahmenbedingungen und empirische Analyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 2011	Politische Kommunikation (PoK) Online PR (OPR)	(04-068) (12-165)	
Jahansoozi Julia (Habilitation) Jahn Daniel (B.A.)	When Interests collide: The Story of an Industry-Community Relationship. (2 Bde.) Wissenschaftskommunikation im Social Web. Eine vergleichende internationale Betrachtung der Facebook-Auftritte von Universitäten und Hochschulen.	University of Sterling Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 2016	Unternehmenskommunikation (UK) Wissenschafts- und Innovationskommunikation (WIK)		(16-107)
Jahnel Jamina (Magister)	Chancen für den Mittelstand. Die Nutzung von Online-Medien als Teil der unternehmerischen Öffentlichkeitsarbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmenskommunikation (UK)		(08-015)
Jakisch Ildikó-Zsuzsanna (Magister) Jakob Sarah (B.A.)	Geschichte der Werbung in Ungarn. Von der Monarchie bis zur Wendezeit. Allgemeine Aspekte und Fallbeispiele. Instrumente der Online-Kommunikation und ihre Einsatzmöglichkeiten: Live-Video-kommunikation. Eine theoretische Systematisierung und empirische Untersuchung der Potenziale der Online-Love-Video-kommunikation für die Online-Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 2010	PR-Historie (H), Werbung (W) Unternehmenskommunikation (UK); Online PR (OPR)		
Janke Katharina (Magister) Janke Katharina (Dissertation)	Finnland-Images und –Stereotype in der deutschen Presse. Kommunikation von Unternehmenswerten. Modell, Konzept und Mehrmethoden-Evaluationsstudie zur Kommunikation der Unternehmenswerte der Bayer AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2003 2011	Image (I) Fallstudien (F), Theorie (PR-T)	(03-071)	UBL: E-Book
Janke Rasmus (B.A.)	Automatisierter Journalismus - Qualitätskriterien der deutschen NLG-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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006			(07-069)
Jansen Sebastian (M.A.)	Machtquellen und Einflusspotenziale des Kommunikationsmanagements in Organisationen aus mikropolitischen Sicht.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Unternehmenskommunikation (UK)		(18-133)
Janz, Henrike (M.A.)	Kompetenzanforderungen in der Kommunikation von Nachhaltigkeit an den Kapitalmarkt. Eine methodische Betrachtung von Kompetenzen und dem Kompetenzaufbau innerhalb von IR-Abteilungen börsennotierter Unternehmen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022			(22-066)
Jarolimek Stefan (Habilitation)	Öffentliche Kommunikation gesellschaftlicher Verantwortung. Zum kulturellen Vergleich von CSR-Kommunikation in organisationalen Feldern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	CSR-Kommunikation (CSR)		
Jaworowski, Sophia Leokadia (B.A.)	Instagram als Instrument der CSR- Onlinekommunikation; Wie präsentieren sich Ethical Fashion Start-ups auf Instagram im Sinne der Corporate Social Responsibility?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	CSR-Kommunikation (CSR)		
Jendrossek Selina (B.A.)	Status Quo von IR-Websites. Analyse des Status von Investor Relations Websites börsennotierter Unternehmen im Prime Standard.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017			(17-032)
Johann Anne (Magister)	Öffentlichkeit und Öffentlichkeitsarbeit. Theoretische Modelle und deren Transfermöglichkeiten auf praktische Anwendungsprobleme.	Universität Essen	1994	Theorie (PR-T)		
Johe, Pauline Anna (M.A.)	Einsatz und Akzeptanz von Large Language Models in Kommunikationsabteilungen. Konzeptionelle Grundlagen und eine Fallstudie bei AbbVie Deutschland,	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024			(24-005 K)
John Corinna (Magister)	Volkszählung und der Verlust öffentlichen Vertrauens. Eine zeithistorische Fallstudie und eine vergleichende Inhaltsanalyse der Berichterstattung zum Volkszählungsboykott 1983 und 1987. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F), Öffentliches Vertrauen (V)		(10-049 a+b)
Jonas, Hanna (M.A.)	Glaubwürdige Kommunikation in einer Corporate Social Responsibility Krise. Eine empirische Studie zur Wirkung von Krisen-Response-Strategien auf die Glaubwürdigkeit von Unternehmen in einer CSR-Krise.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023			(23-043)
Johne Jennifer (B.A.)	Imagekiller 2.0. Angriffe auf die Reputation von CEOs im Social Web. Analyse zu Entwicklungen und Möglichkeiten zur Schadensbegrenzung	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online PR (OPR)		
Joos Dorothea (M.A.)	Die Institutionalisierung der Nachhaltigkeitsberichterstattung bei DAX-Unternehmen. Theoretisch-konzeptionelle Grundlagen und inhaltsanalytische Untersuchung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK)		
Joshi Alexandra Manisha (M.A.)	Strategisches Kundenbeziehungsmanagement. Community Management im Share Economy Business.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmenskommunikation (UK)		
Josten Daniela (Oeckl) Jüttner Katrin (Magister) Junghänel Ivonne (Magister)	PR für periodische Printmedien – Eine Kommunikatorbefragung bei Tageszeitungsverlagen. Stimme und Sprache als Erfolgsfaktor im Impression Management Franz Ronneberger. Kommunikationswissenschaftliches Werk unter besonderer Berücksichtigung der PR-wissenschaftlichen Schriften.	Ruhr-Universität Bochum Universität Leipzig Institut für KMW Universität Leipzig Institut für KMW	1999 2008 2001	Fallstudien (F) Unternehmenskommunikation (UK) PR-Historie (H)		(01-015)

Jurisch Anne (Magister)	PR-Ethik in Spanien. Eine Bestandsaufnahme von PR-Berufsorganisationen und Kodizes sowie eine Berufsfeldbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Internationale PR (IPR)	(12-063)
Just Caroline (B.A.)	Politische Kommunikation von Parteien am Beispiel von Bündnis 90/Die Grünen. Geschlechter-gerechte Sprache in der Parteikommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Politische Kommunikation (PoK)	(15-071)
Justus Julia Sophie (B.A.)	Corporate Blogs als PR-Instrument. Eine Inhaltsanalyse externer Corporate Blogs der deutschen Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Online PR (OPR)	(16-020)

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

Kehler Thomas (Magister.)	PR als Instrument im Krisenmanagement – 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-027)
Kelm, Karolin (B.A.)	Künstliche Intelligenz in der Unternehmenskommunikation: Eine qualitative Befragung zur Umsetzung und den strategischen Potenzialen in Großunternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022		(22-023)
Keßler Sebastian (M.A.)	Theoretische und empirische Abteilung eines kommunikativen Aufgabenprofils.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016		(16-049) Bd.1
Key Nadja (Magister)	Exzellenz in der internen Unternehmenskommunikation. Systematisierung von Handlungsfeldern zur Identifizierung möglicher Exzellenzfaktoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK)	
Kiefer Guido (Seminararbeit)	Die PR-Methode Public Affairs am Beispiel des Arbeitskreis Organspende.	FH Rheinland-Pfalz	1995	Fallstudien (F)	
Kirchberg Anja (Oeckl)	Gebrauchsanweisungen als Kommunikationsmedium. Funktion und Umsetzung anhand ausgewählter Fallbeispiele.	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Journalismus/PR (J/PR); Regionale PR (RPR); Fallstudien (F)	(11-196)
Klama Bosse Alexander (M.A.)	Nonprofit-Kommunikation als Gegenstand der PR-Forschung. Eine Analyse der methodischen und thematischen Auseinandersetzungen mit Non-Profit-PR in wissenschaftlichen Fachzeitschriften.	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 strukturationstheoretische Analyse Internationaler PR.	Ludwig-Maximilian -Universität, München	2008 Internationale PR (IPR)	
Klausmeyer, Jule (M.A.)	Employer Branding mit Purpose. Eine empirische Analyse der Rolle des Corporate Purpose im Employer Branding von DAX-Unternehmen in sozialen Medien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-052)
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.)	Das Potenzial von Corporate Social Responsibility für den Vertrauensaufbau von Unternehmen. Eine Literaturstudie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Unternehmenskommunikation (UK)	
Kleineberg Elke; Rühmeier, Olaf	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.	Universität Hohenheim	1990	
Klenk Volker (Magister)	Weltausstellungen als PR-Instrument von Staaten. Theoretische Annäherung und empirische Befunde unter besonderer Berücksichtigung der universellen Weltausstellung Expo `92 Sevilla.	Universität Mainz	1996 Fallstudien (F)	
Klenk Volker (Dissertation)	Langfristige Image-Wirkungen von Mega-Events. Dargestellt am Beispiel der Auswirkungen der Berichterstattung über die universelle Weltausstellung Expo' 92 in Deutschland. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Sozialwissenschaften und Philosophie	1998 Image (I)	
Klisch Sabine (Diplom)	Public Relations für eine neue Unternehmenskonzeption. Der Fall JENOPTIK GmbH nach 1991.	Universität Bamberg, Germanistik	1995 Fallstudien (F)	
Klock, Matthias (B.A.)	Vergleich gendergerechter Sprache in der Arbeitgeberkommunikation an akademisches und nicht-akademisches Personal aus Kommunikatorperspektive.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-009)
Klöpfer Julia (Diplom)	Events als Mittel der Unternehmenskommunikation – Planung des PR Prozesses am Beispiel der Einweihung der Motorenwerke Bad Cannstadt der Daimler Benz AG.	Universität Hohenheim	1997 Konzeption (K)	
Klopp Jeannette (Diplom)	Externe Öffentlichkeitsarbeit kommunaler Verwaltungen und Organisationen am Beispiel der Standort-PR für Stadt und Region Altenburg.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1995 Regionale PR (RPR)	(96-050)
Kloß Julia (B.A.)	Sharing Economy und Vertrauen. Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Vertrauensbildung durch Community Guidelines.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Öffentliches Vertrauen (V)	(17-082)

Kloß Julia (M.A.)	Corporate Activism: Kurzfristiger Hype oder nachhaltiger Aktivismus? Ein Mixed-Method-Ansatz zur Erforschung gesellschaftspolitischer Positionierungen von Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-106)
Klotz Anna-Sophia (M.A.)	Kommunikationsstrategien von Start-ups.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Konzeption (K); Kampagnen (PR-K)
Klute, Tim (B.A.)	Storytelling im Online-Versandhandel. Eine Inhaltsanalyse der TV-Werbekommunikation von Online-Versandhändlern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	Fallstudien (F) (20-007)
Knoll Timo (Magister)	Rundfunk – PR im Spiegel der Berichterstattung. Eine Medienresonanzanalyse der Rundfunkanstalten ZDF und RTL im Spiegel.	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F) (00-044)
Knupfer Christina (B.A.) (Oeckl)	Konzeptionelles Fundament für die Evaluation und Steuerung des Issues Management: Die Issues Management Scorecard.	Universität St. Gallen	2005	Image (I)
Köbele, Pauline (B.A.)	Medienethische Herausforderungen des Einsatzes von Künstlicherer Intelligenz im Journalismus. Eine systematische Literaturanalyse wissenschaftlicher Publikationen und Praxisliteratur zu	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024	(24-001)
Köhler Karolin (B.A.)	Die Agenda der Public Relations. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der deutsch-sprachigen Fachmagazine PR Report, PR Magazin, Pressesprecher und Kommunikationsmanager.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Controlling (C) (13-050)
Köhler Karolin (M.A.)	Kommunikation von Unternehmensstrategien – Eine internationale Benchmarkanalyse von börsennotierten Konzernen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmenskommunikation (UK) (17-062 a+b)
Köhler Kristin (Magister)	Investor Relations 2.0. Status quo bei börsennotierten Unternehmen in Deutschland und strategische Herausforderungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F) (10-090)

Köhler Maria (Magister)	Prozess der Innovationskommunikation bei kleinen und mittelständischen Unternehmen der Zukunftstechnologie-Branchen. Konzeptionelle Grundlagen und eine empirische Untersuchung am Beispiel der Unternehmen der Region Mitteldeutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Unternehmens- kommunikation (UK); Fallstudien (F)	(11-002)
Köhler Sophia (B.A.)	„Neue Werbeformen“ und die Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten im Hörfunk.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Werbung (W)	
Költch Sabine (Magister)	Das Verhältnis zwischen Public Relations und Journalismus. Eine InputOutput-Analyse auf Basis des Intereffikationsmodells, untersucht am Fallbeispiel der Leipziger Publikumsmesse MODELL & HOBBY mit LEIPZIGER SPIELFEST. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Journalismus/PR (J/PR)	(06-052 a +b)
König Eileen (B.A.)	Nationenimages und internationale politische Public Relations. Eine Analyse des Ungarnbildes in der deutschen Berichterstattung 2010 – 2012.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Internationale PR (IPR); Politische Kommunikation (PoK)	
Könnecke Martina (Magister)	Formen, Trends und Strategien des Sportsponsoring als Teil der Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudienanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Sponsoring (S)	(03-075)
Kohl Gertrud (B.A.)	Das Social-Intranet – Über die Einführung der Plattform in Großunternehmen und die Einbindung von Non-Desk Employees.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Interne Unternehmens- Kommunikation (IUK)	(16-021)
Kohlmeier Mattes (M.A.)	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)
Kolbe, Josephin (B.A.)	Gendergerechte Sprache in der Arbeitgeberkommunikation aus der Rezipientenperspektive angehender Auszubildener.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-010)
Kolibal Denise (B.A.)	Leserbefragungen im Corporate Publishing. Konzeption und Umsetzung am Beispiel der MDR-Publikumszeitschrift mittendrin.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Unternehmens- kommunikation (UK); Konzeption (K)	(12-054)
Kolibal Denise (M.A.)	Social-Media-Kommunikation politischer Institutionen. Die Kommunikation nationaler Regierungen auf Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Politische Kommunikation (PoK)	(17-113)

Konova Ljudmila (M.A.)	Kundenzeitschriften in der Unternehmenskommunikation. Eine Vergleichsanalyse deutscher und russischer Kundenzeitschriften.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Unternehmens- kommunikation (UK)	(12-040)
Kolacny Christian (Magister)	Ansätze und Möglichkeiten spieltheoretischen Denkens und spieltheoretischer Modelle innerhalb ausgewählter Themen der PR-Wissenschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Theorie (PR-T)	(07-120)
Konopko Sylwia (Magister)	PR-Ethik in Polen. Bestandsaufnahme sekundärer Quellen und eine Berufsfeldbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Ethik (E)	(10-053)
Kopitz Linda (B.A.)	Öffentliches Vertrauen in der Gesundheitsbranche. Am Beispiel der Krisenkommunikation der Universitätsmedizin Göttingen und ihrer Stakeholder im „Organspendeskandal“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Öffentliches Vertrauen (V)	
Kornblum Tom (M.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)
Kramer Josephine (M.A.)	Kommunikative Integration in und durch Organisationen am Beispiel von Geflüchteten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-025)
Kramer Manja (Magister)	Interne Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der envia Energie Sachsen Brandenburg AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Fallstudien (F)	
Krauchuk Anastasiya (B.A.)	Digital Working: die Bedeutung von Arbeit im digitalen Zeitalter. Eine qualitative Analyse der Perspektive von Crowdworkern auf wettbewerbsbasierten Plattformen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-008)
Krael 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Unternehmens- kommunikation (UK)	(13-078)

Krause Lisa (B.A.)	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	2016 Kampagnen (PR-K)	(16-063)
Krause Lisa (M.A.)	Die Organisation der unternehmerischen Influencer -Kommunikation. Eine qualitative Untersuchung am Beispiel deutscher Startups.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019 Startup-Kommunikation (St-K)	(19-026)
Krause Ramona	PR für kleine und mittelständische Unternehmen – Eine Fallstudie am Beispiel „Kuverbau“ (Leipzig, Taucha).	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Fallstudien (F)	
Krause Ronald (Magister)	Strategische Bausteine der Imagegestaltung. Untersuchung am Fallbeispiel Siemens AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 Fallstudien (F)	(01-066)
Krause Tim (B.A.)	Startup-Kommunikation auf LinkedIn. Wie junge Unternehmen das Erreichen der Unicorn-Unternehmensbewertung auf LinkedIn kommunizieren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-081)
Krebber Felix (M.A.)	Authentizität und Inszenierung in der Wahlkampfkommunikation. Eine Analyse des „Substanzwahlkampfes“ der SPD Baden-Württemberg zur Landtagswahl 2011.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Politische Kommunikation (PoK)	(11-136)
Krebber Felix (Dissertation)	Gesellschaftliche Akzeptanz und Kommunikation. Inputorientierte Organisationskommunikation bei Infrastrukturprojekten.	Universität Leipzig, Sozialwissenschaften und Philosophie	2015 Unternehmenskommunikation (UK)	UBL: 01H-2016-412
Kreisel, Larissa (M.A.)	CFO-Positionierung deutschen börsennotierten Unternehmen. Eine empirische Studie zu Status quo und Zukunftspotenzialen der Positionierung von Finanzvorständen.	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Kampagnen (PR-K)	(08-0057)
Kresse Katja (Magister)	Mitarbeiterkommunikation in Unternehmen speziellen Typs. Analyse der Bedeutung von gering-fülig 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.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Unternehmenskommunikation (UK)	

