

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
ABC/Burson- Marsteller/ Leipziger & Partner	Gesamtkonzept AIDS-Kommunikation. Kommunikationskonzept. Vorgelegt durch die Arbeitsgemeinschaft AIDS-Kommunikation.  Gesundheitskampagnen und die damit verbundene Gesundheitskommunikation. Darstellung wichtiger theoretischer Ansätze sowie ein Überblick über die Gesundheitskampagnen der österreichischen Krebshilfe.	Frankfurt am Main; Düsseldorf		1987	Konzeption (K)	
Adelt Andrea Esther (Diplom)	Streaming Media in der Unternehmenskommunikation. Untersuchung zur Änderung von Nutzungsgewohnheiten und Akzeptanz des Business-TV der HypoVereinsbank AG.	Universität Salzburg		1994	Kampagnem (PR-K)	
Adler Steffen (Magister)	Geschichtskommunikation am Beispiel des 450-jährigen Jubiläums der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2003	Unternehmenskommunikation (UK)	(04-080)
Adolph Doreen (B.A.)	Szenarien medialer Übernahme-schlachten: Eine inhaltsanalytische Untersuchung zum Framing der Presseberichterstattung bei Unternehmensübernahmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2010	Fallstudien (F), Regionale PR (RPR)	
Adolph Doreen (M.A.)	Bundestagswahlen 1994. Politik, Politiker und Parteien in der Berichterstattung der Westfalenpost Hagen und der Märkischen Oderzeitung Frankfurt/Oder.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2012	Journalismus/PR (J/PR)	(13-072)
Albach Annett (Diplom)	Öffentlichkeitsarbeit und Marketing des Deutsch-Sorbischen Volkstheaters Bautzen. Bestandsaufnahme und Konzeptionsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung kultureller, regionaler und institutioneller Gegebenheiten.	Universität Leipzig, Institut für KMW		1998	Politische Kommunikation (PoK)	
Albert Saskia (Magister)	Möglichkeiten und Grenzen der Krisen-PR. Eine explorative Studie zur Kommunikation des Discounters Lidl im Bespitzelungsskandal 2008.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2005	Konzeption (K)	
Albrecht Bernhard (Diplom)	Die Sharing Economy in der journalistischen Berichterstattung – Chance oder Bedrohung?	Hochschule Zittau/Görlitz		2008	Krisen-PR (KPR), Fallstudien (F)	
Albrecht Katharina (B.A.)	Marken- und Imagebildung bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Das Beispiel MDR. – Begleitband-	Universität Leipzig, Institut für KMW		2017	Journalismus/PR (J/PR)	(17-018)
Aldinger Karin (Magister)	Unabhängige Filmarbeit mit Super – 8.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2006	Image (I)	
Alisch Torsten (Magister)	Public Relations im Rahmen institutionaler Marktbearbeitung. alm.	Freie Universität Berlin		1986	Fallstudien (F)	
Allendorf Jeanette (Diplom)	Nachhaltigkeitskommunikation in der Energiewirtschaft. Konzeptuelle Grundlagen und das Fallbeispiel der Enviam-Gruppe.	Universität Bayreuth		1995	Unternehmenskommunikation (UK)	
Almanaite Laura (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW		2017	Fallstudien (F)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Altman 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 (J/PR)	Politische Kommunikation (PoK); Journalismus/PR	
Amac Turgay	25 Jahre Spießler Alfons. Ein late- rales PR-Konzept zur Profilierung der Junioren im Kommunikations- verband 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)	Politische Kommunikation (PoK); Fallstudien	
Anagu Simone (Magister)	Kommunale Öffentlichkeitsarbeit in Leipzig. Stadtbüro als Instrument der Dialogorientierung. Internationale Unternehmenskom- munikation im Globalisierungspro- zess, Analytische Bestandsauf- nahme und eine repräsentative Studie zu den Auswirkungen des Globalisierungsprozesses auf die	Universität Leipzig, Institut für KMW		2000 (F)		
Andres Susanne (Dissertation)	international ausgeprägte Kommu- nikation großer, und in Deutschland ansässiger Unternehmen. Öffentlichkeitsarbeit und gesell- schaftliche Verantwortung der	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie		2002 (UK)	Unternehmens- kommunikation	UBL: 01H-2003- 804
Anwander Alois (Diplom)	industriellen Einzelwirtschaft. Politische Kommunikation und Be- richterstattung über die General Election 1997 in Großbritannien.	Universität Augsburg		1992 (UK)	Unternehmens- kommunikation	
Arends Imke (Magister)	Eine inhaltsanalytische Fallstudie am Beispiel der FAZ, der FR, der SZ und der Welt. Kommunikationsmanagement und Sustainable Development in der	Universität Leipzig, Institut für KMW		1998 (PoK)	Politische Kommunikation	(99-52a+b)
Arlbecht Anett (Magister)	Energiewirtschaft. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Analysen zur Nachhaltigkeitskommunikation. Das Unternehmen in kritischer Um- welt. Theoretische Analyse der In- terdependenzstruktur des Unter- nehmens und seiner Determinanten	Universität Leipzig, Institut für KMW		2009 (UK)	Unternehmens- kommunikation	(10-119)
Arnold Janine (Magister)	im Kontext des ökologischen Wertewandels. Privat und kommerziell: Influencer Kommunikation auf der Social	Universität Münster		1992 (UK)	Unternehmens- kommunikation	
Arnold Luisa Paula (B.A.)	Media Plattform Instagram. Eine in- haltanalytische Untersuchung des User Generated Content.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2018 Werbung (W)	Online-PR (O-PR),	(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)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Auerbach Benjamin (M.A.)	„Energiewende und Kundenzeit- schriften“ – Die Endkundenkommu- nikation ausgewählter Energiever- sorgungsunternehmen vor und nach Fukushima.	Leipzig School of Media	2013	Unternehmens- kommunikation (UK); Fallstudien (F)		
August Sophie (B.A.)	Berufsfeld PR – Anforderung und Entwicklungsdynamik: Berufsethik und Standesregeln.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens- kommunikation (UK); Ethik (E)	(13-031)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
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)	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)		
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)	
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 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)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
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 „Qualimedic“.	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)	
Becker Egbert (Oeckl)	Kommunikationskonzept für die Jazztage im Revier. (PR-Konzeption). Wissen teilen – ein Wiki für Pleon. PR-Konzeption zur Implementierung des Wissensmanagementsystems in einer internationalen Kommunikationsberatung.	Hamburg	1993	Konzeption (K)		
Becker Eva (B.A.)	Die Social-Web-Kommunikation der Polizei zwischen der Logik von Medien und Verwaltung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)		
Becker Marisa (B.A.)	Zwölf Städte sind (noch) keine Region. PR-Konzeption für die Emscher-Lippe-Agentur, einer Organisation der Public-Private-Partnership.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Online PR (O-PR)	(18-001)	
Becker Jörg; Girmes,Ruth; Hellwig-Raub, Regine	Öffentlichkeitsarbeit für klassische Musik am Beispiel ausgewählter Konzerthäuser und Orchester.	PR-Akademie, Wiesbaden	1992	Konzeption (K)		