Kügler, Göran (M.A.)	Kommunikations-Controlling und strategisches Alignment unternehmensverbundener Stiftungen. Eine explorative Untersuchung der Selbstlegitimation von Stiftungen im Spannungsfeld zwischen Profitorientierung und Gemeinwohlerwartung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020 Kommunikations- (20-024) Controlling
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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Unternehmenskommunikation (UK)
Kuhnle Kareen Ulrike (Diplom)	Public Relations eines gesellschaftlichen Unternehmens. Fallstudie 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.	Karl Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1975 Fallstudien (F) (75-074)
Kunstmann Jessica (B.A.)	Öffentlichkeitsarbeit in Vereinen. Besonderheiten und spezifische Herausforderungen in Theorie und Praxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Non Profit (NP) (12-055)
Kunze Nico (B.A.)	YouTube-Kommunikation als 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. Perspektiven eröffnen – Orientierung geben. Das Unternehmensleitbild als	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-109)	
Lange Corinna (Magister)	Orientierungshilfe im betrieblichen Wandel am Beispiel der Berufs- förderungswerk Halle gGmbH. Der CEO als Gesicht des Unter- nehmens. Eine empirische	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Unternehmens- kommunikation (UK)	(06-056)	
Lange Karoline (B.A.)	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. Die Interdependenzen von Öffent- lichkeitsarbeit und Journalismus. Eine	Universität Bamberg	1992	Fallstudien (F)		
Lanz Kathrin (Magister)	Analyse der Programmarbeit der ARTE Deutschland TV GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Journalismus/PR (J/PR)	(08-050)	

	Gesamtstatistiken als Evaluationsinstrument des Veranstaltungswesens in Städten. Vorhanden: Kongreßstatistiken als Evaluationsinstrument des Veranstaltungswesens in Städten : Vergleichbarkeit mit anderen Städten und		
Lau Kerstin Cynthia	Neukonzeption am Beispiel Leipzig (Magister: 98-065) Öffentlichkeitsarbeit im Nationalsozialismus? Das Spannungsfeld PR und Propaganda – eine Literaturbestandsaufnahme und das Beispiel Volkswagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 1998 (RPR)
Laue Susann (Magister)	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 Dienstleister“ – 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 Kommunikationskonzept 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? Informationsquellen und Entscheidungsprozesse von Kleinanlegern auf dem Aktienmarkt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021
Lehmann, Christina (M.A.)	Eine Segmentierung von neuen Zielgruppen für die Investor Relations in Deutschland. Die Stadtkommunikation der Stadt Magdeburg. Bestandsaufnahme der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023
Lehmann Janine (Magister)	Kommunikationsaktivitäten zweier Ämter und Analyse der städtischen Images in überregionalen Zeitungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Regionale PR 1999 (RPR)

Lehmann, Kathleen (M.A.)	Künstliche Intelligenz und Ethik: Leitlinien als Teil der Verantwortungskommunikation von Unternehmen aus institutioneller Perspektive.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024		(24-006)
Lehmann Katrin (Magister)	Imagewandel durch Kommunikation: Möglichkeiten von Kampagnen, dargestellt am Beispiel der Börsenkampagne der Deutschen Post World Net.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Kampagnen (PR-K)	(03-020)
Lehmann Kay (Magister)	Kommunikative Aspekte der Netzwerkbildung und des Netzwerkmanagements bei kleinen und mittleren Unternehmen – Bestandsaufnahme und eine Unternehmensbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Unternehmenskommunikation (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	2012	Öffentliches Vertrauen (V)	
Lehnhoff Maike (B.A.)	Vorbilder für die Karriereplanung im Berufsfeld Kommunikationsmanagement/PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK)	(13-099)
Lehnhoff Maike (M.A.)	Unternehmenskommunikation bei Kommunikationsexperten Eine qualitative Untersuchung zu internen Strukturen und Prozessen innerhalb der Unternehmenskommunikation deutscher PR-Agenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmenskommunikation (UK)	(17-120)
Leimbach Sabine (Magister)	Selbstverpflichtung als Kommunikationsinstrument von Unternehmen. Eine Bestandsaufnahme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Ethik (E)	(99-031)
Leipziger Lisa (B.A.)	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	2005	Kampagnen (PR-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 Zweigniederlassung. Eine Fallstudie am Beispiel der Siemens AG Hannover.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation 1999 (UK)	
Lenz Julia Vanessa (M.A.)	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	Universität Leipzig, Institut für KMW	Image (I); Fallstudien (F)	(10-110)
Leonhardt Silke (Diplom)	Berichterstattung, am Beispiel der Grundig AG. Content-Strategie – Ein Erfolgsfaktor für die Kommunikation im Web? Eine Analyse des strategischen	Universität Erlangen-Nürnberg	1997 Sponsoring (S)	
Leopold Christin (B.A.)	Planungsprozesses und der praktischen Umsetzung anhand von Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Online PR (OPR); Konzeption (K)	(14-018)
Leske Heiko (Diplom)	Planen, Kontrollieren und Werten in der Öffentlichkeitsarbeit - Eine Fallstudie in Schweden. Aspekte staatlicher Krisenkommunikation. Der Fall BSE und die	Universität Leipzig, Institut für KMW	1994 Fallstudien (F)	(94-038)
Leukhard Lutz (Magister)	Krisenkommunikation des BPA, des Ministeriums für Landwirtschaft und des Ministeriums für Gesundheit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Krisen-PR (KPR)	(03-014)
Levy Benjamin (B.A.)	Selbstmanagement im Alltag. Konzeption und Erstellung eines Printmagazins als Instrument zur Ansprache junger Menschen. Personalisierungsstrategien in der	Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt	2017	
Levy Siwan Anastasia (M.A.)	Finanzmarktkommunikation – Die CEO-Kommunikation bei DAX30-Unternehmen im Rahmen der Investor Relations. (2 Bde.) <i>Anhang nicht zugänglich!</i> Management-Tools in der Unternehmenskommunikation. Praktiken	Universität Leipzig, Institut für KMW	Investor Relations (IR)	(10-017)
Lichte Carina (M.A.)	und Ansätze der Kommunikationsberatung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-097)
Lieber Jule (B.A.)	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 (F)	(12-115)
Lieber Jule (M.A.)	Mitarbeiterzeitschriften im Internetzeitalter. Eine Fallanalyse. Die Rolle des Kommunikationsmanagements im Prozess der Wettbewerberanalyse. Entwicklung und empirische Prüfung eines Modells am Beispiel von Siemens Energy Fossil Power Generation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Theorie (PR-T); Fallstudien (F)	

Lieberwirth Tina (M.A.)	Kommunikationspolitik werbefinanzierter Hörfunkanbieter – Eine empirische Analyse ausgewählter Radiosender.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Journalismus/PR (J/PR); Unternehmenskommunikation	2011 (UK)	
Liebold Anne (Magister)	Interne Unternehmenskommunikation – Probleme und Instrumente. Eine Fallstudie der Mercedes-Benz-Niederlassung Leipzig: Mitarbeiterbefragung und Analyse der Mitarbeiterzeitschrift.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Unternehmenskommunikation	2004 (UK)	(05-016)
Liebold Rolf (Dissertation)	Die Öffentlichkeitsarbeit im sozialistischen Industriebetrieb – dargestellt an den Beziehungen der Pressestelle des VEB PCK Schwedt zu den journalistischen Massenmedien der DDR.	Karl-Marx-Universität Leipzig, Sektion Journalistik	Unternehmenskommunikation	1974 (UK)	(74-10)
Liefeith, Florentina (M.A.)	Kommunikationsdienstleister in Deutschland. Branchenstruktur, Geschäftsmodelle, Zukunftstrends. – 2019	Universität Leipzig, Institut für KMW		2019	
Liehr Adrian (B.A.)	Online Kommunikation in der Fußballbundesliga über soziale Netzwerke. Inhaltsanalytische Untersuchung von Facebook, Twitter und Instagram hinsichtlich Crossmedialität und Inhaltsgestaltung.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2021	(21-083)
Lieper Grit (Magister)	Markenmanagement/Markenpositionierung -Der Wert der Marke				
Lier Dagmar (Magister)	Literaturbestandsaufnahme und Darstellung am Fallbeispiel der Marke Rotkäppchen-Sekt.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2006	Fallstudien (F)
Lieske Lisa-Marie (B.A.)	Öffentlichkeitsarbeit für junge Zielgruppen am Beispiel der EUKampagne „Talking Food“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	Kampagnen (PR-K); Fallstudien (F)	2001	(02-051)
Liller Tapio Kristian (Magister)	Onlinekommunikation deutscher Profivereine der 1. Fußball-Bundesliga.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2020	(20-092)
Lindhorst Henning (Magister)	Public Relations Beziehungsweise. PR als „Kommunikative Gattung“. Die Stellung der Öffentlichkeitsarbeit in Sportvereinen. Analyse von Strukturen und Strategien sowie eine Befragung der Golfclubs im Deutschen Golf Verband.	Universität Essen	Theorie (PR-T))	2002	
Lindner Hannes (Diplom)	Die Öffentlichkeitsarbeit in Sportvereinen. Analyse von Strukturen und Strategien sowie eine Befragung der Golfclubs im Deutschen Golf Verband.	Universität Leipzig, Institut für KMW		1999	Fallstudien (F) (00-031)
	Eine Österreichweite Untersuchung über Stadttypen und deren Probleme im Rahmen des Citymarketing.	Wirtschaftsuniversität Wien, BWL	Regionale PR	1991	(RPR)

Lindner Jana	Interkulturelle Aspekte deutsch-amerikanischer Wirtschafts- beziehung. Interkulturelle Weiterbildung in deutschen Unternehmen – eine qualitative Studie. 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 Untersuchung ethischer Entscheidungsprozesse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		
Link, Jeanne (M.A.)	Ökosponsoring als Instrument der Public Relations. Eine Fallstudie am Beispiel der Unternehmen IBM und Vitakraft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(21-140)
Linke Doris (Diplom)	Dialogorientierte OA von Medien- unternehmen. Das Fallbeispiel SAT 1 unter besonderer Berücksichtigung von Call Center und Chatroom. Selbstverständnis und Stellenwert von Public Relations in öffentlichen Kulturbetrieben – eine regionale Vergleichsstudie zwischen Leipzig und Nürnberg. (2 Bde.)	Universität Bamberg	1994	Sponsoring (S); Fallstudien (F)	
Linkenheil Sebastian (Magister)	Zur Stellung von Public Relations (PR) in deutschen Wirtschafts- unternehmen. Tendenzen im Auswahlbereich Oberfranken. Das Männerbild in aktuellen Werbeanzeigen, untersucht am Beispiel der Kosmetik- und Parfümbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)	(01-037)
Löck Anne (Magister)	Das Männerbild in aktuellen Werbeanzeigen, untersucht am Beispiel der Kosmetik- und Parfümbranche.	Universität Bamberg	o.J.	Unternehmens- kommunikation (UK)	
Löhner Matthias (Diplom)	Image und Unternehmenserfolg. 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 Hohenheim	1995	Image (I)	
Löser Peggy (Diplom)	Founder Stories of Startups	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		
Lohrmann Sabine (Diplom)					
Lommert Katja (Magister)				Journalismus/PR	
Lopez, Luciana Rodriquez (B.A.)				(J/PR)	(07-059)

Lorenz Janne (M.A.)	Corporate Listening in der Unternehmenspraxis, Konzepte und Umsetzungsformen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Image (I); Unternehmenskommunikation (UK); Konzeption (K)	(18-077)
Lorenz Verena (M.A.)	Strategische Kommunikation von NPOs in der Textilindustrie. Eine Framing-Analyse zur Untersuchung des Einflusses strategischer NPO-Botschaften auf die Medienberichterstattung in der sozialen Nachhaltigkeitsdebatte.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Non Profit (NP)	(17-121)
Lotter-moser Katja (M.A.)	Identitätsorientiertes Stadtmarketing 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	2009	Regionale PR (RPR)	
Lülfing Lena (B.A.)	Kultur-PR im Wandel. Professionalisierungstendenzen in der Öffentlichkeitsarbeit für Kunst und Kultur am Beispiel ausgewählter Musikfestivals.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016		(16-023)
Lüß Gesa (Magister)	Nation Branding Issues Management. Analyse und Weiterentwicklung eines Konzepts zur strategischen Ausrichtung von Public Relations, unter besonderer Berücksichtigung der praktischen Anwendungsmöglichkeiten der Scanning- und Monitoring- Funktion zur Identifizierung von Issues.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007		(08-006)
Lütgens Stefan (Dissertation)		Universität Salzburg	1998	Image (I)	

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

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Maas Gabriela (B.A.)	Zum Verhältnis von PR und Journalismus. Theoretische Grundlagen und Fallstudie am Beispiel politischer Berichterstattung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Journalismus/PR (J/PR)		
Mäder Katja (Magister)	Die Öffentlichkeitsarbeit von Länderparlamenten. Bestandsaufnahme und Analyse der PR-Aktivitäten aller deutschen Länderparlamente. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)	(02-064 a + b)	
Mäding Katrin (B.A.)	Kundenbindung durch Identifikation in der Wohnungswirtschaft. Ein Kommunikationskonzept für die Hallesche Wohnungsgesellschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K)		
März Wiebke (M.A.)	Coporate Tweeting. Eine empirische Analyse von Themen und Informationsaufbereitung in der Twitter-Kommunikation der HDAX-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online-PR (OPR)	(12-073)	
Mahler Daniel (Diplom)	Think Global, Act Local. Einblicke in Organisation und Strategie der Public Relations deutscher Unternehmen in den USA.	Hochschule für Musik und Theater	1995	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Mahnke Martina (Magister)	Bewegt bildkommunikation im Internet. Eine empirische Studie über die Herausforderungen von Online-Videocontent für die Presse- und Medienarbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Online-PR (OPR)	(09-043)	
Malellari, Mathias (B.A.)	KI aus einer Kommunikations- und Medienperspektive - Messung ihrer Rolle im Journalismus und Werbung: ein Literaturüberblick.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023			
Maltritz, Jana (B.A.)	Gendergerechte Sprache in der Arbeitgeberkommunikation an nicht-akademischen Personal aus Kommunikatorperspektive.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		(23-011)	
Mandel Dorit (Magister)	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)	
Mannteufel Kristin (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 Madlen (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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-039)
Martin, Michelle (M.A.)	Wissenschaftskommunikation in der Corona-Krise. Eine Analyse der Beteiligung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern am deutschsprachigen Twitter-Diskurs zur Corona-Krise.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-054)
Martinek Eva Susanne (Magister)	Der PR-Film als audiovisuelles Instrument in der Öffentlichkeitsarbeit der Touristik-, Verkehrs- und Wirtschaftsförderung. Eine Untersuchung anhand der 15 größten Städte in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Regionale PR (RPR)	(06-062)
Marzahl Lisa (Dissertation)	Umweltkommunikation im Netzwerk. Perspektiven, Interessen und Strategien im Diskurs um den Nationalpark Wattenmeer.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2018 Non Profit (NP)	
Maschmann Malen (M.A.)	Corporate Influencer in der Veränderungskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Erkenntnisse zum Einsatz von Corporate Influencern als informelle Kommunikatoren in Veränderungsprozessen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-099)
Masuhr, Lara-Antonia (B.A.)	Start-up-Kommunikation und Nachhaltigkeit. Eine Inhaltsanalyse der Nachhaltigkeitskommunikation grüner Start-ups auf Instagram.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024	(24-002)
Matern Marie (B.A.)	Storytelling im Onlinejournalismus. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zu Qualitätsjournalismus in digitalen Langformen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Internationale PR (IPR); Online-PR (OPR)	
Mattke Christian (Dissertation)	Albert Oeckl – sein Leben und Wirken für die deutsche Öffentlichkeitsarbeit.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2004	UBL: E-Book

Mattke Christian (Diplom)	PR in Stadtwerken. Eine Fallstudie am Beispiel der „Dessauer Versorgungs- und Verkehrs-gesellschaft mbH – DVV – Stadtwerke“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997 Fallstudien (F)	(97-022)
Mattner Laura (M.A.)	Einsatz von Social Media für die Polizeikommunikation. Eine Analyse des strategischen Kommunikations-managements deutscher 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	2010 Öffentliches Vertrauen (V)	
Maus, Sarah (M.A.)	Die Rolle der Internen Kommunikation im CSR-Managementprozess. Das Unterstützungspotenzial der Internen Kommunikation zur Umsetzung des CSR-Managementprozesses. Ein Framework	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-060)
Mausolf Sophie Marie (M.A.)	Diversity in der externen Unternehmenskommunikation. Eine Bestandsaufnahme der 50 umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Unternehmens- Kommunikation (UK)	(14-088)
Mayer Juliane (M.A.)	Employer Branding-Maßnahmen von PR-Agenturen in Deutschland im Internet: Eine Benchmark-Analyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Unternehmens- Kommunikation (UK)	(14-089)
Meyer Reinhardt (Diplom)	Anforderungen an Inhalt und Formen der Öffentlichkeitsarbeit staatlicher Institutionen zur Erhöhung ihrer ideologischen Wirksamkeit.	Karl-Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1972 Politische Kommunikation (PoK)	(72-078)
Mayr Peter B. (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit an Universitäten und Hochschulen. Allgemeine Analysen sowie eine Fallstudie über das kulturelle Kooperationsprojekt „Uniconmoz“ (ucm) der Universität Salzburg mit der Hochschule Mozarteum.	Universität Salzburg	1997 Fallstudien (F)	
Mayrhofer Martin (Diplom)	Werbung als Kunst – Eine künstliche, philosophische, kommunikationswissenschaftliche sowie qualitativ-empirische Annäherung. 1999.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 PR-Theorie (T)	

Mazmanyana 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	2013	Unternehmens-Kommunikation (UK)	
Meinhardt Tina (M.A.)	Studiengangmagazine als Kommunikationsinstrument für Hochschulen – Zielgruppen-segmentierung im Corporate Publishing anhand des Studienwahlprozesses von Schülerinnen und Schülern.	Leipzig School of Media	2014	Investor Relations (IR)	
Meinsen Thorsten (Magister)	Umweltschutzorientierte Öffentlichkeitsarbeit (PR) als strategische Dimension der Unternehmenskommunikation unter Berücksichtigung einer Befragung von Unternehmen und Umweltschutzorganisationen.	Freie Universität Berlin	1990	Unternehmens-Kommunikation (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.	Wirtschaftsuniversität Wien	1994	Regionale PR (RPR)	Kopie
Melzer Nicole (B.A.)	Corporate Twitter. Sinnvolles Instrument der Unternehmenskommunikation oder vorübergehender Hype?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens-Kommunikation (UK)	
Menzel Nicole (B.A.)	Mitarbeitermagazine und multimediales Nutzungsverhalten: Neue Herausforderungen durch die Generation Y?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Image (I)	(15-075)
Menzel Nora (Magister) (Oeckl)	Integrierte Regionalkommunikation. Zum Imagewandel von Industriestandorten in den neuen Bundesländern am Beispiel der Region Bitterfeld/Wolfen. Bestandsaufnahme und eine zeitlich vergleichende Inhaltsanalyse. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Regionale PR (RPR)	
Merkwitschka Fred (Dissertation)	Die auslandsinformierte Pressearbeit als wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit eines sozialistischen Unternehmens – dargestellt am Beispiel des Leipziger Messeamtes.	Karl-Marx-Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1968		(68-041)

Merx, Carolin Sophie (B.A.)	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	2020	(20-038)
Meyer Reinhard (Diplom)	Anforderungen an Formen und Inhalt der Öffentlichkeitsarbeit staatlicher Institutionen zur Erhöhung ihrer ideologischen Wirksamkeit	Karl-Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1972	(72-078)
Michael Anke (Diplom)	Public Relations und Kontrolle von PR. Eine Akzeptanzstudie am Beispiel des Kundenmagazins der Stadtwerke Leipzig. 1998.	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	2009 Konzeption (K); Lobbying (L)	
Michl, Josephine (B.A.)	Der Markenbildungsprozess bei FinTech-Startups in der Gründungsphase. Zwischen Disruption und Vertrauen – Eine qualitative Analyse	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-039)
Middelmann Julia Alexandra (Magister) (Oeckl)	Change-Kommunikation als Erfolgsfaktor für die Reduzierung von Widerständen in Change-Management-Prozessen.	Universität Lüneburg	2005 Unternehmens- Kommunikation (UK)	
Mirea, Johanna (M.A.)	Digital Nudging in der strategischen Kommunikation von Non-Profit-Organisationen. Eine Analyse zum Einsatz von digitaler Entscheidungskontexten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-027)
Möbius Sophie (M.A.)	Leadership Communication at the Middle Management Level of Industrial Enterprises. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Leadership (LEA)	
Mödlhammer Irmgard (Diplom)	Das Kommunikationsmanagement von Nonprofit-Organisationen. Bestandsaufnahme und Analyse unter kommunikations-wissenschaftlichen und interdisziplinären Gesichtspunkten.	Universität Salzburg	1998 Non Profit (NP)	
Moegelin Andreas (Magister)	Ehre und Prestige und der Öffentliche Meinung.	Universität Mainz	1986 Image (I)	
Möhle Maike (M.A.)	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 Leipzig, Institut für KMW	2011 Investor Relations (IR); Image (I)	(11-193)

Mörchen Dieter (Magister)	Krisenkommunikation bei Museen. Literaturbestandsaufnahme und Analyse von zwei Fallbeispielen in Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 Krisen-PR (KPR)	(02-016)
Morlock Maximilian (M.A.)	WAVING FLAGS – Die gesellschaftspolitische Positionierung von E-Commerce Unternehmen. Eine Untersuchung der situativen Rahmung von Corporate Advocacy am Beispiel LGBTIQ+.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-112)
Mosemann Theresa (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	2013 Image (I)	(13-007a)
Mosting Annelie (Diplom)	Entertainment Advertising. Anzeigen-Gestaltung im Zeitalter der Informationsüberlastung.	Hochschule der Künste Berlin	1991 Werbung (W)	
Mühlauer Nicole (Diplom) (Transfer)	Marketing im Jugendtourismus.	Universität Salzburg	1998 Fallstudien (F)	
Mühlberg Sandra (Magister)	Theorie und Wirklichkeit sozialis- tischer Öffentlichkeitsarbeit in der DDR. Das Beispiel Automobilindustrie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 PR-Historie (H)	(05-006)
Mühleisen Stefan (Diplom)	Umweltkommunikation als Element zukünftiger Unternehmensstrategien. Beispiel: Siemens Nixdorf Informationssysteme AG	Universität Hohenheim	1992 Fallstudien (F)	
Mülbrecht, Jeannine Saskia (M.A.)	Investor Relations Officer Roles Grid. Rollen im Berufsfeld der Investor Relations und deren Verbreitung	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-061)
Müller Andrea Bernadett (M.A.)	Monetäre Bewertung von Medien- arbeit. Bestandsaufnahme und Bewertung von Analyse- instrumenten aus der Perspektive des Kommunikations-Controllings.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Controlling (C)	
Müller Anika (B.A.)	Investor Relations und Social Media. Untersuchung der Finanz- kommunikation börsennotierter Unternehmen auf YouTube, Twitter, Facebook und SlideShare im internationalen Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Investor Relations (IR); Online-PR (OPR)	
Müller Anika (M.A.)	Der Einsatz von Apps in der Finanz- kommunikation. Innovative Weg Investor Relations in einer neuen Ära der mobilen Kommunikation?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Finanz- kommunikation (FiKo)	(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, Carolina (M.A.)	"Tue Gutes und rede darüber". Glaubwürdigkeit der Online-Nachhaltigkeitskommunikation mittelständischer Unternehmen. Eine Experimentalstudie am Beispiel der Kommunikation auf Instagram.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-044)
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	2005	Journalismus/PR (J/PR)
Müller Katrin (Magister)	Grundlagen und Perspektiven der Öffentlichkeitsarbeit von Versicherungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Öffentliches Vertrauen (V); Kampagnen (PR-K)
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	Online-PR (OPR); Politische Kommunikation (PoK)
Müller Lisa (B.A.)	Der Kommunikationsbegriff in der Betriebswirtschaftslehre. Eine Analyse aus kommunikations-wissenschaftlicher 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (F) (12-074)
Müller Martin (M.A.)	Empörungswellen in sozialen Medien. Eine Analyse des Phänomens „Shitstorm“ und seiner Auswirkungen auf das öffentliche Vertrauen in Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Öffentliches Vertrauen (V)
Müller Ulrich (Magister)	Der PR-Journalist. Ein Beitrag zur Kommunikatorforschung. (2 Bde.)	Universität Mainz	1975	Sponsoring (S)
Müller Uta (Magister)	PR von Handelsunternehmen. Literaturbestandsaufnahme und eine Unternehmensbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F) (00-052a)
Müller Uta (Magister)	Transkription der Leitfadengespräche zu „PR von Handelsunternehmen. Literaturbestandsaufnahme und eine Unternehmensbefragung.“		1999	Fallstudien (F)

Anlagenband nicht zugänglich!

Müller Wiebke (Dissertation)	Die Europaorientierte Aus- und Weiterbildung von Journalisten und Kommunikationsberuflern. Eine Bestandsaufnahme und neue Modelle.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996 Internationale PR (IPR)	UBL:97-2- 585
Mummert Uta (Magister)	Messe und mehr? Über die Nutzung der Kommunikationsplattform Messe durch kleine und mittelständische Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	(00-032)
Muxfeldt Christoph (M.A.)	Der Fall Christian Wulff. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung in der Vertrauenskrise um den Bundespräsidenten unter besonderer Berücksichtigung der Springer-Presse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Öffentliches Vertrauen (V); Fallstudien (F)	(12-075)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Nagel Robert (B.A.)	Die Diskussion um internes Corporate TV in der deutschen Kommunikationsbranche – eine von einem Hype bestimmte Berichterstattung?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Interne Unternehmenskommunikation (IUK)	(18-011)	
Nagl, Jana (M.A.)	Innovationskommunikation von Cleantech-Unternehmen. Eine empirische Untersuchung der Kommunikation nachhaltiger Innovationen erfolgreicher Cleantech-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-056)	
Nasalean Carmen Sabrina (M.A.)	Neue Wege in der HR-Kommunikation: Recruiting im mobilen Zeitalter. Eine inhalts-analytische Untersuchung von mobil-optimierten Karriere-Webseiten börsennotierter Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online-PR (OPR)	(16-085)	
Nebe Tina (M.A.)	CSR-Kommunikation aus Kundenperspektive. Fokusgruppen-interviews und Online-Befragung zur Relevanz von Facebook als Instrument der CSR-Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	CSR-Kommunikation (CSR)	(16-086)	
Nemet-schek Marco (B.A.)	Das Intranet als Medium der internen Kommunikation. Dargestellt am Beispiel der Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH (LEG Thüringen).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK)		
Neubauer Paula (B.A.)	Die Selbstdarstellung der Polizei Sachsen auf ihrem Instagram Kanal. Eine qualitative Inhaltsanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-022)	
Neubert Leah Sophie (B.A.)	Herausforderungen und Chancen der internen Kommunikation in Start-up Unternehmen. Eine systematische Literaturanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(20-095)	
Neugebauer Jessica (B.A.)	The impact of dating platforms on online safety: A case study of female students' usage patterns on digital dating platforms and their influence on online safety.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-023)	
Neukirchen Silke Alexandra von (Magister)	Auf diese Steine können Sie bauen – Business TV und Mitarbeiter-zeitschrift 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 Aufklärungs-kampagne „Gib AIDS keine Chance“ der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. Ein historischer Abriss.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Kampagnen (PR-K)		
Neutert Simone (Magister)	PR und Öffentlichkeitsarbeit von Konzerthäusern. Bestandsaufnahme und das Fallbeispiel der Philharmonie Essen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Non Profit (NP); Fallstudien (F)		
Ney, Karin Krämer, Ute; Vinzing, Gudrun	Öffentlichkeitsarbeit für Ausländerkulturarbeit. Als Beitrag zum Berlin-Image.			Konzeption (K)		
Nguyen Thuy (B.A.)	The Peso model in online marketing campaigns of start-up companies. The implementation of digital media types in start-up companies' online marketing campaigns.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022			
Nickel Mandy (Magister)	Die Rolle von Public Affairs und Lobbying als Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Bestandsaufnahme und Analyse der Public Affairs Aktivitäten am Beispiel der deutschen Energiebranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Politische Kommunikation (PoK); Lobbying (L)	(06-005)	
Nickol Theresa (B.A.)	Investor Relations und Public Relations. Eine systematische Literaturanalyse der inter-nationalen Forschung von 2001 bis 2018 zum Verhältnis der IR-Funktion und der PR-Funktion.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Investor Relations (IR)	(18-118)	

Nickol Theresa (M.A.)	Ethische Dilemmata von Corporate Influencern. Entwicklung eines Frameworks zur Analyse und Lösung ethischer Entscheidungskonflikte von kommunizierenden Mitarbeitern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-074)
Nieber Mandy (M.A.)	Die neue Rolle des Aufsichtsrates in der Kapitalmarktkommunikation. Entwicklung eines konzeptionellen Bezugsrahmens und Experten-interviews. <i>Anhang nicht zugänglich!</i>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Investor Relations (IR)	(15-114 a)
Niedtner Oliver (Magister)	Die Vorteile der Nutzung des Internets durch Non-Profit-Organisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 Non Profit (NP)	
Nikolov Nikola (Magister)	Personen PR. Image Bildung von Personen – drei Fallstudien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Image (I); Fallstudien (F)	
Nobis Paula (B.A.)	Wertekommunikation von Unternehmen – eine inhaltsanalytische Dokumentenanalyse der externen Kommunikationspraxis von Volkswagen im zeitlichen Rahmen des Abgasskandals.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Fallstudien (F)	(17-041)
Nölle Inga-Marit (M.A.)	Strategiekommunikation beim Wechsel der Unternehmensstrategie: Herausforderungen und Handlungsmöglichkeiten beim Pivot von Start-ups.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-101)
Nolte Laura	Die Festhalle Frankfurt feiert 100-jähriges Jubiläum. Entwurf eines Kommunikationskonzeptes unter besonderer Berücksichtigung der Festhalle als imagefördernder Faktor für den Standort Messe Frankfurt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Konzeption (K)	
Nothhaft Howard (Magister) (Oeckl)	Die Qualität der Qualität. Was PR-Agenturen unter Qualität verstehen. Literaturbestandsaufnahme und eine Analyse von Selbstdarstellungsmedien deutscher PR-Agenturen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 (03-003 a+b)	
Nothhaft 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 Öffentlichkeitsarbeit 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.	Universität Salzburg	2002	Journalismus/ PR (J/PR)		
Otto Daniel (B.A.)	Kompetenzen für Social Media in der Organisationskommunikation – Eine Untersuchung von Anforderungsprofilen aus theoretischer und praktischer Sicht.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online PR (OPR)	(12-059)	
Otto Janine (B.A.)	„Die Welt zu Gast bei Freunden“ – ein Konzept zur FIFA Fußballweltmeisterschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Konzeption (K)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Pape Julia (M.A.)	CEO-Positionierung auf Corporate Websites: Theoretische Zugänge und empirische Analyse der führenden Unternehmen in Deutschland und den USA. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Leadership (LEA)	(15-009 a+ b)	
Papenfuß Tina (B.A.)	Social Media Manager in Medienorganisationen. Analyse der Anforderungen an Social-Media-Verantwortliche aus Perspektive der Organisationskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online-PR (OPR)	(17-023)	
Papp Christiane (Magister)	Krisen-PR als Aufgabenfeld der Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der VNG – Verbundnetz Gas AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Krisen-PR (KPR); Fallstudien (F)		
Parsche Brigitte (M.A.)	Die „Himmelscheibe von Nebra“ – Kulturgut als Marke. (3 Bde.)	Leipzig School of Media				
Parthey Kathleen (Magister)	Das Pressefoto als adaptierte journalistische Arbeitsform der PR. Bestandsaufnahme relevanter Literatur und eine Befragung von Journalisten. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Journalismus/PR (J/PR)	(00-077 a + b)	
Pasternak Lisa (B.A.)	Mitarbeiterzeitschriften im Internetzeitalter am Beispiel der Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Online-PR (OPR)		
Paul Antonia (B.A.)	Personalisierung. Journalisten und ihre persönliche Marke auf Instagram.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Online-PR (OPR)		
Paulick Jaqueline (Magister)	Kommunale Öffentlichkeitsarbeit im Vergleich zweier Städte. Ein Vergleich zwischen Hoyerswerda & Görlitz unter Berücksichtigung des „Tages der Sachsen“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Regionale PR (RPR); Fallstudien (F)	(99-042)	
Peev Biance	Die Rolle der Krisensimulation im Krisenmanagement von Großunternehmen. Eine Bestandsaufnahme. (2 Bde.), Nur Anhang vorhanden!	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)	
Pentzold Janine (Magister)	„Krisenkommunikation 2.0“ – Dark Site, Twitter oder Facebook – Welche Möglichkeiten der Online-kommunikation werden von Unternehmen in Krisen genutzt? Literaturbestandsaufnahme, Experteninterviews und Unternehmensbefragung zum Thema Onlinekommunikation in Krisen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F); Krisen-PR (KPR)	(11-165 a +b)	
Peschel Stefanie (B.A.)	Gamification im Alltag. Die Habitualisierung funktionalen Verhaltens durch den Einsatz ausgewählter Apps.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(18-053)	
Peschke Cornelia (Magister)	Public Relations für Kinospielefilme. Eine Bestandsaufnahme der PR-Aktivitäten in der Filmbranche. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Sponsoring (S)	(03-080 a+b)	
Peters Moritz (B.A.)	„Wie berichtet das Medienmagazin ZAPP über PR-Themen?“	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Journalismus/PR (J/PR)		
Petersen Paula (M.A.)	Die Unternehmenskommunikation als Kommunikatives Stakeholder-management: 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmens- Kommunikation (UK)		

Pirouz Mani (Diplom) (Oeckl)	Anforderungen des Online-Journalismus an die Unternehmens-kommunikation. Eine Analyse zur Entwicklung von Handlungs-empfehlungen für die Praxis unternehmerischer Kommunikation mit Onlinemedien.	Hochschule für Musik und Theater Hannover	2004 Journalismus/PR (J/PR)	
Pirrwitz Harry (Magister)	Radio-PR im Internet. 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Unternehmens-Kommunikation (UK)	(16-030)
Pleil Thomas (Diplom)	Die Öffentlichkeitsarbeit mittelständischer Unternehmen. 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 (Disserta-tion)	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 Kommunikationsmanage-ment. Analyse und Optimierungspotenziale. Eine Untersuchung am Beispiel der Abteilung Unternehmens-pressen der Dr. Ing. h.c. Porsche AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Unternehmens-Kommunikation (UK)	(16-167)
Pohle Josefine (M.A.)	Interne Strategiekommunikation – Konzeptionelle Grundlagen, Chancen und Herausforderungen. (2 Bde.) Anlagenband + CD-Rom nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Interne Unter-nehmens-kommunikation (IUK)	(18-140 a)
Polenz Katrin (Magister)	Chancen und Risiken der Guerilla-Kommunikation in der Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Unternehmens-Kommunikation (UK)	
Poljak Sebastian (M.A.)	Management der Kreativität in der Kommunikationsberatung. Literaturanalyse und Experten-interviews zur Kreativität in Kommunikationsagenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Unternehmens-Kommunikation (UK)	(17-151)
Pollack Frank (Diplom)	Wettbewerbsfaktor Interne Unter-nehmenskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel eines ostdeutschen mittelständischen Unternehmens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1994 Fallstudien (F)	(95-013)
Pollscheit Christian (Magister)	Kommunikationsmanagement: Das zentrale Mittelfeld der Sportgesellschaft. Eine Bestandsaufnahme zur Public Relations von Profi-Fußballvereinen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Fallstudien (F)	(06-084)
Polzer Jörg (Diplom)	Public Relations im WWW. Potenzial und Nutzung von Unternehmens-Websites als Informations- und Kommunikationsplattform.	Otto-Friedrich-Universität Bamberg	2001 Internationale PR (IPR)	
Popenya Anastassiya (M.A.)	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)