Becker Sarah (Diplom) / (Oeckl)	Kultursponsoring im Kontext interkultureller Beziehungen.	Universität Hildesheim	2004	Non Profit (NP)		
Beger Gerrit (Magister)	Instrumentelle Aspekte, strategische Orientierung und eine Fallstudie am Bsp. Der Philip Morris International.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Sponsoring (S)	(00-007)	
Behrendt Tanja (Magister)	Interne Umsetzung eines Corporate Identity- Konzeptes in Zeitschriftenverlagen.	Freie Universität Berlin	1997	Unternehmenskommunikation (UK)		
Behrens Britta (Magister)	NOKIA DisConnecting People. Unternehmenskommunikation in der Krise.	Universität Trier, Medienwissen-schaft	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)	
Beitat Katja (Magister)	Karriere und Dynamik politischer Skandale in der medialen Öffentlichkeit: Der Fall Jürgen W. Möllemann. Eine Fallstudien-darstellung mittels Mehrmethodenanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Fallstudien (F)	(04-082)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
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 UK	UBL: kommunikation (I- E-Book	
Benedik Christian (Diplom)	Benchmarking als Grundlage der PR-Äquivalenzanalyse im Vergleich zu anderen Ansätzen der PR-Evaluation	Universität Wien		1997 Theorie (PR-T)		
Bennemann Steffen (Magister)	Untersuchung und Evaluation der Kommunikation eines Open Air Events sowie Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes – am Beispiel der Nachtdigital.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Fallstudien (F); 2008 Konzeption (K)		
Bentele Günter (Abschlussbericht)	Berufsfeld Public Relations. PR-Fernstudium. Studienband 1. In Kooperation mit H. Avenarius, U. Döring, R. Fuhrberg, T. Liebert, P. Szyszka.	Berlin: PR-Kolleg		1998 Theorie (PR-T)	als Kopie (13-00423)	
Bentele, Günter; Liebert, Tobias; Reinemann, Carsten (Abschlussbericht)	PR in der kommunalen Verwaltung. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Stadtverwaltung Leipzig. (2 Bde.) Integrierte Kommunikation als Dienstleistung. Theoretische Grundlagen	Universität Leipzig, Institut für KMW		1998 Theorie (PR-T)		
Berg Christian (M.A.)	und eine Profilanalyse deutscher Kommunikations-agenturen. Copy – it's your nature? Eine empirische Fallstudie zum Verhältnis	Universität Leipzig, Institut für KMW		2011 Theorie (PR-T)		
Berger Bianca (Magister)	zwischen Journalismus und PR auf Basis des Intereffikationsmodells. Das Beispiel Games Convention 2006.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Journalisms / PR 2007 (J/PR)	(08-021)	
Bergmann Grit (Magister)	Die Öffentlichkeitsarbeit von 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		Online PR 2016 (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)		
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 B569	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
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)		
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	Unternehmenskommunikation (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	Unternehmenskommunikation (UK)	(02-005)	
Bischoff Undine (Diplom)	Messe-Medienarbeit. Effiziente Kommunikation des Ausstellers am Beispiel der Touristik - Ein Leitfaden für Aussteller.	Fachhochschule Kempten	1994	Fallstudien (F)		
Bißwanger Luisa (M.A.)	Wertschöpfung durch Thought Leadership im Kommunikationsmanagement.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Kommunikationscontrolling, Image, Leadership, Unternehmenskommunikation (C, I, LEA, UK)	(17-095)	
Bittner Katharina (Magister)	Wie Journalisten mit der Pressearbeit von Unternehmen umgehen. Ein internationaler Vergleich: Deutschland, USA, China.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Unternehmenskommunikation (UK)	(11-151)	
Blaschka Martin (M.A.)	Der ökonomische Wertbeitrag von Gesundheitskommunikation. Wertidentifizierung und datenbasierte Erfolgsmessung präventiver Gesundheitskommunikation bei gesetzlichen Krankenkassen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Kommunikationscontrolling (C)	(17-097)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Blombach Malte (Magister)	Die Entwicklung von Unternehmensleitbildern. Nachhaltigkeitskommunikation auf Websites – Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten für die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Unternehmenskommunikation (UK)	(02-030)	
Blumtritt Michelle (B.A.)	Unternehmenskommunikation in der Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	CSR-Kommunikation (CSR)	(14-130)	
Boehm Martin (Magister)	Selbstreflexion zum journalistischen Berufsethos – Der Fall Barschel und die Presse. Recruiting und Employer Branding im Social Web. Eine Untersuchung zur Kommunikation der DAX-Unternehmen	Freie Universität Berlin	1991	Fallstudien (F)		
Bohne Franziska (B.A.)	auf den Karriereseiten im sozialen Netzwerk Facebook. Vernetzungsaspekte einer Marktkommunikation am Beispiel der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Online PR (O-PR)		
Bohnert Jana (Magister)	Feldschlößchen AG, Dresden. (2 Bde.) Corporate Listening in der Unternehmenskommunikation. Theoretische Modellierung und Definition des	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Fallstudien (F)		
Borner Maria (M.A.)	organisatorischen Zuhörens als strategischen Kommunikationsmodus.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Unternehmenskommunikation (UK)	(15-107)	
Borner, M., Goller, A., Holpert, B., Schaich, A., Tasyürek, C., & Volk, S. (FTP)	Studie Mittelstandskommunikation 2015: Verständnis, Stellenwert und Struktur von Kommunikation vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen. Einflussfaktoren auf die Glaubwürdigkeit von CSR-Maßnahmen und Kommunikation im Kontext öffentlicher Vertrauensbildung. Modellentwicklung sowie eine Befragung von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Mitarbeiterkommunikation (MitK)		
Bomhoff Jana (M.A.)	experte und unternehmerischen Bezugsgruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Öffentliches Vertrauen (V)	(12-068)	
Bornman Dawid A. J. (Dissertation)	A Gap Analysis of Employee Perceptions and Expectations of Leadership Communication. Informationsbeschaffung im Rahmen von Public Affairs für Unternehmen der	University of Pretoria	2015	Leadership (LEA)		
Börngen Henryk (Magister)	Energiewirtschaft – Eine Fallstudie der VNG-Verbundnetz Gas Aktiengesellschaft - Die Organisation grenzüberschreitender Krisenkommunikation. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)		
Böhm Alexander (M.A.)	Mehrmethodenstudie zu Kommunikationsabteilungen in Wirtschaft und Politik. Der Einsatz von Instrumenten der internen Unternehmenskommunikation am Beispiel der MIBRAG mbH. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Internationale PR (I-PR); Krisen-PR (KPR)	(12-037)	
Böttcher Tina (B.A.)	Analyse der Kommunikationsformen zur Mitarbeitermotivation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmenskommunikation (UK)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Böttger Jan (Magister)	Politische Public Relations. Wie Öffentlichkeitsarbeiter der Bundesministerien versuchen, ihre Themen auf die Agenda der meinungsführenden Printmedien zu setzen. Eine Fallstudie.	Universität Jena, Institut für Medienwissen-schaft		Politische Kommunikation (PoK); Fallstudien 2003 (F)		