Popp Lydia-Marie (M.A.)	Geschichte der Public Relations von Verlagen. Eine Fallstudie am Beispiel der Öffentlichkeitsarbeit des C. F. Peters Musikverlages von 1800 bis 1938. (2 Bde.) Anhang nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)	
Poppe, Laura (B.A.)	Corporate-Social-Responsibility-Kommunikation während der Corona-Pandemie. Eine inhaltsanalytische Untersuchung von Arbeitgeberaccounts auf der Social-Media-Plattform Instagram.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-025)
Porada Tamina Sophie (B.A.)	Parasoziale Interaktion auf TikTok – Inwiefern zeichnen sich parasoziale Interaktionen beziehungsweise parasoziale Beziehungen auf TikTok ab, am Beispiel von Harry Potter TikToks? Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Wirkung von parasozialer Interaktion beziehungsweise parasozialer Beziehung auf TikTok.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-026)
Pötsch Barbara (B.A.) (Oeckl)	PR und Journalismus. Erfolgsfaktoren von Pressearbeit – dargestellt am Beispiel ausgewählter Kommunikationsmaßnahmen zur Einführung der neuen Mercedes-Benz S-Klasse.	Universität Augsburg	2006	Politische Kommunikation (PoK)	
Prahm Shireen (M.A.)	Szenariotechnik im Kommunikationsmanagement. Grundlagen, Anwendungsmöglichkeiten, Grenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens-Kommunikation (UK)	(10-078)
Prase, Tilo Dr. (Habilitation)	Das Fernsehbild im kommunikativen Gebrauch. Eine semiotisch-publizistikwissenschaftliche Studie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1990		(91-05)
Preiß Andre (Diplom)	Öffentlichkeitsarbeit in Sportorganisationen – Beispiel World Cup 1991 (Windsurfen).	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Politische Kommunikation (PoK); Öffentliches Vertrauen (ÖV)	
Pritzel Karin (Magister)	Parteien-PR in Ost und West. 10 Jahre nach der deutschen Einheit. Bestandsaufnahme und Vergleich der Öffentlichkeitsarbeit der SPD-Landesverbände in Sachsen und Bayern. Anhang nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)	(02-052 a)
Pscherer Jörg (Diplom)	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.	Otto-Friedrich-Universität Bamberg	1992	Politische Kommunikation (PoK)	
Pütz Martina (Diplom)	Public Relations und Ethik. Eine Studie zum verantwortlichen Handeln in der Praxis der Öffentlichkeitsarbeit.	Hochschule der Künste Berlin	1993	Ethik (E)	

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

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

Reckling Carla (Magister)	Stardust and Publicity? Personen- PR im Unterhaltungsbereich. (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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006 Non Profit (NP); Fallstudien (F)	
Rehhahn Kerstin (Magister)	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 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 Sponsoring (S)	(01-067)
Reimann Christoph (B.A.)	Innovationsjournalismus. Konzep- tionelle Grundlagen und Herausforderungen für die Medienarbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	
Reimann Christoph (M.A.)	Die Kampagnenfähigkeit von 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Interne Unter- nehmenskom- munikation (IUK)	(15-010)
Reiner Oliver (Magister)	Kommunikation in der Klemme. Die 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 Finanzkommu- nikation: Analyse von Investor Relations- Websites börsennotierter Unternehmen im internationalen Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Investor Relations (IR); Online PR (OPR)	

Reinhardt Isabel (M.A.)	Nicht-finanzbezogene Informationen in Geschäftsberichten: Eine Zeitreihenanalyse der Kapitalmarktkommunikation in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 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	2019 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	2013 Politische Kommunikation (PoK)	
Reitner, Julian (M.A.)	Mythos Kommunikationsberatung? Erarbeitung einer Typologie von Beratungsformen und Qualitätsmerkmalen im Markt der externen Kommunikationsdienstleistungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	
Ren, Rongbin (B.A.)	Crossmediale, interne Kommunikation und die Mitarbeiterzufriedenheit vor einem interkulturellen Hintergrund.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	
Rennmann Nora (B.A.)	Framing in der Kultur-PR von Festivals. Eine Inhaltsanalyse am Beispiel der 66. Internationalen Filmfestspiele Berlin.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	(16-034)
Renz Sylvie (Magister)	Kampagnen als Reaktion auf Krisensituationen in der Ernährungskommunikation. Eine Fallstudienanalyse. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Kampagnen (PR-K)	
Repenning Sabine (Magister)	Formen und Inhalte der Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes der Europa-Union Deutschland e. V.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1994 Fallstudien (F)	(94-027)
Reschke Carolin (B.A.)	Visuelle Strategien in der Werbung. Für tierische Produkte. Eine qualitative Videoanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-097)
Rettmann Anja (Magister)	Dialogorientierte Kampagnen. Eine Fallstudie am Beispiel der Sozialkampagne „In was für einer Gesellschaft wollen wir leben?“ der Aktion Mensch.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006 Kampagnen (PR-K)	(07-094)
Reuter Anke (B.A.)	Music connects us! Ein Kommunikationskonzept für das Start-Up muxmusic.com.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	

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 Deutsche Lufthansa AG Passage.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Image (I)	
Richter Isabel (Magister)	Sustainability Communications in Unternehmen. Bestandsaufnahme der Nachhaltigkeitskommunikation und ausgewählte Beispiele.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 Unternehmens-Kommunikation (UK)	(04-099)
Richter Ina-Kathrin (M.A.)	Kommunikation im Projektmanagement. Explorative Entwicklung eines Frameworks für agile Projektmanagementkommunikation bei der BOSCH Group.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Unternehmens-Kommunikation (UK)	
Richter Susan (Magister)	Beziehungen zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Eine Fallstudie am Beispiel sächsischer Landespolitik.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Journalismus/ PR (J/PR)	(01-004)
Richter Yvonne (B.A.)	Eine Region wird zur Marke. Begleitende Kommunikationsstrategie zum Standortmarketing am Beispiel des Regionenmarketing Mitteldeutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006 Regionale PR (RPR); Konzeption (K)	(06-066)
Ridder Christopher (Oeckl) (Dissertation)	Investor Relations-Qualität: Determinanten und Wirkungen. Theoretische Konzeption mit empirischer Überprüfung für den deutschen Kapitalmarkt.	Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung Vallendar	2005 Investor Relations (IR)	
Riebel Björn (Magister)	Medienresonanzanalyse als Instrument der PR-Evaluation. Entwicklung, systematische Darstellung, Potenziale.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	(03-034)
Riedel Stephanie (B.A.)	Nachhaltigkeitsverständnis und Nachhaltigkeitskommunikation im 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 Veröffentlichten Meinung über die Grundig AG, Fürth.	Universität Erlangen-Nürnberg	1996 Fallstudien (F)	
Rieth Sabine (Diplom) (Oeckl)	Rolle und Chancen zielgerichteter Kommunikation für die Kundenorientierung öffentlicher Verwaltungen. Corporate Identity als Management-Strategie für öffentliche Verwaltungen.	Hochschule der Künste Berlin	1998 Unternehmens- Kommunikation (UK)	
Riethausen Jana (Magister) (Oeckl)	Der Mensch im Mittelpunkt. Interne Unternehmenskommunikation in Zeiten des Wandels. Die Mitarbeiterkommunikation der Unternehmensführung des <i>Axel Springer Verlags</i> hinsichtlich des im November 2001 angekündigten Personalabbaus. Eine linguistische Analyse unter den Gesichtspunkten der Verständigungsorientierung und Vertrauensbildung. (2 Bde.)	Universität Hamburg, Institut für Germanistik I	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.)	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	1997 Journalismus/ PR (J/PR)	
Rinne Elisa Marie (B.A.)	Strategische Kommunikation von humanitären Hilfsorganisationen. Eine vergleichende Analyse der Jahresberichte von Ärzte ohne Grenzen, Care, Oxfam und Save the Children im Zeitraum von 2006 bis 2015.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Non Profit (NP)	(16-065)
Risch Friederike (B.A.)	Crossmediale Unternehmenskommunikation – organisatorische Veränderungen durch Multi-Channel-Strategien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Online-PR (OPR)	
Rist Karolin Susanne (M.A.)	The Role of Communication in Organizational Identity Construction. Reconceptualizing Mead's Theory of the Self: From Individual Self-Concept to Organizational Self-Concept. New Theoretical Perspectives & Practical Implications for Communication Management.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	(13-195)
Ritschel Dirk (Magister)	Unternehmenskommunikation im Bereich Tourismus. Eine Fallstudie am Beispiel des Freizeitparks Großschönau.	Universität Leipzig, Institut für KMW	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?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	

Rockstroh Grit (Magister)	Kommunale Pressearbeit und ihr Verhältnis zum Journalismus in der Weimarer Republik und im Nationalsozialismus am Beispiel der Stadt Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 PR-Historie (H)	(04-024)
Rodrian Jessica (B.A.)	Wirklichkeitskonstruktion durch Kampagnen der Milch- und Fleischindustrie. Zur Glaubwürdigkeit von Kampagnen zum Thema Nachhaltigkeit am Beispiel der Nachhaltigkeits-Initiative von Leerdamer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	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.) Anlagenband nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Internationale PR (IPR)	
Roldán, López Alejandro (B.A.)	Instagram communication of luxury fashion companies. A qualitative content analysis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019 Unternehmens- Kommunikation (UK)	(19-119)
Ronneberger Jessica (B.A.)	Tablet statt Tablett? Wenn das iPad den Kellner ersetzt. Motive und Determinanten zur Nutzung von digitalen Bestellsystemen in der Gastronomie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-011)
Roos Christian (B.A.)	City Branding – die Marke Fußballverein als Erfolgsfaktor? Eine Fallstudie am Beispiel der Stadt Kaiserslautern und des 1. FCK.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Fallstudien (F)	(12-060)
Roos Christian (M.A.)	Social Media-Kommunikation im Strategischen Krisenmanagement. Kommunikative Online-Dialogstrategien von Unternehmen im Streikfall am Beispiel Facebook – ein inhaltsanalytischer Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Online-PR (OPR)	(16-138)
Rößler Carolin Luise (M.A.)	Das Verhältnis von Innovationskommunikation, Forschungskommunikation und Wissenschaftskommunikation. Grundlegung eines integrativen Bezugsrahmens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Theorie (PR-T)	(12-076)
Roßdeutscher Thomas (Magister)	Schweigen in der PR. Analytische Bestandsaufnahme und eine Expertenbefragung zum Phänomen Schweigen in der Pressearbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Unternehmens- Kommunikation (UK)	(12-65)

Rostek, Lea (M.A.)	Virtual Reality und Augmented Reality in der externen Unternehmenskommunikation. Qualitative Studien zum wertschöpfenden Beitrag in der PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-029)
Roters Gunnar (Magister)	Medien und die türkische Bevölkerung von Berlin (West). Eine repräsentative Studie zur Mediennutzung. (2 Bde.)	Freie Universität Berlin	o.J.	
Roth Alexander (Magister)	Werben mit der Wende – Wirtschaftskommunikation zur deutschen Einheit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001 Werbung (W)	
Rothe, Fabiola (M.A.)	Institutionalisiertes Change-Management und seine Potenziale für die Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Unternehmenskommunikation (UK)	
Röttger Ulrike (Dissertation)	Public Relations - Organisation und Profession. Empirische Befunde und theoretische Ansätze zur Öffentlichkeitsarbeit im organisationalen Kontext.	Universität Zürich	1999	
Röwer Katja (Magister)	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 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 CSR-Kommunikation (CSR)	(17-129)
Rüscher Gesa (Diplom) (Oeckl)	Investor Relations. Die Pflege der Finanz- und Meinungsmarktes von Aktiengesellschaften unter besonderer Berücksichtigung der Finanzwerbung mittels Anzeigen.	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-115)
Ruge Hildegund	Konzeption für das Kultur- und Informationszentrum der tschechischen und slowakischen Föderativen Republik in Berlin.	Berlin	1992 Konzeption (K)	
Rühle Roman (B.A.)	200 Jahre Völkerschlacht / 100 Jahre Völkerschlachtdenkmal. Ein Kommunikationskonzept zum Doppeljubiläum 2013 für die Stadt Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Regionale PR (RPR); Konzeption (K)	

Rühle Roman (M.A.)	Litigation-PR. Funktion, Selbstverständnis und Berufspraxis in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Litigation-PR (LPR)	(12-077)
Rummeni, Friederike (M.A.)	Künstliche Intelligenz in der Kommunikationsberatung – Feldstudie: Eine qualitative Analyse der individuellen Akzeptanz und Nutzung des Large Language Models Fergus von FGS Global.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024	(24-009)
Rupp Mark P. (Magister)	Mitarbeiterkommunikation und Corporate Identity: Möglichkeiten und Grenzen. Das Fallbeispiel der Johnson Controls Headliner GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (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	1999 Issue Management (IM)	(00-16)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Sack Sebastian (B.A.)	Virale Bewegtbildkommunikation auf Social-Media-Plattformen: Die Wirkung wahrgenommener Persuasionsabsicht.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017		(17-087)	
Sadowski Lisa (Diplom)	Funktion, Inhalt und Methoden der 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.	Universität Münster, Philologische Fakultät	1998	Fallstudien (F)		
Sáfrány Zsófia (M.A.)	Storytelling in der Unternehmenskommunikation bei Luxusbrands. Chancen und Grenzen der Brand Story in der Markenkommunikation.	Leipzig School of Media	2015	Unternehmenskommunikation (UK)		
Salewski Annemarie (M.A.)	Corporate Social Responsiveness im Social Web. Theoretische Zugänge und empirische Befunde zur Dialogbereitschaft führender Unternehmen in Deutschland mit ihren Stakeholdern im sozialen Netzwerk Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online PR (OPR)	(16-87)	
Sand Assia (Oeckl)	PR und der Dialogcharakter. Eine 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Öffentliches Vertrauen (ÖV)	(11-180)	
Sattler Fabian (M.A.)	Corporate Publishing im Wandel. Akzentverschiebung zu beziehungsorientierten Pull-Kommunikation im Netz? Eine empirische Untersuchung journalistisch geprägter Online-Publikationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online PR (OPR); Unternehmenskommunikation (UK)	(17-153)	
Saxinger, Fabian (M.A.)	Digital Leadership in der Unternehmenskommunikation. Eine qualitative Studie zur Führungskommunikation bei der digitalen Transformation und der Einführung von Comm Tech in Kommunikationsabteilungen deutscher Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024		(24-010)	
Schäbitz Til (B.A.)	Henne oder Ei? Richtlinien qualitative 360° -VR-Produktionen und wie diese die aktuelle Situation des Journalismus beeinflussen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020		(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	Online PR (OPR); 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	Unternehmenskommunikation (UK)	(16-155)	
Schaich, Annika Katharina (M.A.)	Visuelle Unternehmenskommunikation. Eine empirische Analyse von Inhalten und Darstellungsstrategien der umsatzstärksten Unternehmen und erfolgreichsten Start-ups aus Deutschland und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmenskommunikation (UK)	(16-139)	
Schaller Lars (Magister)	Verbandskommunikation in den neuen Bundesländern. Eine Analyse der externen Kommunikation ostdeutscher Unternehmerverbände.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)	(10-114)	
Schäfer Madlen (Magister)	Internationale Politische PR. Ein Vergleich zwischen Deutschland und Großbritannien am Beispiel Der Abteilung Ausland des BPA und des Information Department des FCO.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Internationale PR (IPR); Politische Kommunikation (PoK)	(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	Unternehmenskommunikation (UK)		
Scheibe Frank (B.A.)	Wachsende Vielfalt – Vielfalt in Gefahr. Entwicklung eines geschlossenen TV-Empfängergerätemarktes im Zuge der Digitalisierung, seine möglichen Auswirkungen und die kommunikative Gegensteuerung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (UK); Konzeption (K)		
Scheper, Ann-Kathrin (M.A.)	Corporate Activism im Kontext des Employer Branding. Eine empirische Experimentalstudie zum Einfluss der gesellschaftspolitischen Positionierung von Unternehmen auf die wahrgenommene Arbeitgeberattraktivität bei potenziellen Bewerbern der Generation Z und den zugrunde liegenden Wirkmechanismen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023		(23-046 K)	
Schepers Tanja (Magister)	Imagegestaltung zwischen Werbung und PR. Zur Entwicklungsgeschichte der Anzeigenkampagne am Beispiel der Henkel KgaA.	Ruhr Universität Bochum	2001	Fallstudien (F)		