Böttger Peter (Diplom)	Medienlandschaft und Journalismus in Thüringen. Eine analytische und empirische Studie.	Universität Bamberg		1994 Fallstudien (F)		
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		Konzeption (K); 2007 Sponsoring (S)	(07-119 a+b)	
Bohnacker Sabine (Oeckl)	Socio – Sponsoring (Bestandteil der Diplomarbeit)			1993 Sponsoring (S)		
Bolder Eva Charlotte (M.A.)	Unternehmenskommunikation, Kommunikationsmanagement und Mikropolitik. Eine Reinterpretation von Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement im Rahmen eines mikropolitischen Verständnisses von Organisationen. Visualisierung als Nachrichtenfaktor.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Unternehmens- kommunikation (UK); Theorie (PR- T)	(13-073)	
Boleslawski Mirko (Magister)	Neue Möglichkeiten und Anforderungen an aktuelle Pressearbeit für Publikumszeitschriften.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Journalisms / PR 1999 (J/PR)	(00-075 a+b)	
Bollenbach Antje (M.A.)	Erzwungene Professionalisierung? Analyse staatlicher Öffentlichkeitsarbeit im Deutschen Kaiserreich 1890-1914 am Beispiel der „Flottenpropaganda“.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2009 PR-Historie (H)	(10-019)	
Boneberg Christoph (M.A.)	Corporate Social Responsibility-Kommunikation in den USA und Deutschland. Inhaltsanalytische Untersuchung von Websites US-amerikanischer und deutscher Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Image (I); Online- PR (O-PR)	(12-069)	
Borgmann Christina (Diplom)	Probleme der Wissenschafts-PR für klein- und mittelständischen Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Unternehmens- kommunikation 1996 (UK)	(96-011)	
Bornman Dawid Alwyn Jacobus (Dissertation)	Schritte einer sozialen Organisation zum erfolgreichen Fundraising am Beispiel der Stiftung Blindenanstalt Frankfurt am Main SBA.	University of Pretoria		2015		
Bothe Sigrid	Krisenkommunikation von Unternehmen: Eine Replikationsstudie zur Krisenkommunikation im internationalen Kontext.	Frankfurt		1993 Konzeption (K)	(19-043)	
Botvinnik Luliiia (B.A.)	Talent-Management in PR-Agenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2019		
Brachvogel Franziska (M.A.)	Konzeptionelle Grundlagen und empirische Ausprägungen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Unternehmens- kommunikation 2015 (UK)	(15-040)	
Braun Friederike (M.A.)	Bots in der Unternehmens-kommunikation. Eine Analyse der Einsatzmöglichkeiten im strategischen Kommunikations-management.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Unternehmens- kommunikation 2017 (UK)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Brauße Stefan (Magister)	Issues Management in der chemischen Industrie. Bestandsaufnahme eines Kommunikationskonzepts in großen deutschen Chemieunternehmen. Kampagnen in der öffentlichen Kommunikation. Eine Fallstudie und eine Befragung der Verkehrssicherheitskampagne „Lieber sicher. Lieber leben.“ Des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Arbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Issues Management (IM)	(04-046)	
Briege Maïke (Magister)	Die externe PR von mittelständischen Unternehmen am Beispiel eines Göttinger IT-Unternehmens (SYCOR GmbH). Situationsanalyse, Medienresonanzanalyse und Entwicklung eines Kommunikationskonzepts.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Fallstudien (F)	(05-002)	
Brodmann Karola (Magister)	Komik in den Filmen von Ernst Lubitsch am Beispiel von „Blaubarts achte Frau“: Eine Filmanalyse. (2 Bde.)	Universität Bamberg, Germanistik	1992	Fallstudien (F)		
Brömmel Bettina (Diplom)	Visuelle Kommunikation: Potenziale und Grenzen viraler Onlinespots für die Unternehmenskommunikation. Öffentlichkeitsarbeit von Naturschutzgebieten. Untersucht am Bsp. der PR des Nationalpark Sächsische Schweiz. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online PR (O-PR); Unternehmenskommunikation (O-PR)		
Brose Elia (B.A.)	Corporate Content Check. Entwicklung und Anwendung eines Analysemodells für das Qualitätsmanagement der Public Relations im Internet am Beispiel der SDAX-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)	(01-012 a+b)	
Brückner Ivonne (Magister)	Personen-PR: Der CEO als Gesicht des Unternehmens. Unter Berücksichtigung kommunikationspsychologischer Aspekte.	Universität Essen	2002	Internationale PR (I-PR)		
Brüggemann André (Magister)	Stadtwerke Ulm/Neu-Ulm 8SWU) Miteinander in die Zukunft. Bürgernahe PR-Aktionen als Mittel zur Sensibilisierung der Bevölkerung für die Aufgaben eines städtischen Versorgungsunternehmens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmenskommunikation (UK)		
Brüning Marie (B.A.)	Nachrufe in deutschen Tageszeitungen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung am Beispiel von FAZ, FR, SZ, Welt, Stuttgarter Zeitung und der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung. Der Ötzi – ein Medienereignis. Wirklichkeitsvermittlung im Spannungsfeld von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Eine Fallstudie zur jungneolithischen Mumie aus dem Gletscher vom Hauslabjoch.	Heidelberg	1992	Konzeption (K)		
Brudi, Karin/ Blank, Katrin/ Wehnert, Cordula (Konzeption; Oeckl)	Westdeutschen Allgemeinen Zeitung. Der Ötzi – ein Medienereignis. Wirklichkeitsvermittlung im Spannungsfeld von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Eine Fallstudie zur jungneolithischen Mumie aus dem Gletscher vom Hauslabjoch.	Universität Bamberg,	1995	Non Profit (NP)		
Brunn Stefan (Diplom)	Journalisms / PR	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	(J/PR)		
Buchele Mark-Steffen (Magister)						

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Buchele Mark-Steffen (Dissertation)	Der Wertbeitrag von Unternehmenskommunikation. Theoretische Grundlagen, kritisch-analytische Bestandsaufnahme und dimensionale Modellierung.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen-schaften 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. Probleme der Imagebildung in der Wirtschaftskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der PR für Wohnparks.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)		
Buchheim Ulrike (Diplom)	Internetbasierte Bewegtbildkommunikation in der politischen Kommunikation: Regierungs-kommunikation auf dem YouTube-Kanal der Bundesregierung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(99-019)	
Buchmann Johannes (M.A.)	Entwicklung einer Marketingkonzeption für den AIRPORT LINER. Empirische Studie über ein länder-übergreifendes Nahverkehrsprojekt.	Universität Trier	1992	Konzeption (K)		
Buchmann, Margot; Fuchs, Sonja (Diplom) (Oeckl)	Vergleich des kommunikativen Auftretts von Finanzdienstleistern in Deutschland in konjunkturellen und rezessiven Phasen.	TU Berlin, Geisteswiss. Fakultät	2003	Fallstudien (F)		
Budziarek Tatjana (B.A.)	Nationenimages und internationale politische Public Relations am Beispiel Finnlands.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Politische Kommunikation (PoK)		