Scher-hauer 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	Unternehmenskommunikation (UK); Werbung (W)	(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 Automobil-unternehmen. Eine Evaluation der Pressemitteilungen von Audi, BMW, Daimler Chrysler und Volkswagen.	Katholische Universität Eichstätt	2000	Fallstudien (F)	
Scheit-hauer 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 Innovationsschwerpunkt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Wissenschafts- und Innovationskommunikation (WIK); Fallstudien (F)	
Schelten-Peterssen, Constanze (B.A.)	Kompetenzen für die Social-Media-Kommunikation. Eine Analyse der Inhalte von Qualifikationsangeboten für Kommunikationsverantwortliche in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online PR (OPR)	
Schelten-Peterssen, Constanze (M.A.)	Spezifika und Herausforderungen der Startup-Kommunikation. Literaturbestandsaufnahme und Experteninterviews zur Entwicklung eines konzeptionellen Bezugsrahmens. (2 Bde.) Interviewband nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Start-Up-Kommunikation (ST-K)	(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	Fallstudien (F)	(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 Politikwissenschaft	2004	Politische Kommunikation (PoK)	
Schirmacher, Mandy (Magister)	Die Kommunikation von Corporate Governance als Aufgabe der Investor Relations. Quantitative Inhaltsanalyse der Kommunikation von Corporate Governance auf den Internetseiten deutscher börsennotierter Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	(05-018)
Schleiter Astrid (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit und Wirtschaftsförderung. Eine Fallstudie am Beispiel des Business and Innovation Centre Nordthüringen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	Fallstudien (F)	(96-037)
Schlenz Julia S. (Diplom)	Der Einfluss von Macht auf den Grad der Adaptionleistung der Systeme Public Relations und Journalismus. Ein Modifikations-vorschlag des Intereffikations-Modells am Beispiel der Formel 1.	Universität Wien, Institut für Publizistik und KMW	2002	Theorie (PR-T); Fallstudien (F)	
Schließmann, Andreas (Diplom)	Eine Frage der Transparenz? Eine berufsethische Betrachtung von Medienpartnerschaften am Beispiel der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft.	Hochschule Darmstadt	2008	Fallstudien (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 dialogorientierter Öffentlichkeitsarbeit. Deutsche Lebensmittel-unternehmen im Umgang mit kritischen Anspruchsgruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Issues Management (IM)	(07-061)
Schmidt Ann-Katrin (M.A.)	Angriffskampagnen aktivistischer Stakeholder. Eine Mehrmethoden-studie zum Krisenpotenzial aktivistischer Stakeholder (Non-Profit) 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	2015	Unternehmenskommunikation (UK)	
Schmidt Dana (Magister)	Die Öffentlichkeitsarbeit von Ministerien. Eine Bestandsaufnahme am Beispiel des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (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 Commerz-bank 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).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Journalismus/PR (I/PR)	
Schmidtke Anett (Magister)	Die Bedeutung des Kommunikationsinstruments „Stadtzeitschrift“ für die Imagegenerierung von Städten und die Positionierung einer Stadt als Marke.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Regionale PR (RPR); Image (I)	12-066 a +b)
Schmidtke Reimar (Magister)	Die Interdependenzen zwischen PR und Journalismus. Eine kombinierte Medienresonanz-, Input-Output-Analyse am Beispiel des Mittel-deutschen Rundfunk. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Journalismus/PR (I/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	Universität Leipzig, Lehrstuhl für Politikwissenschaft	2009 Lobbying (L); Regionale PR (RPR)	
Schmiech, Yannick (M.A.)	Corporate Reporting – Potenziale für das Kommunikationsmanagement. Framework und Fallbeispiele zur Integration der Unternehmensberichterstattung	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-066)
Schmiedgen Peter (M.A.)	Innovationskommunikation als Grundlage für die erfolgreiche Positionierung von Branchen-clustern. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Untersuchung am Beispiel von Silicon Saxony.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Regionale PR (RPR)	(11-191)
Schmigalle Petra (Magister)	PR-Kampagnen für Kinder und Jugendliche. Literaturbestandsaufnahme und eine Analyse von drei Beispielkampagnen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Kampagnen (PR-K)	
Schneider Anne (Magister)	E-Government in Deutschland – Dialogorientierte Öffentlichkeitsarbeit von deutschen Kommunen mit Hilfe des Internet.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Regionale PR (RPR)	(04-073)
Schneider Annett (Magister)	Kommunale Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Leipzig. Eine Input/Output-Analyse am Beispiel von Pressekonferenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Regionale PR (RPR)	(99-024) nur Anhang vorhanden
Schneider Carina (B.A.)	Sharing Economy: Chance oder Gefahr für den Arbeitnehmer?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(17-044)
Schneider Claudia (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit als Mittel der Interessendurchsetzung.	Universität Augsburg	1993	
Schneider Kira (M.A.)	Internationale Kommunikation deutscher Unternehmen und ihre lokale Kommunikationsfunktion in Russland: Strategische Ausrichtung und Exzellenz der Kommunikationseinheiten vor Ort. Einfluss der Rahmenbedingungen. Status quo am Beispiel der ausgewählten Branchen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Internationale PR (IPR)	
Schneider Lena (M.A.)	Unternehmenskommunikation und Polyphonie – Interdisziplinäre Grundlagen und konzeptionelle Perspektiven.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Unternehmenskommunikation (UK)	(16-088)
Schneider Michael (Magister)	Partizipation und Technik. Legitimationsoptionen für die Technologiepolitik.	Universität Leipzig, Lehrstuhl für Politikwissenschaft	2007 Politische Kommunikation (PoK)	
Schneider Nicole (Magister) (Transfer)	Trailer machen Quote. Analyse und Vergleich der Formate inner-programmlicher 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	2019 Start-up Kommunikation	
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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Fallstudien (F); Ethik (E)	
Schödel Marcus-Christian (Magister)	Hofberichterstatte oder kritische Instanz? Der Umgang des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit PR-Informationen der Bundesregierung. Eine Medienresonanzanalyse am Beispiel des Nachrichtenradios MDR INFO.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Journalismus/PR (I/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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Unternehmenskommunikation (UK)	
Schönbrunn Ingo (Magister) (Oeckl)	Die Relevanz von symmetrischer Kommunikation und von Teilöffentlichkeiten im innerbetrieblichen Kommunikationsprozeß. Der Flughafen Dresden als Fallstudie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Fallstudien (F)	(00-017)
Schönefeld Julia (Magister) (Oeckl)	Kunstförderung als Instrument innerhalb des Kommunikationsmanagements. Eine Fallstudie am Beispiel. Des Projekts, Kunst in der Leipziger Messe“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Fallstudien (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	2011 Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (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	1998 PR-Historie (H)	
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	2005 Werbung (W); Fallstudien (F)	
Schopf Stephanie Franziska (M.A.)	Mentoring als Instrument der Personalentwicklung in Kommunikationsagenturen. Theoretische Modellierung und empirische Bestandsaufnahme von Mentoring in Kommunikationsagenturen in Deutschland. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Kampagnen (PR-K)	(18-144 a+b)
Schott Jessica (M.A.)	Digital Public Affairs. Anwendungsmöglichkeiten und Erscheinungsformen von Online-Kommunikation im Rahmen von Public Affairs-Aktivitäten von Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Online PR (OPR)	(15-117)
Schottmüller Veronika (M.A.)	Unternehmenskommunikation und B-to-B-Kommunikation. Analytische Grundlagen und Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für Interflex Datensysteme GmbH & Co. KG.	Leipzig School of Media	2016 Unternehmenskommunikation (UK)	
Schrader Janet (B.A.)	Medienstandort Halle? Ein Kommunikationskonzept für das Mitteldeutsche Multimediazentrum Halle.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	
Schramm Dana Melanie (M.A.)	Social Media Newsrooms – Konzeptionelle Grundlagen und empirische Befunde in Deutschland, dem Vereinigten Königreich und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Online PR (OPR)	(12-079)
Schreiber Achim (Magister) (Transfer)	Business-TV als Instrument interner Kommunikation von Unternehmen.	Johannes Gutenberg-Universität Mainz	1998 Unternehmenskommunikation (UK)	
Schreiber Selina (M.A.)	Fundraising-Kommunikation von Non-Profit-Organisationen im Social Web. Eine inhaltsanalytische Betrachtung des dialogischen Beziehungsaufbaus deutscher Non-Profit-Organisationen mit ihren Spendern bei Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Non Profit (NP)	(18-158)
Schreiber Yvonne (Magister)	Corporate Identity und Images von Medienunternehmen. Eine Fallstudie am Beispiel des lokalen Fernsehprogramms Eilenburg-TV.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Image (I)	
Schreier Kerstin (Magister)	Auffallen um jeden Preis? Die Kampagne des Unternehmens Benetton: gesellschaftliches Umfeld, normative Grundlagen, Kampagnenanalyse und qualitative Medienresonanzanalyse.	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	(15-077)
Schreyer Carolin (B.A.)	Social Media als Einflussfaktor auf die Geschäftsberichterstattung. Eine vergleichende Potenzialanalyse von Web-2.0-Anwendungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Online PR (OPR)	(13-064)
Schuchard Luisa (B.A.)	Der Beitrag strategischer Kommunikation zu der Wertschöpfung von Start-ups. Eine systematische Analyse der Fachliteratur zur Entwicklung eines Referenzmodells.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-045)
Schuckwering, Petra (Dissertation)	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 Unternehmenskommunikation (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 Landtagswahlkampfes 2004.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Journalismus/PR (J/PR); Fallstudien (F)	(06-031)
Schultz Alexander (Magister)	Das Corporate Intranet als Instrument des internen Kommunikationsmanagements von Unternehmen. Bestandsaufnahme, Expertenbefragung und inhaltsanalytische Vergleichsstudie anhand ausgewählter Unternehmen des ÖPNV.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	(06-010)
Schulz Sabine (Magister)	PR-Konzeption im Rahmen integrierter Kommunikation.	Universität Lüneburg	1999 Konzeption (K)	
Schulze Stefanie (B.A.)	Zuständigkeiten für Social Media in der Organisationskommunikation – Eine Untersuchung von Kooperationsmodellen in Theorie und Praxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Online PR (OPR)	(13-066)

Schumann Sandra (M.A.)	Macht und Einfluss als Dimensionen der Unternehmenskommunikation. Eine Klärung des Verhältnisses von Macht, Einfluss und Unternehmenskommunikation durch soziologische Machtkonzepte.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Unternehmens- kommunikation (UK)	(12-80)
Schurig Susann (Magister)	Vertrauen in der internen Organisationskommunikation des Universitätsklinikums Dresden. Eine empirische Untersuchung von Vertrauen an Schnittstellen auf der horizontalen Ebene des Managements sowie deren Kommunikations- und Informationsprozesse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Regionale PR (RPR); Öffentliches Vertrauen (V)	
Schuster Marie-Sophie (M.A.)	Vertrauen und Employee Engagement in der internen Kommunikation. Eine theoretische Modellierung und Entwicklung eines Instruments.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-109)
Schwahn Matthias (Diplom)	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	1993 Fallstudien (F); Non Profit (NP)	
Schwarz Bettina (Magister) (Oeckl)	Das Image der Unternehmen Hoechst AG und Bayer AG. Eine textlinguistische Analyse ihrer französischsprachigen Anzeigen.	Freie Universität Berlin	1999 Image (I)	
Schwarz Clara (Magister)	Zwischen Standardisierung und Differenzierung. Die Organisation internationaler Unternehmenskommunikation am Fallbeispiel COMPAREX.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Unternehmens- kommunikation (UK)	
Schwarz Clara (B.A.)	Ein Kommunikationskonzept für das Independent-Label Ahornfelder unter Berücksichtigung von Guerilla-Maßnahmen. PR für kleine Budgets.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	(09-026)
Schwarze, Birgit; Tucholski- Schmidt, Susanne; Wolf, Hartmut Schwede Katrin (B.A.)	Weimar, Wiege der Klassik, im Blickpunkt moderner Public Relations. Eine PR-Konzeption für die Entwicklungsgesellschaft Weimar mbH.	Dt. Angestellten Akad. Gelsenkirchen	1991 Konzeption (K)	
Schweier Rebecca (M.A.)	Mikro-Blogging als Instrument der Unternehmenskommunikation. Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Online PR (OPR); Unternehmens- kommunikation (UK)	
Seele Nicola (B.A.)	„Greenwashing“ – Phänomen der PR-Kritik. Analytische Bestandsaufnahme und Fallstudien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Fallstudien (F); Theorie (PR-T)	(12-011)
Seeling Stefan (Dissertation)	Die Macht der Bilder- Wie Risiko im Fernsehen sichtbar wird, am Beispiel Fracking.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	
Seete Maik (M.A.)	Organisierte Interessen und öffentliche Kommunikation. Eine Analyse ihrer Beziehungen im deutschen Kaiserreich (1871 – 1914).	Universität Bamberg	1994 PR-Historie (H)	UBL: AP 23210 S452
Seidel Udo Seidenglanz René (Magister)	Das Intereffikationsmodell unter dem Einfluss des Social Web. Analyse und Weiterentwicklung am Beispiel der Automobilherstellerbranche. Anhang nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Journalismus/PR (J/PR); Online PR (OPR)	(13-082 a)
Seidl Vanessa (Magister)	Leipzig im Keller – Kommunikationsreihe in Auerbachs Keller. Im Mittelpunkt: der Mittelstand.	Leipzig	1993 Konzeption (K)	
Seifert Alexander (Magister)	Das Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus im Kontext von Variablen – Darstellung, Modellentwicklung und Studie zur Wirkung ausgewählter Variablen in einzelnen Dimensionen bzw. Bereichen auf Basis eines Intereffikations-Variablen-Modells.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Journalismus/PR (J/PR)	(03-025)
Seifert Kristina (Magister)	Das Image einer Stadt und dessen Einfluss auf den Städtetourismus im Vergleich von vier Großstädten in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 Image (I)	(04-015)
Seiffert Jens (Magister)	Interne Unternehmenskommunikation in der Siemens AG. Eine Untersuchung am Beispiel der Abteilung I&S IS SC NO LPZ.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Unternehmens- kommunikation (UK)	(05-026)
Seiffert Jens (Magister)	Der Mitarbeiter im Mittelpunkt der internen PR. Eine Untersuchung der Mitarbeiterkommunikation der Elf Oil Deutschland GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Fallstudien (F)	(00-066)
Seiffert Jens (Dissertation)	PR-Forschung zwischen Theorie und Praxis – Analyse einer Beziehung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Theorie (PR-T)	(08-010)
Seitz Gabriele (Diplom.)	Vertrauen in der Mediengesellschaft. Eine theoretische und empirische Analyse.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2013 Öffentliches Vertrauen (ÖV)	UBL: E-Book
Senft, Isa (M.A.)	Die Wahlwerbespots im Bundestagswahlkampf 1990. Interpretative Analyse und Rezeption: Zur Politik im Fernsehzeitalter	Universität Bamberg, Institut für Germanistik	1993	
Senger Ines (Magister)	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)
Serbe Diana (B.A.)	Social Software als Instrument der Wissenskommunikation. Chancen und Risiken für die interne Wissensgenerierung und den Wissensaustausch durch die Einführung eines Wikis und Weblogs bei ABB.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Unternehmens- kommunikation (UK)	(09-058)
	Mitarbeiter im Internetzeitalter am Beispiel der Mineralölbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Interne Unternehmens- Kommunikation (IUK)	

Seyffert, Henry (B.A.)	Der Einfluss von sozialen Normen und Gruppendynamiken auf politisch motiviertes Konsumverhalten - Eine qualitative Untersuchung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	
Sherzada Mushda (M.A.)	Unternehmenskommunikation aus Perspektive der Unternehmens-führung. Wissen, Erfahrungen und Erwartungen von Vorständen und Geschäftsführern deutscher Unternehmen zur strategischen Kommunikation mit Stakeholdern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens-kommunikation (UK) (13-084)
Shen Yingjia (B.A.)	Ratings zur Qualitätsbewertung der Finanzkommunikation: Grundlagen, Bestandsaufnahme und ein weltweiter Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Investor Relations (IR)
Shoukry Metry, Bahi George (M.A.)	Public Relations in the Arab World. The Case of Corporate PR in Multinational and Local Companies in Egypt. A qualitative study.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Internationale PR (IPR) (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	2013	Investor Relations (IR)
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	2012	Theorie (PR-T)
Siegel Kristin (M.A.)	Strategische Kommunikation von Mediatoren für zivilgesellschaftliche Akzeptanz von Verhandlungen zwischen Staaten im Konflikt. Konzeption eines Forschungsrahmens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	(15-118)
Siegmund Eva (Magister)	Bewegtbildkommunikation in der Online-Medienarbeit der HDAX-Unternehmen: Konzeptionelle Grundlagen und empirische Untersuchung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online PR (OPR); Konzeption (K)
Silberhorn Daniel (Oeckl)	Defining CSR in Germany and the UK. A corporate perspective on notion, rationale and influences.	Manchester Metropolitan Univ.	2005	Theorie (PR-T); Fallstudien (F)
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	2002	Fallstudien (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	2012	Internationale PR (IPR) (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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F) (02-035)
Skala Silke (Diplom) (Oeckl)	Public Relations von Schulen. Öffentlichkeitsarbeit als Erfolgsfaktor schulischer Selbstdarstellung. Zur Notwendigkeit der Selbstdarstellung öffentlicher Schulen und zu den Rahmenbedingungen professioneller Öffentlichkeitsarbeit im Feld Schule ausgehend von den diesbezüglichen Gegebenheiten allgemein in Wirtschaft und Gesellschaft.	FH für Technik und Wirtschaft Berlin	2005	Non Profit (NP)
Skawinska Izabela Anna (B.A.)	Wenn man vom Wolfe spricht. Konzeptionelle Überlegung für den Artenschutz am Beispiel von Wolfsschutzkampagnen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Kampagnen (PR-K) (07-124)
Slakova Maria (B.A.)	Das Verhältnis von Public Relations und Journalismus – am Beispiel der Nonprofit-Organisation Ärzte ohne Grenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Journalismus/PR (J/PR)
Smetanin Anja (Magister)	Die Öffentlichkeitsarbeit von leistungsorientierten Sportvereinen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	
Smirek Katja (Magister) (Oeckl)	Politische Kommunikation und öffentliches Vertrauen. Der Fall Biedenkopf 2001. (Rekonstruktion und Inhaltsanalyse).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Theorie (PR-T); Fallstudien (F) (06-026)
Sommer Christian (Magister) (Oeckl)	Im Brennpunkt der Öffentlichkeit: Florian Gersters Vertrauens-problem. Eine Fallstudie zur Berateraffäre 2003/2004.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Theorie (PR-T); Fallstudien (F) (05-056)
Sommer Vivienne (M.A.)	Die Genese des Privaten im Digitalkapitalismus.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	
Sorgau Klaus-Peter (Magister)	Die Leipziger PR-Branche. Eine aktuelle Bestandsaufnahme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	Fallstudien (F) (98-070)
Spanier Bernd (Magister)	Media and Politics in the UK. Who are the real Spin Doctors?	Universität Mainz	2002	Politische Kommunikation (PoK)
Speidel, Hella-Louise (B.A.)	Der Wirecard- Skandal in den Medien. Die Auswirkungen medialer Online-Berichterstattung auf Aktienkursverläufe am Beispiel der Wirecard AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-047)
Spengler Patrick (Magister)	Politische Kommunikation und Lüge. Theoretisch-analytische Grundlagen und eine Fallstudie (Andrea Ypsilanti).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Öffentliches Vertrauen (V) (10-116)

Spitzer Jasmin (M.A.)	Visuelle Online-Kommunikation in der Politik. Eine inhalts-analytische Untersuchung des Inszenierung ausgewählter Regierungschefs auf Instagram.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Politische Kommunikation (PoK); Online- Kommunikation	(18-159)
Sponholz Liriam (Dissertation)	Objektivität im Journalismus. Begriffe und Praxis in Brasilien und Deutschland.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen-schaften und Philosophie	2007 Internationale PR (IPR)	UBL:01H- 2008-210
Sporis Ecaterina (B.A.)	Historische Entwicklung der Instrumente zur Mitarbeiter-kommunikation im deutsch-sprachigen Raum. Darstellung des Diskurses im Praxis-Journal „PR-MAGAZIN“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Interne Unternehmens- Kommunikation (IUK)	
Sprink Henrik (Magister)	Integriertes Kommunikation- smanagement als Erfolgsfaktor für MarkenPR? Literaturbestands- aufnahme und Analyse von Beispielen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Unternehmens- kommunikation (UK)	(08-027)
Staaek Lilli Charlotte (M.A.)	Kommunikation von Innovation in der deutschen Versicherungs-wirtschaft. Eine empirische Untersuchung von Strategie und Umsetzung entlang des Innovationsprozesses.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Wissenschafts- und Innovations- Kommunikation (WIK)	(18-146)
Stalder Simona (M.A.)	Der Einsatz von Social Media in der Öffentlichkeitsarbeit von Schweizer Hochschulen – Motive, Risiken, Erfahrungswerte.	Leipzig School of Media	2012 Online PR (OPR)	
Steglich Laura (B.A.)	Chatbots in der Unternehmens- kommunikation - Eine Analyse von möglichen Anwendungsmöglichkeiten in der internen Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	(19-081)
Steglich, Laura (M.A.)	Corporate Purpose in der Unternehmenskommunikation. Eine Analyse der Kommunikation des 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	1997 Fallstudien (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	2018 Öffentliches Vertrauen (ÖV)	(18-147)
Steinmann Magdalena- Tabea A. (B.A.)	Die Kommunikation nachhaltiger Startups auf Instagram. Eine qualitative Inhaltsanalyse ausgewählter Profile.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	(20-100)
Stelzner Karen (Magister)	Die Berufschancen von Absolventen mit Schwerpunkt Öffentlichkeits-arbeit/PR an der Universität Leipzig vor dem Hintergrund der Professionalisierung des Berufsfeldes.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	(07-098)
Stephan Erik (B.A.)	Politische Desinformation und die Verbreitung von Falschmeldungen mittels Social Bots in sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter. Eine Untersuchung der Berichterstattung der 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)
Steude Cornelia (Magister)	Event-PR als PR-Instrument für öffentlich-rechtliche Rundfunk-anstalten. 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 Innovations- kommunikation für die interaktive Wertschöpfung deutscher Automobilhersteller.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018 Wissenschafts- und Innovations- Kommunikation (WIK)	(18-097)
Stöcker Katja (Magister)	Der Internet Press Room als Schnittstelle zwischen PR und Journalismus. Eine Untersuchung von Internet Press Rooms der am deutschen Markt aktiven Mobiltelefon- Hersteller .	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 Online PR (OPR); Fallstudien (F))	(04-051)
Stockfisch Christina (Disserta-tion)	PR-Akteure, journalistische Akteure und ihre Beziehungen in der externen Gewerkschafts-kommunikation. Eine Analyse des Spannungsfeldes zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus auf Basis des Intereffikationsmodells.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen-schaften und Philosophie	2004 Journalismus/PR (I/PR)	UBL: 01H- 2005-604
Stolenow Sascha (M.A.)	Perspektiven für den Einsatz von Corporate TV im Rahmen eines integrierten Kommunikations- managements 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Internationale PR (IPR); Politische Kommunikation (PoK)	
Storozhuk, Yuliia (B.A.)	Imageaufbau von Luxusmarken durch den Einsatz des Product Placements. Eine qualitative Untersuchung des Einflusses des Product Placements von Luxusmarken auf ihr Image an dem 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	2010 Politische Kommunikation (PoK)	
Strauch Katrin (Magister)	Sächsische Kommunen im Internet. Bestandsaufnahme und Fallstudien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Fallstudien (F)	
Strejcek Sindy (B.A.)	Investor Relations und Social Media: Benchmark-Studie zur Finanzkommunikation von Aktiengesellschaften auf YouTube, Twitter, Facebook und SlideShare.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Investor Relations (IR)	(11-113)
Strenger Annett (Magister)	Sport sponsoring als Teil der Unternehmenskommunikation. Eine Befragung von Sponsoren des deutschen Profi-Radsports sowie Fallstudien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Sponsoring (S)	
Strizhak, Zhanna (B.A.)	Die Wahrnehmung von personalisierter Online-Werbung auf Instagram durch junge Erwachsene. Eine qualitative 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	2017 Unternehmens- kommunikation (UK)	(17-069)
Strunz Robert (Magister)	Das Kommunikationskonzept als Grundlage strategischer Zielgruppensicherung und -erweiterung am Beispiel des Reader's Digest.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 Konzeption (K)	(04-106)
Struve Simone (Magister)	Investor Relations als Teilfeld der PR. Eine Literaturlaufnahme und ein empirischer Vergleich der Investor Relations börsennotierter Unternehmen des Deutschen Aktienindex und des Neuen Marktes.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Investor Relations (IR)	(02-002)
Sturm Karin E. (Diplom)	Theorie und Praxis verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit. Überlegungen über einen möglichen Beitrag zur Lösung von Kommunikationsproblemen der österreichischen Psychiatrie.	Universität Salzburg	1993 Theorie (PR-T)	
Stützer Matthias (B.A.)	Die katholische Kirche im Social Web. Eine Analyse der öffentlichen Kommunikation der Diözesen auf Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Online PR (OPR)	
Sudendorf 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	2010 Journalismus/PR (I/PR)	
Számadó, Eszter (M.A.)	Rollenbasiertes Arbeiten und Resilienz in der Unternehmenskommunikation der GIZ. Potenziale und Optimierungsmöglichkeiten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-031 a+b)
Sziburies Ina (Magister)	Public Relations öffentlicher Betriebe im Spannungsfeld zwischen Standortmarketing und Regional-PR. Eine Fallstudie am Beispiel der Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998 Regionale PR (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.	Universität Leipzig, Historisches Seminar	1997	PR-Historie (H)		
Tasyürek Catharina Nalan (M.A.)	Ist Krisenkommunikation Chefsache? Die Wirkung der CEO-Positionierung in vermeidbaren Krisen: Ein Experiment.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Krisen-PR (KPR)	(16-093)	
Taute Viviann (B.A.)	Rolle von Framing bei Covid-19-Desinformation in sozialen Medien. Eine qualitative Inhaltsanalyse der Funktionen statischer Bilder für die Frames in deutschsprachiger Des- und Misinformation zu Covid-19.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-092)	
Tengler, Katharina (M.A.)	Strategische Gründerpositionierung in der Investorenkommunikation von Start-ups. Eine empirische Untersuchung der Gründerpositionierung als Teil der Equity Story von Start-ups.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Start-up Kommunikation	(19-139)	
Tepluchina Natalia (B.A.)	Nationenimages und internationale politische PR – Eine Fallstudie am Beispiel des Russlandbildes in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Image (I)		
Tetzel, Milo Hannah (B.A.)	Politische Partizipation in geschlossenen digitalen Räumen. Eine qualitative Analyse der Formen und Nutzungsmotive junger Erwachsenen 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1995	Fallstudien (F)	(95-033)	
Thein Anna-Maria (M.A.)	Herausforderung Ehrenamt: Die Verbandskommunikation mit ehrenamtlichen Mitgliedern als Herausforderung für das Kommunikationsmanagement von zivilgesellschaftlichen Verbänden. Eine analytische Bestandsaufnahme und konzeptionelle Überlegungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014		(14-147)	
Theissen Caroline (Magister)	Kultursponsoring als Kommunikationsinstrument. Eine empirische Studie aus der Sicht von gesponserten Berliner Kulturinstitutionen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Sponsoring (S)	(02-026)	
Thelen Paulo Govinda (B.A.)	Influencer Marketing aus der 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Öffentliches Vertrauen (V)	(11-178)	
Thießßen Ansgar (Diplom)	Strategische Kommunikation oder unreflektiertes Zweckbündnis? – Das Verhältnis zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus in Krisen.	Universität Ilmenau	2007	Journalismus / PR (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 Universitäten in Theorie und Praxis.	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 Kapitalmarkt-kommunikation. 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)	
Thurrow 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	2009	Image (I); Unternehmenskommunikation (UK)		
Thurrow 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	Politische Kommunikation (PoK); Fallstudien (F)	(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. (Anlagenband Sperrvermerk)	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 Unternehmenskommunikation (UK)	(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 „Advertisment“ 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 Unternehmenskommunikation (UK); Online-PR (OPR)	(18-150)
Troll, Holger; Schneider, Klaus; Steinhuber, Uwe	Wismut 2000? Eine PR-Konzeption für die Wismut AG.	PR-Akademie Wiesbaden	1991 Konzeption (K)	
Tropp Jörg (Habilitation)	Der Brand Management Navigator. Konzeption und Leitfaden des systemischen Markenmanagements.	Martin-Luther-Universität	2002 Konzeption (K)	
Troppe Melanie (M.A.)	Arbeitsbelastungen in der Unternehmenskommunikation. Formen, Einflussfaktoren und Möglichkeiten der Prävention.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Unternehmenskommunikation (UK)	(16-141)
Tropper Melanie (B.A.)	Corporate Media von Kommunen. Handlungsempfehlungen zur Umgestaltung des Leipziger Amtsblatt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Journalismus / PR (J/PR)	(14-097)
Truijens Ingola Katja (Magister)	Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Schillernder Modebegriff oder richtungsweisendes Kommunikationskonzept? Eine kritische Auseinandersetzung.	Universität Münster	1998 Unternehmenskommunikation (UK)	
Tsakalidis, 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 Unternehmenskommunikation: Die Entwicklung eines Leitfadens einer Social-Media-Strategie für Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Unternehmenskommunikation (UK); Online-PR (OPR)	(11-115)
Tusl, Sabine	Corporate Identity als Instrument der Unternehmensdarstellung – eine Kritik		2000 Unternehmenskommunikation (UK)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Uhlig Mathias (B.A.)	Integrierte Kommunikation: Vision oder Wirklichkeit? Das Fallbeispiel Lufthansa Cargo AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)		
Ulrich Romy-Marie (M.A.)	Vertrauen in der Influencer Kommunikation. Eine empirische Analyse zur Vertrauens- zuschreibung von Rezipienten in Social Media Influencer aus dem Bereich Beauty & Lifestyle.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Online PR (OPR); Öffentliches Vertrauen (V)	(18-151)	
Umlauf Marianne (B.A.)	Leuchtturm oder Labyrinth? Eine Analyse des Personalmarketings auf 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 Zukunftspotenzialen des Kommunikations-Controllings aus Sicht von Kommunikationspraktikern in deutschen Unternehmen.	Freie Universität Berlin	2006	Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (F)		

Vollmann Anka (Magister) (Oeckl Von Oehsen Hendrik Oliver (Magister) Von Kageneck Peter (M.A.)	Dialogkonzepte in der Unternehmenskommunikation und ihre Anwendung (2 Bde.) Lobbying in Berlin. Theoretische Bestandsaufnahme und explorative Untersuchung des Berufsfelds. Positionierung von Vorständen in Geschäftsberichten. Theoretisches Modell und empirische Studie.	Freie Universität Berlin Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig, Institut für KMW	1997 Unternehmenskommunikation (UK) 2007 Lobbying (L) 2018 Finanzkommunikation (FiKo); Unternehmenskommunikation (UK)	(07-091) (18-071)
Vogel Kristin (Magister) Vogt Sandra (Magister)	Corporate Social Responsibility – ein fester Bestandteil deutscher Unternehmenspolitik? Das Nationenimage Chinas in der deutschen Presse. Eine Inhaltsanalyse am Beispiel der Expo 2010 in Shanghai.	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig, Institut für KMW	2003 Unternehmenskommunikation (UK) 2011 Image (I)	(04-031) (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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Internationale PR (IPR)		
Walinda Tina (B.A.)	Freistil Film. Eine PR-Konzeption für den Dokumentarfilm vor dem Hintergrund einer fortschreitenden Formatstandardisierung der Medien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Konzeption (K)		
Wallrafen Volker (Magister)	Verführung in eigener Sache. 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)		
Wappes, Theresa (B.A.)	Social-Media-Storytelling von Nonprofit-Organisationen. Gesichtenerzählen als Kommunikationsinstrument im Dritten Sektor.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024		(24-003)	
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 Unternehmens-Kommunikation (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“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-016)
Wehinger Birgit (B.A.)	Eröffnung – und dann? Ein mittelfristiges Kommunikations-konzept zur Stabilisierung von Besucherzahlen am Beispiel des GRASSI Museums für Angewandte Kunst Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Konzeption (K) (08-025)
Wehmeier Stefan (Habilitation)	Public Relations: Status und Zukunft eines Forschungsfelds.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Theorie (PR-T)
Wehnert Jenny (M.A.)	Die Nutzung von Corporate Media für die innerbetriebliche Kommunikation eines Betriebsrats.	Leipzig School of Media	2015	Konzeption (K)
Wehren Birthe-Doris (Magister)	Effizienz durch Kompetenz? Kommunale Pressearbeit und ihre Resonanz In der Lokalberichterstattung. Eine exemplarische Inhaltsanalyse.	Universität Münster	1997	Regionale PR (RPR)
Weick, Marion	Beethoven: Ein Verein engagiert sich. PR-Konzeption für den Verein Beethoven-Haus.	Deutsche Angestellten Akademie, Bonn	1995	Konzeption (K)
Weidauer Sabrina Michelette (B.A.)	Public Relations and Communication Management. An overview of the current State of the Art.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Unternehmens-Kommunikation (UK)
Weidl Christina (M.A.)	Wirkungskommunikation politisch tätiger Non-profit-Organisationen. Entwicklung eines theoretischen Frameworks und empirische Betrachtung der Berufspraxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-023)
Weimann Jan-Helge (M.A.)	Verständlichkeit in der Unternehmenskommunikation – Reflektion der Verfahren der Verständlichkeitsforschung zur Steuerung der Verständlichkeit der Unternehmens-kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmens-Kommunikation (UK) (12-081)
Weinforth Pia (M.A.)	Interne CEO-Kommunikation. Eine qualitative Untersuchung des strategischen Einsatzes der obersten Führungsebene in der internen Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	(22-024)
Weinmann Kira (M.A.)	Populismus in Referendums-kampagnen. Zum Einsatz populistischer Kommunikation vor dem Brexit und zur Reaktion der britischen Presse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Politische Kommunikation (PoK) (17-135)
Weinreich Cornelia (Magister)	Kommunale Öffentlichkeitsarbeit in der SBZ/DDR von 1945 bis 1989. Inhaltsanalytische Fallstudie am Beispiel Leipzig.	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. Markenentwicklung eines Bundeslandes mit Schwerpunkt Tourismus am Beispiel von Mecklenburg-Vorpommern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Regionale PR (RPR)
Weitz, Vivian (M.A.)	Die kommunikative Dimension der Arbeitswelt 4.0. Status quo und Entwicklungslinien der Blue-Collar Communication in der deutschen Automobilindustrie im Zeitalter der Industrie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-102)
Weitzel Marlen (Magister)	Der Fall Sanli – Sanlu's Fall. Rekonstruktion & Inhaltsanalyse unter besonderer Berücksichtigung des Vertrauensaspekts.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Fallstudien (F); Öffentliches Vertrauen (V) (11-186)
Wellendorf Anna (B.A.)	Region als Marke. Die Entwicklung der Marke für den Südraum Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Regionale PR (RPR) (11-120)
Wenda, Anna (B.A.)	The Female Explorer: Die Relevanz crossmedialen Storytellings für die Sichtbarkeit von Frauen in der Outdoor-Branche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-017)
Werner, Dirk (Diplom)	Product Placement in Spielfilmen: Theoretische Grundlagen Und Erscheinungsformen.	Universität Bamberg	1994	
Westphal Sandra (B.A.)	Darstellungsformen der Social-Media-Kommunikation von Medienorganisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online-PR (OPR)
Wettengel Laura (B.A.)	Parasoziale Interaktion und subjektive Wahrnehmung in der Serie "LA Casa de Papel". Eine qualitative Befragung zur Einflussnahme der Seriencharaktere auf die individuelle Wahrnehmung von Stereotypen in der Gesellschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-095)
Wettengel, Laura (M.A)	Business in Progress. Erfolgreiche Implementierung agiler Arbeitsmodelle bei dispersen Teams - strategische Kommunikation im Change-Prozess als Erfolgsfaktor.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023	(23-049)
Wetzel, Jonas; Selbmann, Sebastian (B.A.)	Personalisierung als Verfahren des Kommunikations-managements – Inhaltsanalyse und Experteninterviews zur Rolle von Guido Westerwelle im Bundestagswahlkampf 2009.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Politische Kommunikation (PoK) (11-122)
Wetzig, André (Magister)	Vertrauensverluste im Schlaglicht der Öffentlichkeit. Analytische Grundlagen und eine Fallstudie (Fall Welteke) zur Adlon-Affäre des ehemaligen Präsidenten der Deutschen Bundesbank. Universität Leipzig 2007.	Universität Leipzig, Institut für Politik-Wissenschaft	2007	Fallstudien (F)
Wickleder Uta (Magister)	Risikokommunikation in der Ernährungsindustrie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	(00-068)