Buhl Annekatri (Magister)	Controlling und Evaluation von Events. Konzeptionelle Grundlagen, empirische Bedeutung und Entwicklung eines Modells zur Event-Evaluation. Mitarbeiter als Corporate Influencer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Unternehmenskommunikation (UK)	(08-004)	
Bui Thu Hoai (M.A.)	Ein Framework zur Integration durch das Kommunikationsmanagement. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018		(19-018 a+b)	
Bulla Martha (M.A.)	Crossmediale Ansätze in der externen Wissenschaftskommunikation. Analyse von Strategie und Strukturen ausgewählter Forschungseinrichtungen. Storytelling in der Unternehmenskommunikation – mehr als nur Geschichten erzählen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Wissenschafts- und Innovationskommunikation (WIK)	(16-148)	
Bullmann Janina (B.A.)	Sportberichterstattung für Kinder im Fernsehen. Eine interpretative Analyse am Beispiel der Sendung „Pfiff“ (ZDF). Glaubwürdigkeit von CSR-Kommunikation aus der Sicht von Wirtschaftsjournalisten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmenskommunikation (UK)	(11-058)	
Bunk Corinna (Magister)	Wissenschaftssponsoring als Kommunikationsmanagement für Unternehmen und als Finanzquelle für Hochschulen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1992	Fallstudien (F)		
Bunk Lena (Magister)			2010	Fallstudien (F)	(10-120)	
Burkert Angela (Magister)			1998	Sponsoring (S)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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)		
Burrow 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)		
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)		
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)		
Butler Wilfried von (Magister)	Kirchliche Identität der Öffentlichkeitsarbeit. Eine kommunikationsgeschichtliche 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. Der Einsatz von Bewegtbildern für den Aufbau von Vertrauen in der Online-Kommunikation – eine	Universität Bamberg	1991			
Carius Laura (B.A.)	empirische Analyse von „Fashion- und Beauty-Blogs“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Online-PR (O-PR)	(14-009)	
Cauers, Christian (Diplom) (Oeckl)	Mitarbeiterzeitschriften in Deutschland 2003. Strategische Kommunikation und Leitbildentwicklung bei Nonprofit- Organisationen. Fallbeispiel: Das Institut für Angewandte Trainingswissenschaft.	Hochschule für Musik und Theater, Hannover	2003	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Chitralla Christian (Magister)	Beziehungen zwischen Unternehmen und Social-Media-Influencern. Theoretische Modellierung und empirische Überprüfung anhand der Prinzipal-Agent-Theorie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Non Profit (NP); Fallstudien (F)		
Cimiotti Gina (M.A.)	Corporate Publishing: Eine analy- tische Bestandsaufnahme unter besonderer Berücksichtigung des Instrumentes „Imagebroschüre“ und eine Inhaltsanalyse von Image- broschüren wissenschaftlicher Einrichtungen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-090)	
Clauß Franziska (Magister)	Corporate Foundations im Spannungsfeld der internen und externen Positionierung. Probleme der Kommunikations- arbeit kultureller Institutionen. Eine Fallstudie Am Beispiel des Kulturhauses Böhlen.	Fachhochschule Osnabrück	2011	Image (I) Unternehmens- kommunikation (UK)	(11-009)	
Claves Hubert (Diplom) (Oeckl)	Narrative Ansätze in der Online- Unternehmenskommunikation: Chancen und Herausforderungen des Content Marketing. Theorie und empirische Bestands-aufnahmen	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(00-009)	
Cujé, Sarah; Lamotte, Mathilde Helene (B.A.)	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
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 Rumenova Deseva (Magister)	Das Image ‚Made in Germany‘ in Bulgarien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Internationale PR (IPR); Image (I)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Dettmar Rainer (Diplom)	PR ohne Plan. Pressestellen an deutschen Universitäten – Ausstattung, Personal, Aufgaben, Konzepte. Der historische Wandlungsprozess des Praxisdiskurses zur internen Veränderungskommunikation in Unternehmen – eine quantitative	Universität Dortmund, Institut für Journalistik	1994	Fallstudien (F)		
Dicke Laura (B.A.)	Inhaltsanalyse von Branchenmagazinen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(I-UK)		(17-027)
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)		
Dietrich, Kirsten; Ulonska, Angela Dietrich Madlen (M.A.)	Stadt von Anfang an! [Abschlussarbeit zur Berufsqualifikation]	Düsseldorf	1995	Konzeption (K)		
Ding Zhou (B.A.)	Wirkungen und Wirkungsstufen im Kommunikations-Controlling Nationenimages und internationale politische PR am Beispiel Chinas. Analyse und Interviews mit Multiplikatoren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Controlling (C)		(11-127)
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	2010	Issues Management (IM)		(05-013)
Döll Constanze (Diplom) (Oeckl)	Online-PR. Die Nutzung des Internets für unternehmerische Öffentlichkeitsarbeit. Krisenkommunikation im Infektions-skandal des Klinikums Bremen- Mitte. Eine inhaltsanalytische Untersuchung	Hochschule der Künste Berlin	2000	Unternehmenskommunikation (UK)		
Dommert Anna (B.A.)	der Bericht-erstattung von Weserkurier und Welt. Die Rolle des Social Media Managers – Eine explorative Analyse des Berufsbildes von Social Media-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Konzeption (K); Fallstudien (F)		(13-191)
Dörfer Anna (B.A.)	Verantwortlichen in der Organisationskommunikation. Heritage Communication auf Corporate Websites: Eine Benchmark-Analyse von Unternehmen in	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Online-PR (OPR)		
Dörfer Anna (M.A.)	Deutschland, Großbritannien und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmenskommunikation (UK)		(17-052)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Döring Ulrike (Dissertation)	Öffentlichkeitsarbeit der evangelischen Kirche in Deutschland: Eine Bestandsaufnahme. Historische Entwicklung, theologische und kommunikationspolitische Determinanten sowie kritische Analyse berufsfeldbezogener 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	(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 Kommunikationsaktivitäten 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)	
Dreßig 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)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Dühring Lisa (Magister)	Steuerung trotz Komplexität oder Steuerung durch Komplexität? Theoretische Ansätze und Verfahren zum Umgang mit Komplexität im Kommunikations-management.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmens- kommunikation (UK)	(08-018)	
Dühring, Lisa (Disserta- tion)	Reassessing the Relationship between Marketing and Public Relations. New Perspectives from Philosophy of Science and History of Thought.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Theorie (PR-T)		
Dunant Jeffrey (Magister)	Gerüchte in der Finanz- kommunikation. Kommunikationstheoretische und sozialwissenschaftliche Grundlagen, Relevanz für Investor Relations und Experteninterviews.	Universität Leipzig, Institut für KMW	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) Unternehmens- kommunikation (UK); Öffentliches Vertrauen (V)	(17-019)	