Wiedemer Andrea (Magister)	Neue Formen von PR und Werbung im Hörfunk. Produktion bei Spezialagenturen. Nutzung und Akzeptanz bei privaten und öffentlich-rechtlichen Anbietern der neuen Bundesländer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997 Werbung (W)	
Wienand Edith (Dissertation)	Public Relations als Beruf – eine kritische Analyse eines aufstrebenden Kommunikationsberufes.	Universität Münster	2002 Theorie (PR-T)	
Wiehler Karin (Diplom)	Anforderungen an die OA in wenig transparenten Märkten – Dargestellt an der Kommunikationspolitik von High-Tech-Unternehmen.	Fachhochschule München, BWL	1992 Fallstudien (F)	
Wienecke, Laura (B.A.) Wiesenberg Markus (Dissertation)	Tierisches Marketing – Das Potential von Petfluencern. Strategische Kommunikation deutscher Großkirchen: Von kirchlicher Publizistik zur strategischen Kirchen-kommunikation. (nur Bd. 2 vorhanden)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022 2018 Non Profit Kommunikation (NP)	UBL: E-Book
Wilhelm Franziska (Magister)	Transparenz in der Nachhaltigkeitskommunikation. Verknüpfung der Theorie des Öffentlichen Vertrauens mit dem Konzept der Corporate Social Responsibility.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Öffentliches Vertrauen (V)	(07-078)
Wilhelm Kathrin (Magister)	Interne Unternehmenskommunikation und Corporate Identity bei Firmenfusionen. Kommunikations-wissenschaftliche Grundlagen und eine kritische Analyse des Mergers Daimler-Chrysler drei Jahre nach der Fusion. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Unternehmens-Kommunikation (UK)	
Willer, Sarah Gertraud (M.A.)	Navigating the New Normal: Erfahrungen von Millennials mit Remote Work im Arbeitsprozess – Eine empirische Studie im Berufsfeld Kommunikationsmanagement und Public Relations in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024	(24-011)
Wind Theresa (B.A.)	Kompetenzen und Qualifikationen des Chief Communication Officer in der Zukunft. Eine theoretische Bestandsaufnahme der Literatur und Erstellung eines Anforderungsprofils.	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996 Fallstudien (F)	(97-044)
Winkler Luisa (Dissertation)	Genes und Spezifik der Kommunikation mittelständischer 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 Unternehmens-Kommunikation (UK)	(15-082)
Winterle Leonie (B.A.)	Wissenschaftskommunikation von Fachhochschulen im Social Web. Eine Inhaltsanalyse der Interaktionen zwischen Fachhochschulen und ihren Stakeholder_innen auf Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Wissenschafts- und Innovations-kommunikation (WIK)	(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 Unternehmens-Kommunikation (UK)	(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 Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	
Wohlfeld Mathias (B.A.)	Corporate Publishing im Spannungsfeld klassischer und multimedialer Möglichkeiten: Online-Videos und Audio-Podcasts in der Marktkommunikation von Mercedes-Benz.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Unternehmens-Kommunikation (UK)	
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 Kampagnen (PR-K)	(99-035)

Wolf Alexandra-Sophie (B.A.)	Tourismusmarketing im Web 2.0 – eine Content-Analyse zur Nutzung von TikTok das Social Media Marketing von Tourismusunternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	
Wolf, Andrea (Magister)	Die Beziehung zwischen Journalismus und Public Relations. Theoretische Grundlegung und eine Fallstudie (input-output-Analyse) zur Frankfurter Buchmesse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006 Fallstudien (F)	(07-063)
Wolf Katharina (B.A.)	"Sorry Princess, but shut your mouth and stand still!" Eine Inhaltsanalyse von Gender-bezogener Diskriminierung in den Dialogen der Quality TV Serie Orange is the New Black.	Universität Leipzig, Institut für KMW		(18-125)
Wolf, Kristin (B.A.)	Kommunikative Herausforderungen für kleine IT-Unternehmen. Ein Kommunikationskonzept für Ipoque.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Kampagnen (PR-K)	
Wolff, Sarah (B.A.)	Der Stellenwert von Mitarbeiterzeitschriften im Internetzeitalter. Eine Untersuchung an Exemplaren von Nonprofit-Organisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Unternehmenskommunikation (UK)	(13-068)
Wolfskämpf Vera (B.A.)	Die Rolle der Rhetorik in der Politischen Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für Politik-Wissenschaft	2009 Politische Kommunikation (PoK)	
Wolk, Janina (B.A.)	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 KMW	2017 Interne Unternehmenskommunikation (IUK)	
Wollweber Antje (Magister)	PR-Forschung und PR-Bestandsaufnahme von Public Relations als Gegenstand von Forschung und Lehre im Vergleich zwischen den Jahren 1989-1993 und 2001-2003. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Theorie (PR-T)	(06-058 a+b)
Wölfer Julia (M.A.)	Kommunikation gegen das Böse? Framing- und Rezeptionsanalyse der 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)
Worch, Mary (Magister)	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)
Wouters Edith	Kommunikationskonzept für das Frauenmuseum Bonn.	Köln	1997 Konzeption (K)	
Wunderlich Carol (Diplom)	Die Kommunikation zu gesellschaftspolitischen Themen in modernen Unternehmensstrategien am Beispiel inländischer Rückversicherer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1993 Fallstudien (F)	(94-034)
Würz Anika (B.A.)	United States of Europe. Eine qualitative Inhaltsanalyse von Onlinemedien ausgewählter EU-Staaten hinsichtlich einer vermuteten Angleichung der Mediensysteme im vereinten Europa des Internetzeitalters.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021	(21-097)
Würzig Steffi (Magister)	Externe Kommunikation von Unternehmen der Energie-dienstleistungsbranche. Empirische Bestandsaufnahme und Fallstudie am Beispiel der Stadtwerke Halle GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000 Unternehmenskommunikation (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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2021		(21-032)	
Zehetner Sabine	Internet – ein neuer Weg für Public Relations und integrierte Unternehmenskommunikation. Ein Überblick der kommunikativen Möglichkeiten, ein Exkurs zur Situation in Salzburg und eine Konzepterstellung.	Salzburg	1997	Konzeption (K)		
Zehner Janine (M.A.)	Gendersensible Sprache in der Unternehmenskommunikation. 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-Kulturorganisation. 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 Kinospielefilmen in Deutschland. Anhang + CD-Rom nicht zugänglich!	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Kino, Spielfilme, Marketing, Strategie	(18-161)	
Zenker Widukind (B.A.)	Nationalimages und internationale politische PR. Eine Fallstudie am Beispiel des Russlandbildes in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Internationale PR (IPR); Image (I); Fallstudien (F)		
Zenner Juliane (B.A.)	Der Einfluss eines Schlüsselergebnisses auf die Wahlkampf-kommunikation: Das Beispiel der Landtagswahl 2011 in Baden-Württemberg.	Universität Leipzig, Institut für Politik-Wissenschaften	2011	Politische Kommunikation (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	1999	Unternehmens-kommunikation (UK)	(03-031)	
Zerfaß Ansgar (Oeckl)	Theorie der Unternehmens-kommunikation. Eine Grundlegung im Spannungsfeld von Sozialtheorie, Kommunikations-wissenschaft und Betriebswirtschaftslehre.	Universität Erlangen-Nürnberg	1995	Theorie (PR-T); Unternehmens-Kommunikation (UK)		
Zerfaß Ansgar (Dissertation)	Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmens-kommunikation und Public Relations.	Universität Erlangen-Nürnberg	1995	Theorie (PR-T); Unternehmens-Kommunikation (UK)	Komm (13-00113)	
Zettl, Neele Penelope (M.A.)	Kommunikative Positionierung von Venture-Capital-Gesellschaften. Eine Untersuchung zum Status Quo der Kommunikationsaktivitäten von VC-Gesellschaften auf LinkedIn im Jahr 2021 mittels eines inhaltsanalytischen Mehrmethodendesigns.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2023			
Zettler Annegret (B.A.)	Kommunikation von Innovationen bei der Gollmann GmbH: Analyse und Profilierungschancen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmens-kommunikation (UK)		
Zhou, Ding (B.A.)	Nationenimages und internationale politische PR am Beispiel Chinas. Analyse und Interviews mit Multiplikatoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Internationale PR (IPR); Image (I)		

Zhou, Gufeng (B.A.)	Nation Branding Chinas im Krisenfall: Marktführung am Beispiel des Milchskandals.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Internationale PR (IPR)	
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	2004 Journalismus/PR (J/PR)	
Zierer, Sabrina Isabel (M.A.)	Employee Advocacy in der internen Kommunikation. Eine qualitative Studie zur Bedeutung der Förderung von Employee Advocacy auf Social Media für die interne Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024	(24-012)
Ziesch, Simon Peter (Magister)	Kommunikation in der Musik- branche. Bestandsaufnahme, Probleme und Perspektiven der Unternehmenskommunikation im deutschen Independentbereich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Unternehmens- kommunikation (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	2017 Online-PR (OPR)	(17-070)
Zimmer Veronika (M.A.)	Kommunikations-Enabling: Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzungsformen in der Praxis.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Konzeption (K)	(17-138)
Zimmermann Andreas (Magister)	Handbücher als Mittel interner Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Unternehmens- kommunikation (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)
Zimmermann Maik (M.A.)	Game-Studies – Computerspielforschung und Medienpsychologie. Eine interdisziplinäre, qualitativ geleitete Studie zur Genreselektion interaktiver Medienangebote.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	(18-155)
Zimmermann Robert	Schaffung und Verlust von Anlegervertrauen -eine kritische Bestandsaufnahme mit Befragung verschiedener Anlegergruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Investor Relations (IR)	fehlt, angefragt
Zlateva Manuela (M.A.)	Innovationskommunikation im Internet und im Social Web. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der HDAX-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Unternehmens- kommunikation (UK)	(12-082)
Zöllner Nora (B.A.)	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	2009 Journalismus/PR (J/PR)	
Zösch, Silvia Constanze (B.A.)	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 (M.A.)	Kommunikation und Compliance. Eine Inhaltsanalyse der Compliance-Kodizes der deutschen DAX30-Unternehmen und Interviews mit ausgewählten Experten. (2 Bde.) Anhang nicht zugänglich!	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	2013	Öffentliches Vertrauen (V)		x
Arnold Christoph (B.A.)	Kommunikation von Innovationen in der Energiebranche: Grundlagen und empirische Analyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmenskommunikation (UK)		x
Arp Dana (B.A.)	Kultur-PR für Musikschaffende. Eine PR-Konzeption zur Image-Förderung von Musiker Clueso.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Konzeption (K)		x
Bartmann Matthias (B.A.)	Spannungsfeld Umweltkommunikation und Glaubwürdigkeit. Ein Kommunikationskonzept für BMW CleanEnergy.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)		x
Bauer Jasmin (M.A.)	Der Einsatz einer Social Business Community als internes Kommunikationsinstrument. Das Beispiel Bosch Connected Industry.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Interne Unternehmenskommunikation (I-UK)		x
Beisel Julia (Magister)	Die Bedeutung der Kundenzeitschrift als Printmedium in Zeiten der Digitalisierung. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (UK)		x
Berger Imke (B.A.)	Anforderungen an eine Mitarbeiterzeitschrift moderner Ausprägung. Ein inhaltsanalytischer Vergleich der Mitarbeiterzeitschrift vor und nach einem Relaunch am Beispiel der Thyssen Krupp AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Interne Unternehmenskommunikation (I-UK)		x
Biebrach Carolin (Magister)	Interne Kommunikation zwischen den Paradigmen von Krise und Wandel. Konzeptionelle Überlegungen und empirische Analyse am Beispiel der Lufthansa Cargo AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien Unternehmenskommunikation (F UK)		x
Binkestein Lydia (B.A.)	Wissensmanagement am Beispiel von Tools in Agenturen. Qualitative 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (UK)		x
Braun Philipp (B.A.)	Innen glühen – nach außen strahlen. Gesellschaftliches Engagement der Scholz & Friends Group. Konzept zur Implementierung des CSR-Profiles in einem Agenturnetzwerk.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)		x
Dahnert Kerstin (Magister)	Evaluation internationaler Medien-Produktvorstellungen anhand ausgewählter Beispiele der BMW Group. Das Kommunikationsinstrument Produktpräsentation vor dem Hintergrund Strategischer PR. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW		Fallstudien (F)		x
Diete Emily (Magister)	Vattenfalls Vertrauenproblem. Eine systematische und empirische Studie zum Vorfall im Kernkraftwerk Krümmel 2009. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Fallstudie Öffentliches Vertrauen (V F)		x
Dörr Niklas (M.A.)	Blickpunkt „Finessen“. Standort-Bestimmung und konzeptionelle Weiterentwicklung einer Kundenzeitschrift am Beispiel von Vorwerk-Thermomix.	Leipzig School of Media	2012			x
Eckstein Eva (B.A.)	Event im Sport. Eine Kommunikationskonzeption für den Morgenpost Dresden-Marathon.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K)		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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Unternehmenskommunikation (UK)		x

Elsner Bianka (B.A.)	Mitarbeiterzeitschriften im Internet-Zeitalter. Inhaltsanalytischer Vergleich der Mitarbeiterzeitschriften der Commerzbank AG und der ING-DiBA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Interne Unternehmens- Kommunikation (I-UK)	x
Emmer Claudia (Magister)	Die Vertrauenskrise des Finanz-Systems. Eine inhaltsanalytische der Medienberichterstattung von September 2008 bis Februar 2009.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Fallstudien (F)	x
Feige Hendrik (B.A.)	Die süße Identität. Entwicklung einer Corporate Identity für die Schokozeit AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006 Konzeption (K)	x
Feitel Franziska (M.A.)	Unternehmensidentität kommunizieren. Diskurs und Fallstudien zur Entwicklung eines Unternehmens-Leitbilds und dessen Funktion im Kontext von Corporate Media.	Leipzig School of Media	2014	x
Fetzer Marcus (M.A.)	Künstliche Intelligenz in der Unternehmenskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und empirisches Framework.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019 Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Fiedler Mirja (Diplom)	Journalismus und Public Relations. Eine Input-Output-Analyse auf Basis des Intereffikationsmodells am Beispiel Porsche Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Journalismus/ PR (J/PR)	x
Flamm, Maria (B.A.)	Die Kommunikation von Smart City-Konzepten. Der Einsatz Integrierter Kommunikation in kooperativen Smart City-Projekten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019 Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Fluder Christina (M.A.)	Social Media und Unternehmens-kommunikation in der Automobilbranche. Entwicklung eines Bezugsrahmens und inhaltsanalytische Untersuchung der Online-Meinungsbildung zum Thema „Alternative Antriebe“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Fallstudie Online-PR (F O-PR)	x
Fröbe Stefan (M.A.)	Kommunikation von Zweckverbänden im öffentlichen Personalverkehr. Analyse und Ansätze für ein strukturiertes Kommunikationsmanagement am Beispiel des Zweckverbands für den Nahverkehrsraum Leipzig (ZVNL).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Regionale PR (RPR)	x
Fuchs Sara (M.A.)	Corporate-Social-Listening-Tools. Eine explorative Studie zur technischen Unterstützung von Corporate-Social-Listening in der Internen Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2022	x
Gabler Julia (Magister)	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	2001 Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Garten Czermaks (M.A.)	Die Rolle der Unternehmens-Kommunikation in Projekten aus prozessorientierter Sicht am Beispiel des Neubaus der Unternehmenszentrale der Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbH (LWB).	Leipzig School of Media	2015 Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Gehder Steffen (Magister)	Music for the Masses – PR-Evaluation einer Großveranstaltung am Beispiel des Hurricane-, M'era Luna- und des Highfield-Festivals 2004. (3 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Fallstudien (F)	x
Geissler Martin (B.A.)	Eine Chance für den Spitzenbasketball: Sportstadt Leipzig – Ein PR-Konzept zur kommunikativen Begleitung des Standortwechsels des Mitteldeutschen Basketball Clubs von Weißenfels nach Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Konzeption (K)	x
Gemirr Eva (Magister)	Interne Unternehmenskommunikation im Changeprozess. Eine Fallstudie am Beispiel der Integration INA/FAG Kugelfischer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Fallstudien Unternehmens- Kommunikation (F UK)	x
Gerstner Alexandra (Magister)	Öffentliches Vertrauen in die Wirtschaft. Theoretisch-analytische Darstellung und einen Analyse des Falls Volkswagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Öffentliches Vertrauen (V)	x