Dziemballa Hanna (B.A.)	„Nach der Quote ist vor der Quote“: Analyse der Kommunikation von DAX-Unternehmen zur Einhaltung der Frauenquote im Aufsichtsrat.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018			
Dworek Karolina(B.A )	Employer Branding im mittel- ständischen Unternehmen. Dargestellt am Beispiel des Freistaates Sachsen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014			

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Ebert Julian (M.A.)	Nachhaltigkeitskommunikation der Hidden Champions. Theoretische Grundlagen und empirische Analyse der Kommunikation von Corporate Social Responsibility mittelständischer Weltmarktführer in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	CSR- Kommunikation (CSR)	(15-085)	
Echterhoff Jutta (Oeckl)	durch außerprogrammliche Kommunikation am Beispiel von RTL. What Motivates Students To	Universität Essen	1999	Fallstudien (F)		
Eder Linda (Magister)	Become Active? Applying the Situational Theory of Publics to the Student Protests in Leipzig. PR interkulturell – eine qualitative	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Theorie (PR-T)	(10-102)	
Edler Janine (Magister)	Analyse deutscher und französischer Unternehmenskommunikation im jeweiligen Nachbarland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Internationale PR (IPR)		
Eggert Kati (Diplom)	Frühwarnung und Früherkennung in der Öffentlichkeit.	Universität Göttingen	1999			
Eichholz Martin (Magister)	Die PR Dt. Wirtschaftsunternehmen im Internet: Monolog oder Dialog?	Universität Mainz	1997	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Eitel Maren (M.A.)	Interne Kommunikation mit Blue-Collar-Mitarbeitern im digitalen Zeitalter. Theoretische Grundlagen und eine empirische Untersuchung am Fallbeispiel Siemens Energy. Wissenschaftskommunikation öffentlicher Forschungseinrichtungen im Internet. Fallstudie zur	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens- kommunikation (UK); Fallstudien (F)	(13-074 a+b)	
Elsner Bianka (M.A.)	Untersuchung organisationaler Prozesse und strategischer Konzepte am Beispiel der Fraunhofer-Gesellschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Wissenschafts- und Innovations- kommunikation (WIK)	(17-099)	
Elze Corinna (Magister)	Die Selbst- und Fremddarstellung der Leipziger Messe von 1960 bis 1963. Eine Inhaltsanalytische Fallstudie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	PR-Historie (H)	(98-042)	
Emmerich Michelle (B.A.)	Agenda-Setting in der PR-Branche durch Studien von Agenturen – Analyse von Themen und Methoden. Akzeptanz und öffentliche	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Fallstudien (F)	(12-051)	
Enders Gisela (Diplom)	Beziehungspflege einer Schlüsselindustrie mit Risiko-potential. Versuch einer soziologischen und theologischen Annäherung.	Albert-Ludwigs- Universität im Breisgau	1991	Sponsoring (S); Öffentliches Vertrauen (V)		
Endres Susanne (Diplom)	Krisen-PR. Unternehmenskommunikation in schwierigen Situationen.	Friedrich-Alexander- Universität, Erlangen-Nürnberg	1992	Krisen-PR (KPR)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Engel Christian (M.A.)	Investor Relations als Teilbereich der Integrierten Kommunikation? Reflektion etablierter theoretischer Ansätze, empirische Statuserhebung und Beurteilung der Sinnhaftigkeit. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Investor Relations (IR)		
Engel Elvira (B.A.)	Transparenz in der PR-Praxis – Eine qualitative Untersuchung zum Umgang mit Transparenz in der Unternehmenskommunikation der deutschen Automobilbranche. Die externe OA von Energie-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014			
Engelmann Uta (Magister)	konzernen im Rahmen der Liberalisierung des deutschen Strommarktes. Eine Fallstudie am Bsp. Bayernwerk AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Unternehmens- kommunikation (UK)	(01-016)	
Enke Nadja (M.A.)	Social Media Kommunikation von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Theoretische Modellbildung und inhalts-analytische Untersuchung der Social Media Kommunikation öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	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
Fähnrich Birte (Dissertation)	Science Diplomacy: Rahmenbedingungen, Ziele, Formen und Effekte strategischer Kommunikation in der auswärtigen Wissenschaftspolitik. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2012	Theorie (PR-T)	UBL: 01H- 2013-224	
Fähnrich Birte (Magister)	Selbst- und Fremdbilder von jungen Deutschen und Polen im Rahmen der europäischen Integration. Analytische Bestandsaufnahme sowie empirische Studie am Beispiel des Programms KAFKA der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Image (I)	(06-073)	
Fecher Nirawadee (M.A.)	Der Einfluss von Partizipation und Storytelling auf den Sponsoring-erfolg. Eine experimentelle Befragung. Die empirischen Methoden der PR-Evaluation. Systematische Darstellung und eine praxis-orientierte Anleitung zur Konzeption, Durchführung und Auswertung von Medienresonanzanalysen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(17-055)	
Fechner Ronny (Magister)	Intereffikation von Journalismus und Presse- bzw. Medienarbeit als integraler Bestandteil von Organisationskommunikation. Analyse, Operationalisierung und Erweiterung eines Kommunikationsmodells. (3 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Theorie (PR-T)	(05-014)	
Fechner Ronny (Dissertation)	Die Pressefreiheit der deutschen Automobilhersteller. Eine empirisch Analyse der journalistischen Selektion und Verarbeitung von Pressemitteilungen der deutschen Automobilherstellung in Tageszeitungen, Wirtschaftszeitung und Nachrichtenmagazin ....	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2017	Journalismus/PR (J/PR)		
Fecht Udo (Dissertation)	Öffentliches Vertrauen in das Gesundheitssystem. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung über die sogenannte „Schweinegrippe“.	Westfälische Willhelms-Universität Münster, Philosophische Fakultät	1997	Journalismus/PR (J/PR)	UBL: als Buch 99-9- 1251-(1)	
Fein Katharina (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Öffentliches Vertrauen (V)	(10-103)	
Feldmann, Gesä; Stetzler, Siegfried; Wilcken, Sabine	Kultur mit Profil. Konzeption zur Steigerung der Akzeptanz des Kulturkanals Arte.	Dossenheim	1993	Konzeption (K)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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)	
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)	
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)		
Finstler Patrick (Magister)	Markenmanagement eines Automobilherstellers am Beispiel Volkswagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Fischer Benedict Moritz (M.A.)	Mitarbeitermagazine auf mobilen Endgeräten. Theoretische Grundlagen und empirische Analyse mobiler Mitarbeitermagazine von in Deutschland tätigen Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Interne Unternehmens- 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)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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., Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung als Zentrum der Regierungskommunikation. Funktion – Struktur – Personal.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-045)	
Flume Christina (Transfer)		Universität Bamberg		Fallstudien (F)		
Förg Birgit (Magister)	Ethische Aspekte der Public Relations.	Universität Bamberg Universität Leipzig,	1996	Ethik (E)		
Förg Birgit (Dissertation)	Moral und Ethik in der PR. Grundlagen- theoretische und empirische Analysen – Perspektiven. Verantwortungszuschreibung im Krisenfall. Ein Vergleich der Krisenkommunikation der Stadtwerke Hannover, Stadtwerke Leipzig und Stadtwerke München.	Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	2001	UBL: als Buch AP 17420 F654 M8		
Formann Sarah (B.A.) Forster		Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Krisen-PR (KPR)		
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)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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 Videospielebranche am Beispiel des Amoklaufs Winnenden. Vertrauen und Vertrauensverluste durch Medienberichterstattung? Eine Fallstudie am Beispiel von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Krisen-PR (KPR)	(13-090)	
Fritzsche Anett (Magister)	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. Wissenschaft in der Öffentlichkeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Online-PR (OPR)	(14-067)	
Fröhlich Anja (Magister)	Public Relations der deutschen Akademien der Wissenschaften. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	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)		

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

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Geppert Romina (M.A.)	Öffentliches Vertrauen in NPOs. Die Einflussnahme medialer Berichterstattung auf das öffentliche Vertrauen am Beispiel einer Nonprofit-Organisation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Non Profit (NP)	(17-101)	
Gerasch Melanie (B.A.)	Finanzkommunikation 2.0: Benchmark-Studie zum Einsatz von Social Media auf den Investor-Relations-Websites börsennotierter Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Investor Realtions (IR)	(11-049)	
Gerhardt Paula (B.A.)	Analyse von Virtual Reality Inhalten, welche im Kontext zu Non-Profit-Organisationen stehen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019			
Gerlieb Cornelia (Diplom)	Die Konzipierung einer Mitarbeiterzeitschrift. Erläutert am Beispiel der Zeitung für die Buna Sow Leuna Olefinverbund GmbH - Mitarbeiterbindung, roter Teppich fürs Personal. Eine PR-Konzeption zur Implementierung von kommunikativen	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	Fallstudien (F)		
Gerst John-Miles (B.A.)	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. Social-Media-Kommunikation in der Kultur-PR. Untersuchung ausgewählter	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Startup- Kommunikation (ST-K)	(18-065)	
Gerth Nadine (B.A.)	Facebook-Beiträge einer Kulturinstitution bezüglich der Anwendung von Strategien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online-PR (O-PR)	(17-078)	
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“. Das Amtsblatt als Medium der kommunalen Öffentlichkeitsarbeit von Städten. Eine Kommunikator-befragung bei den Sprechern deutscher	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K)		
Göcke Jana (Magister)	Großstädte und eine Leserbefragung am Beispiel des Amtsblattes der Stadt Halle (Saale).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Regionale PR (RPR)	(04-056)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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)		
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 Christopher (M.A.)	Die Positionierung des Chiefs Financial Officers (CFO). Eine qualitativ-explorative Untersuchung der Finanzvorstandspositionierung in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmenskommunikation (UK); Finanz-Kommunikation (FiKo)	(19-022)	
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)		
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)	
Grahl Thomas (B.A.)	Kommunikation der Fraktionen im Leipziger Stadtrat. Nachhaltigkeitskommunikation in Social Media. Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten für die Unternehmenskommunikation in der Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2011	Politische Kommunikation (PoK)		
Graupner Kathleen (B.A.)	Echter Dialog in der Führungskommunikation. Theoretische Grundlagen, Konzeptualisierung und kritische Bewertung der Implementierungschancen echten Dialogs im Kontext der organisationalen Führungskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online-PR (O-PR)		
Grebenar Ana-Marija (M.A.)			2016	Leadership (LEA)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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. Mobile Nachrichtenrezeption über Online-Kanäle und deren Wirkung auf den Rezipienten. Die Rolle des politischen Interesse bei der Anschlusskommunikation als	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmens- kommunikation (UK)	(09-048)	
Grimm Lena (B.A.)	Medienwirkung auf beiläufige Online-Nachrichtenkontakte. Integration von Social Media in die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Politische Kommunikation		(19-050)
Groller Anja (M.A.)	Sponsoringaktivitäten von Unternehmen. Die Wirkung von Symbolen beim	Freie Universität Berlin	2004	(PoK)		
Gruber Anja (Magister)	Schaffen von Awareness am Beispiel des Börsengangs der Deutschen Postbank AG. PR auf dem Weg zu einer	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Fallstudien (F)	(06-039)	
Grünberg Patricia (M.A.)	Profession? Eine Inhaltsanalyse von Stellenanzeigen des Jahres 2008. Feminisierung von PR. Eine Studie zu Einfluss und Stellung von Frauen im	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Theorie (PR-T)	(10-013)	
Gründl Kludia (Diplom)	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. Verhältnis von Journalismus und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)	(01-055)	
Grünert Jana (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune. Eine Fallstudie: Befragung Leipziger Journalisten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	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 Unternehmenskommunikation, Dargestellt am Beispiel des Deutsche Bank TV-Projektes. Facebook in der Event- und Veranstaltungskommunikation. Entwicklung eines Social-Media-	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	Unternehmens- kommunikation (UK)	(98-062)	
Gudat Anna (B.A.)	Konzepts für das Tourismus-marketing Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Regionale PR (RPR)	(12-099)	

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

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Halff Gregor J. (Dissertation)	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. „Reden wir darüber“? – Die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Haller Monika (Diplom)	Kommunikationspolitik der Deutschen Bank im Fall Schneider“ zwischen Anspruch und Wirklichkeit. (Anlagenband)	Bayrische Akademie der Werbung	1994	Fallstudien (F)		