Glaser Lisa (Magister)	Analytische Grundlagen und die Arbeit von Spezialagenturen für Hörfunk-PR als Mittler.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Journalismus/ PR (J/PR)	x
Greven, Alexander (M.A.)	Gesellschaftspolitische CEO-Kommunikation – Einflussfaktoren auf die Häufigkeit und den Inhalt der gesellschaftspolitischen Kommunikation deutscher Topmanager.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	x
Haase Franziska (Magister)	Politische Public Relations von Parteien. Eine Fallstudie am Beispiel der Freien Demokratischen Partei (F.D.P.).	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999 Politische Kommunikation (PoK)	x
Hänßler Florentina (M.A.)	E-Collaboration in Non-Profit-Organisationen. Eine qualitative Befragung zum Umgang von Non-Profit-Organisationen mit E-Collaboration-Systemen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Non Profit (NP)	x
Haupt Alexandra	Legitimation durch Kommunikation. Kulturelle Öffentlichkeitsarbeit. Überlegungen zur Zukunft der Theaterkommunikation.		2001 Fallstudien (F)	x
Heger Ines (Magister)	Transnationales Kommunikationsmanagement der Europäischen Kommission. Europäisierung der Öffentlichkeit mittels gezielter Kommunikationsarbeit?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Politische Kommunikation (PoK)	x
Hess Antonia (M.A.)	Strategische Kommunikation von Nichtregierungsorganisationen: Die Rolle ehrenamtlicher Mitglieder als Kommunikatoren und Multiplikatoren. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Non Profit (NP)	x
Holpert Bianca (M.A.)	Internationale Organisation der Kommunikationsfunktion. Entwicklung eines netzwerktheoretischen Bezugsrahmens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015 Internationale PR (I-PR)	x
Jäger Susanne (B.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
Jakob Sarah (M.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	2014 Journalismus/ PR (J/PR)	x
Käppler Christin (M.A.)	Glaubwürdigkeit im Social Web. Evaluation von Wahrnehmung, Image und Glaubwürdigkeit der Kampagne "Studieren in Fernost".	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Kommunikations-Controlling ©	x
Keipper, Willi (M.A.)	Shareholder Activism als Herausforderung für die Finanzkommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	x
Keller-Bacher Jule (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
Kling, Ann-Kathrin Larissa (M.A.)	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	
Klippel Maria (Magister)	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
Köhler Kristin (Dissertation)	Institutionalisierung von Investor Relations in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Investor Relations (IR)	UBL: 01H-2015-520 x
Kohl Gertrud (M.A.)	Führungskräfte- und Führungskommunikation zur Unterstützung der Kommunikationsstrategie. Analytische Bestandsaufnahme und Perspektiven am Beispiel der AUDI AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	x
Kosser Claudia (M.A.)	Strategiekommunikation im Spannungsfeld von Unternehmensstrategie und Unternehmenskommunikation. 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Fallstudie Öffentliches Vertrauen (V F)	x
Kretschmann Vivien (M.A.)	CSR in multinationalen Unternehmen der Energiewirtschaft. Inhaltsanalytische Untersuchung von Websites und Experteninterviews.	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 Bestandaufnahme 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Unternehmenskommunikation (UK)	x
Kühne Mirko (B.A.)	Ganzheitliches Kommunikationskonzept zur Einführung eines Produktions-, Planungs- und Steuerungssystems beim Westdeutschen Rundfunk.	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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	x
Leugermann Katrin (B.A.)	Community Relations und Local Lobbying im Bereich der Abfallverwertung. Ein Kommunikationskonzept zur Etablierung des Abfall- und Energieparks von Peterborough 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).	Leipzig School of Media	2015	x
Linke Anne (Magister)	Innovationskommunikation und interne Unternehmenskultur im Wandel. Das Phasenmodell der Innovationskultur als Analyseraster am Beispiel des Pharmaunternehmens Janssen-Cilag.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Unternehmenskommunikation (UK)	x
Lukas Anne-Katrin (M.A.)	Interne Kommunikation in Krisensituationen. Krisenursachen und ihre strategischen Konsequenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Krisen-PR (KPR)	x
Maulhardt Sarah (M.A.)	Management von Enterprise Social Networks in der internen Unternehmenskommunikation deutscher Großunternehmen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017 Interne Unternehmenskommunikation (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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Journalismus/ PR (J/PR)	x
Minker Marleen (Magister)	Interne Markenführung von Energieversorgungsunternehmen. Konzeptionelle Grundlagen der Gestaltung interner Kommunikations- und Organisationsprozesse am Beispiel der Stadtwerke Leipzig Gruppe.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Unternehmenskommunikation (UK)	x

Kiesens- bauer a.k.a. Mühling, Juliane	Kommunikationsmanagement, Mitarbeiter-Communities und Open Innovation. Herausforderungen für die interne Kommunikation in Community-gestützten Innovationsprozessen am Beispiel der Daimler AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Online-PR (O-PR); I-UK F (3 Bde.)	x
Müller Leonie (M.A.)	New Work – New Communication? Kommunikation in neuen Arbeitsumfeldern. Eine empirische Analyse am Beispiel der MAN-Zukunftswerkstatt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	
Mumprecht Esther (M.A.)	Transparenz im Internal Branding. Entwicklung eines Controlling-Konzeptes am Beispiel der Transformation der Markenidentität von Swisscom.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (F); Image (I)	x
Mürmann Michaela (B.A.)	Von den Großen lernen? Ein Kommunikationskonzept für die Agentur getit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Konzeption (K)	x
Mütze Franziska Sylvia (B.A.)	PR für kommunale Versorgungsunternehmen. Eine PR-Konzeption für die Stadtwerke Halle unter besonderer Berücksichtigung der Standortbilanz.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Konzeption (K); Regionale PR (RPR)	x
Naetsch Elisa (M.A.)	Kommunikations-Controlling im Non-Profit-Bereich. Die Entwicklung einer Communications Scorecard für den Mitteldeutschen Rundfunk (MDR).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011 Non Profit (NP)	x
Obrist Helene (M.A.)	Was User wirklich wollen. Push-Nachrichten im Interesse des Users. Eine empirische Überprüfung der Nachrichtenwerttheorie im Mobilien Zeitalter.	Universität Leipzig, Leipzig School of Media	2018	
Peller Judith (B.A.)	Kommunikation von Stiftungen im Gesundheitsbereich. Eine PR-Konzeption für die Deutsche Krebsstiftung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Konzeption (K)	x
Peters Jan Paul (M.A.)	Unternehmensreputation 2.0: Strukturen, Akteure, Risiken und Chancen des Reputationsmanagements im Zeitalter des Social Web. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Unternehmens-Kommunikation (UK); Image (I)	x
Piechotta Nina (M.A.)	Interne Kommunikation 2.0: Der Einsatz von Social-Media-Technologien in der internen Unternehmenskommunikation. Theoretische Grundlagen und praktische Umsetzungsmöglichkeiten am Beispiel der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Online-PR (O-PR); Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Plate Simon (M.A.)	Social Media Monitoring in der Unternehmenskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen, Anwendungsbereiche und Anforderungen des Monitorings im Social Web.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Online-PR (O-PR); Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Ploetz Anne (M.A.)	Integrierte Kommunikation als Ziel für Nichtregierungsorganisationen? Eine qualitative Untersuchung des Umgangs von NGOs mit der Stimmenvielfalt ihrer Ehrenamtlichen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016 Non Profit (NP)	x
Polak Daniela	Städtische Identität als kommunikationsstrategische Bezugsgröße am Beispiel der Stadt Halle (Saale).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Regionale PR (RPR)	x
Polzin Kathrin (Magister)	Change Communication. Analytische Bestandsaufnahme und eine Fallstudie der internen Unternehmenskommunikation der VNG – Verbundnetz Gas AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005 Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	x
Popp Lydia-Marie (B.A.)	Die Kommunikation kleiner und mittelständischer PR-Agenturen. Ein Kommunikationskonzept für die Agentur 4iMEDIA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	x
Pracht Sarah (B.A.)	Die Vorteilskarte – erfolgreiches Marketingtool oder geschenkte Ware?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	x
Pritzel Karin (Magister)	Parteien-PR in Ost und West. 10 Jahre nach der deutschen Einheit. Bestandsaufnahme und Vergleich der Öffentlichkeitsarbeit der SPD-Landesverbände in Sachsen und Bayern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Politische Kommunikation (PoK)	(02-052a) x

Pröttsch, Marie (M.A.)	Künstliche Intelligenz in der Internen Unternehmenskommunikation. Künstliche Intelligenz als unterstützender Kommunikation der Zukunft?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2020	Interne Unternehmens-Kommunikation (I-UK)	x
Ratter Richard (M.A.)	Krisenkommunikation und Vertrauensverluste im Gesundheitswesen. Eine empirische Untersuchung der vier deutschen Transplantationskandale 2012.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Krisen-PR (KPR); Öffentliches Vertrauen (V)	x
Rauh, Sophie (B.A.)	Interne Kommunikation für Blue-Collar- und White-Collar-Workers. Eine Fallstudie zum Mitarbeiterengagement bei der DB InfraGO AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2024		x
Reinsch Robert (Magister)	Public-Affairs-Strategien von Energieunternehmen. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Analyse am Beispiel der Branche der erneuerbaren Energien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien Unternehmens-Kommunikation (F UK)	x
Reiß Stephan (Magister)	Integrierte Standortkommunikation? Analyse der Standortkommunikation von Akteuren der mitteldeutschen Bio-Regionen. (Leitfadengespräche, Dokumentenanalyse und Unternehmensbefragung).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Reitzenstein Anne (B.A.)	Die mediale Vertrauenskrise des BMW Werk Leipzig. Eine Analyse der Medienberichterstattung auf Basis der Theorie des öffentlichen Vertrauens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Fallstudie Öffentliches Vertrauen (V F)	x
Remus Sandy-Jil (M.A.)	Social Media Monitoring als Instrument zur Integration marktrelevanter Informationen in den Produktentstehungsprozess. Eine Fallstudie aus handlungstheoretischer Perspektive am Beispiel von Volkswagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Online-PR (O-PR)	x
Rendler Collien (B.A.)	Integrierte Kommunikation von Startups. Eine qualitative Inhaltsanalyse der externen Kommunikation von Startups in Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		x
Renk Janina (M.A.)	Der Beitrag der Kommunikationsabteilung zum Strategieworkshop am Beispiel der Hapag-Lloyd AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		x
Rogall Gina (M.A.)	Qualitätskriterien von Corporate Blogs im Spannungsfeld zwischen PR und Journalismus. Eine Studie am Beispiel von drei deutschen Großunternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online-PR (O-PR)	x
Rössel Philipp (B.A.)	Visuelle Kommunikation. Bildsprache in Unternehmenspublikationen aus den Bereichen B-to-B und B-to-C.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Ruwisch Friederike (B.A.)	Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Ein Kommunikationskonzept zur Corporate Social Responsibility der Claas Gruppe.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption Unternehmens-Kommunikation (K UK)	x
Schirbel Sandra (Magister)	Interne Kommunikation und Mitarbeiterzeitschriften. Eine Image- und Akzeptanzanalyse am Beispiel der Sachsen LB.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Unternehmens-Kommunikation (UK)	x
Scheithauer Mathias (M.A.)	Corporate Events in der Innovationskommunikation. Einsatz und Bedeutung interner Innovationsveranstaltungen an einer Fallstudie der Bayer AG und quantitative Befragung deutscher Großkonzerne mit Innovationsschwerpunkt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Wissenschafts- und 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)	x
Schrödl Franziska (Magister)	Das Intranet als Medium der internen Unternehmenskommunikation – Eine nutzerorientierte Fallstudie am Beispiel des Mitteldeutschen Rundfunks.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Interne Unternehmens-Kommunikation (I-UK); Fallstudien (F)	x
Schubert Cathleen (Magister)	Kommunikationscontrolling für Kundenzeitschriften. Entwicklung eines Evaluationstools am Beispiel der Zeitschrift „mittendrin“ des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmens-Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	x

Schuberth Stefanie (B.A.)	Innovationskommunikation im Internet. Analyse der DAX 30 Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Online-PR (O-PR)	x
Schwarz Lydia (M.A.)	Auswirkungen mobilen Arbeitens auf die Anforderungen an die interne Kommunikation. Organisationale 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012 Konzeption (K)	x
Spaeing Tobias (B.A.)	Die Macht der Gewohnheit: Ein PR-Konzept zur kommunikativen Implementierung eines Programms zur Profitabilitäts- und Effizienzsteigerung im BMW Werk Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Konzeption (K)	x
Steinbach Tina (B.A.)	Marken-PR im virtuellen Raum. Ein Konzept zur Kundenkommunikation von DU DARFST in der Online-Welt SECOND LIFE.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Konzeption (K)	x
Stieler Claudia (M.A.)	Die Kundenzeitschrift als Instrument des Corporate Publishing. Theoretisch-analytische Grundlagen eine Evaluation des Audi Magazins.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009 Werbung (W) Unternehmenskommunikation (UK)	x
Stockmann Pia (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	2015 Interne Unternehmenskommunikation (I-UK)	x
Theil Anna (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)	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 Politische Kommunikation (PoK); Internationale PR (I-PR)	x
Uhlemann Thomas (Magister)	Sponsoring in der Unternehmenskommunikation. Das Fallbeispiel „Strategisches Sponsoring der Verbundnetz Gas AG“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004 Sponsoring (S)	x
Unger Christian (Magister)	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	2006 Fallstudie (F) Politische Kommunikation (PoK)	x
Vogel Susann (Magister)	Coaching als Instrument der Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie der Postbank Vermögensberatung Service GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006 Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	x
Vogel Sascha (B.A.)	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
Wagstyl Alexandra (M.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 Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	x
Walther Katja (M.A.)	Annäherung von Unternehmenskultur und Corporate Identity in Spin Offs.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	x

Weber Franziska (M.A.)	Die kulturellen Einflussfaktoren auf Arbeitgebermarken in China, Indien und Brasilien. Employer Branding aus Sicht der internationalen Unternehmenskommunikation. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Internationale PR (I-PR)	x
Weichert Susann (Magister)	Markenkommunikation auf dem Kosmetikmarkt. Literaturbestandsaufnahme und Darstellung am Fallbeispiel der BÖRLIND Gesellschaft für kosmetische Erzeugnisse mbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008 Fallstudien (F)	x
Weigand Wibke (M.A.)	Social Media in der Organisationskommunikation von Kultureinrichtungen. Eine Fallstudie am Beispiel des Goethe-Instituts.	Leipzig School of Media	2010 Online-PR (O-PR)	x
Weigt Anne-Christine (B.A.)	Die Stadt als Marke. Theoretische Analyse und empirische Fallstudie am Beispiel „Leipziger Freiheit“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Fallstudien (F) Regionale PR (RPR)	x
Weinmann Kira (B.A.)	Kommunikationswandel in der Lebensmittelbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013 Unternehmenskommunikation (UK)	x
Weise Jörg (Magister)	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	2011 Fallstudien (F) Krisen-PR (KPR)	x
Wetzel Jonas (M.A.)	Die Vertrauenskrise im Radsport. Inhaltsanalyse zur Berichterstattung über die Tour de France und Lance Armstrong von 2003 bis 2013 und Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014 Krisen-PR (KPR)	x
Widulle, Pia (M.A.)	Storytelling zur Kommunikation von Strategien im Rahmen der internen 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.)	Herausforderungen des digitalen Customer-Relationship-Managements im Mediensektor. Eine vergleichende Analyse des Kundenbindungsmanagements von ARTE, ARD, ZDF, ProSiebenSat1 Media SE und der Mediengruppe RTL.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	x
Winter, Jonathan Dennis (M.A.)	Das strategische Management der Public Affairs bei Mergers & Acquisitions und Foreign Direct Investments.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019 Public Affairs (PA)	
Wohlge-muth Christine (Magister)	Vertrauensverlust in der Öffentlichkeit – Die „Spendenaffäre“ bzw. „Führungskrise“ bei UNICEF Deutschland. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010 Fallstudien (F) Öffentliches Vertrauen (V) Non-Profit (NP)	x
Wunder Anke (M.A.)	Beton? Natürlich. Branchenkommunikation und Verknüpfungspunkte zu Unternehmensmarken (am Beispiel Lafarge). Eine strategische Konzeption zur Positionierung von Beton als nachhaltigen Baustoff.	Leipzig School of Media	2013 Unternehmenskommunikation (UK)	x
Zielmann Sarah (Magister)	Medien-PR von Fernsehanstalten. Darstellung und Vergleich der PR-Aktivitäten von zwei Nachrichtensendern (n-tv und N24).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002 Unternehmenskommunikation (UK)	x
Zimmer-mann Robert	Schaffung und Verlust von Anlegervertrauen -eine kritische Bestandsaufnahme mit Befragung verschiedener Anlegergruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007 Investor Relations (IR)	x