Hallmeier Kristina (Magister)	Pressemappen als PR-Instrument. Die Aufgaben und Leistungen des PR- Instrumentes „Pressemappe“ am Beispiel seines Einsatzes bei Herstellern medizinischer Produkte zur Krankheitsdiagnose und – therapie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Journalismus/PR (J/PR)		
Hallwisch Susanne B. (Diplom)	PR-Konzept zur Einführung von SilverStream am deutschsprachigen Markt.	Institut München, BAW Universität	1999	Konzeption (K) Finanz- Kommunikation		
Hammann Kerstin (M.A.)	Investoren und Aufsichtsrat im Dialog.	Leipzig, Institut für KMW	2017	(FiKo)	(17-145)	
Hammer Janine (Magister)	Geschäftsprozessmanagement in der Unternehmenskommunikation. Diditale Strategien in der Fußball Bundesliga. Eine empirische Analyse von Inhalten und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(10-045)	
Handreck Fabian (M.A.)	Darstellungsstrategien der 18 Erstligisten auf Instagram 2017.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Kampagnen (PR-K); Image (I); Online-PR (OPR)	(17-158)	
Handt Daniela (Magister)	Die Öffentlichkeit der Sport- verbände – eine kritische Bestandsaufnahme. Brand Lands als Instrument der Mitarbeiteridentifikation und -bindung. Eine Untersuchung von Marken- Erlebnisswelten aus Sicht der internen Unternehmens-kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(00-011)	
Hannig Anika (M.A.)	<b>Anlagenband nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(13-076a)	
Hantke Mandy (M.A.)	Kopplungsgeschäfte als Problem- feld im Spannungsfeld zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Einbindung von Social Media in die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Theorie (PR-T)		
Hantsch- mann Tino (M.A.)	Öffentlichkeitsarbeit. Eine Analyse von Nonprofit-Organisationen der Medien- und Pressefreiheit.	Leipzig School of Media	2013	Online-PR (OPR)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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. Führungskräftekommunikation im Industrieunternehmen – Entwurf eines	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	(UK)		(12-031)
Harenburg Matthias (B.A.)	Kommunikationskonzepts zur Führungskräftekommunikation bei der Siemens Power Generation. Medienmonitoring als Bestandteil des Kommunikationsmanagements.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	(UK)		
Harnisch Claudia (Magister)	Inhaltliche Entwicklungstendenzen und Analyse der Medienmonitoring-Dienstleisterbranche. (3 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	(UK)		
Hartmann Bernd Michael (Dissertation)	Kommunikationsmanagement von Clusterorganisationen. Theoretischer Referenzrahmen und Ergebnisse empirischer Forschung.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	2014	(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. Media Relations im mobilen Internet. Grundlagen und	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)		(99-023)
Hase Michaela (M.A.)	Qualitätskriterien für die Pressearbeit im Zeitalter von Smartphones und Mobilkommunikation. Öffentlichkeitsarbeit von Messeausstellern: Theoretischer Rundblick über die Öffentlichkeitsarbeit im	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Online-PR (OPR); Fallstudien (F)		(11-006)
Haslauer Klaus (Diplom)	Umfeld von Beteiligungen an Messen und empirischer Exkurs am Beispiel der Salzburger Land Tourismus Gesellschaft. Die Rolle der Online-PR im Rahmen von Unternehmenskrisen.	Universität Salzburg	1997	Fallstudien (F)		
Haubold Jana (Magister)	Literaturbestandsaufnahme und eine Expertenbefragung bei ausgewählten Themen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Krisen-PR (KPR)		(03-027 a+b)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Haubold Sandra (Magister)	Das Verhältnis von Public Relations und Journalismus in der Musik- branche. Eine Input-Output-Analyse am Beispiel Polydor und der Künstlerin Senait im Rahmen des deutschen Grand Prix Eurovision Vorausscheidendes 2003.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Journalismus/PR (J/PR)	(05-005)	
Haustein Diana (B.A.)	Kontrolle der Kontrolle. Analyse und Konzeption der Evaluierung eines Kommunikationsinstruments in einem Finanzdienstleistungs-unternehmen. PR von Sportverbänden. Einen kritische Bestandsaufnahme der Öffentlichkeitsarbeit von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmens- Kommunikation (UK); Konzeption (K)		
Havel Dirk (Magister)	Landessportbünden, Spitzen- verbänden 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 Unternehmens- kommunikation am Beispiel der Volkswagen AG. (2 Bde.) <b>Anhang nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	20 11	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)		
Heimann Andreas (Magister)	Politik im Programm? Eine Analyse zur Bedeutung politischer Inhalte am Beispiel der Hauptnachrichten von ARD und RTL.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissen- schaft	2008	Journalismus/PR (J/PR)		
Heine Daniel (M.A.)	Regieren im Social Web – Möglich- keiten 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)	
Heinrich Jennifer (Magister)	Theorie und Praxis in der Öffentlichkeitsarbeit in Frankreich: Les relations publiques. Systematische Literatur-bestandsaufnahme und Expertenbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Theorie (PR-T)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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. Strategische Kommunikationsplanung in Wirtschaftsverbänden. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmens- Kommunikation (UK); Krisen-PR (KPR)	(09-021)	
Helfen-berger Tina Sara (M.A.)	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		
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)		
Henke Cindy (B.A.)	Politische Gegenöffentlichkeit im Internet am Beispiel von Weblogs. Ägyptische Blogs als Vorbereiter der Lotusrevolution? Eine Inhaltsanalyse.	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. Storytelling in der Finanzkommunikation. Eine inhaltsanalytische	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	PR-Historie (H)	(97-021)	
Henniger Isabel (M.A.)	Untersuchung zum Einsatz narrativer Darstellungsformen in Geschäftsberichten.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Investor Relations (IR)	(15-110)	
Hensel Kristin (Magister)	Untersuchung zur unternehmensspezifischen Bedeutung von Public Relations – Eine Replikationsstudie. (2 Bde. mit Anhang)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Krisenkommunikation bei Lebensmittelskandalen Eine Untersuchung zur	zielgruppengerechten Kommunikation während Krisen in der Lebensmittelbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Krisen-PR (KPR)	(13-044)	
Herber Melanie (B.A.)	Public Relations – Herausforderung für sächsische Unternehmen.	HS Technik & Wirtschaft Dresden	1997	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Herbst Torsten (Diplom)	Lobbying in Deutschland. Untersuchung von Interessenvertretung und ihrer Reichweite unter Zuhilfenahme	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Politische Kommunikation (PoK)		
Herda Marika (M.A.)	des Vetospieler-Theorems nach George Tsebelis.					

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Hering Claudia (Magister)	Stadtmarketing und kommunale OA. Eine kritische Analyse der organisierten Stadtkommunikation von Zeititz 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 (Disserta- tion)	Risikomanagement für Public Relations. Theoretische Fundierung und instrumentelle Systematik zur Handhabung publizistischer Risiken.	Leipzig, Fakultät für Sozialwissen- schaften und Philosophie	2006	Image (I)	UBL: 01H-2007- 700	
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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	(08-065)	
Hewelt Karolin (Magister)	Bestandsaufnahme und Perspektiven im Vergleich Deutschland/USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Sponsoring (S)		
Hickisch Fanny (Magister)	Evaluation und Controlling von Sponsoring.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Online-PR (OPR); Fallstudien (F)		
Hieber Manuela (Magister)	Vergleich zwischen Deutschland und den USA anhand von Fallbeispielen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Fallstudien (F)	(01-056)	
Hienzsch Matthias (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	2007	PR-Historie (H)		
Hildebrandt Nadja (Diplom)	Die Geschichte der Presse- mitteilung in Deutschland. Von den Anfängen bis zum Ende der Weimarer Republik.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	PR-Historie (H)	(98-051)	
	Die historische Entwicklung der Public Relations in Deutschland. Eine Fallstudie der Kommunikations- aktivitäten von Alfred von Tirpitz	Universität Leipzig, Institut für KMW				

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Hillenbach Maïke (Magister)	Impression Management und Personen-PR. Eine Literatur- bestandsaufnahme und ausgewählte Fallbeispiele. Das Kommunikationsmanagement internationaler Unternehmen in Südostasien: Eine Befragung von 14 regionalen Kommunikations- verantwortlichen zum Status-Quo der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Image (I)	(01-032)	
Hintermayr Susanne (M.A.)	Managementbereiche Planung, Organisation und Personal- management. Public Relations als Erfolgsfaktor in der New Economy. Theoretische Betrachtungen zur Kommunikation für Online-Marken und eine PR-Evaluation	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Internationale PR (IPR)	(15-111 a+ b)	
Hintz Gregor (Magister)	am Fallbeispiel des Online- Ticketproviders www.getgo.de. (2 Bde.) Marken im Internet: Chancen und Herausforderungen für die Online-PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)	(04-009 a+b)	
Höfer Sandra (Magister)	Eine Untersuchung bei Markenartikelherstellern in Deutschland. Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Online-Unternehmens- kommunikation. Entwicklung eines	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Online-PR (OPR)	(03-028)	
Höhne Claudia (M.A.)	Bezugsrahmens und inhaltsanalytische Untersuchung von Websites deutscher Energieversorger. Glaubwürdige Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online-PR (OPR); Unternehmens- Kommunikation (UK)	(10-077)	
Hölling Christian (Magister)	Fallstudie am Beispiel des Überwachungsskandals des Unternehmens LIDL. Advertorials: Zielsetzung und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)		
Hoepfner Jörg (Magister)	Rezeption von redaktionell gestalteten Anzeigen in Publikumszeitschriften. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	Werbung (W)	(98-063 a+b)	
Hoepfner Jörg (Disserta- tion)	Public Relations für Marken. Analyse, Modellbildung und empirische Überprüfung. Einsatz von Online-Kunden- magazinen im Corporate Publishing. Eine vergleichende Inhaltsanalyse der gedruckten und digitalen Ausgaben von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010		UBL: 01H- 2011-36	
Hörügel Lina Cosima (M.A.)	Kundenzeitschriften der umsatzstärksten Unternehmens Deutschlands.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online-PR (OPR)	(16-079)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Hoffmeier Johanna Maria (M.A.)	Social Media-Kommunikation deutscher Tageszeitungen. Eine Inhaltsanalyse der Facebook-Auftritte etablierter Medien-organisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW, Journalistik	2016		(16-047)	
Hofmann Nicola (Diplom)	Public Relations-Kampagnen: Eine Fallstudie. Darstellung der PR Kampagne „Abfall ist kein Müll“ der Agentur Leipziger & Partner PR GmbH. Die Kundenzeitschrift als Instrument im Corporate Publishing unter besonderer Berücksichtigung von crossmedialen Strategien. Eine analytische Betrachtung und eine Inhaltsanalyse der Kunden-zeitschrift RWE Magazin von 2000 bis 2010.	Universität Bamberg	1992	Kampagnen (PR-K)		
Hofmann Katrin (Magister)	PR-Bezüge bei Anzeigenblättern. Literaturbestandsaufnahme und eine inhaltsanalytische Fallstudie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Fallstudien (F); Unternehmens- kommunikation (UK)		
Hofmann Kerstin (Magister)	Die Pressearbeit der Deutschen Bundeswehr. Öffentlicher Diskurs, interne Organisation und Fallstudienanalysen in der Vor- und Anfangsphase.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Theorie (PR-T); Fallstudien (F)		(99-037)
Hofmann Maximilian (M.A.)	Kommunikation mit institutionellen Investoren beim Angriff eines aktivistischen Aktionärs. Eine explorative Untersuchung der Erwartungen von Investoren-vertretern im deutschen Aktienmarkt. Social Media als Einflussfaktor auf die Geschäftsberichterstattung. Eine literaturbasierte Untersuchung der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Investor Relations (IR)		(18-132)
Hofmann Susanne (B.A.)	Integration von Social Media in Geschäftsberichten von börsen- orientierten 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	Unternehmens- Kommunikation (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 (Disserta- tion)	An intersubjective and a social systemic public relations paradigm. Webcasts in der Finanz- kommunikation. Theoretische Systematisierung und Benchmark- Studie zur Nutzung von Webcasts auf den Online-IRPortalen der DAX 30- Unternehmen.	University of Roskilde, Denmark	1996	Theorie (PR-T)		
Holzmann Christine (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Investor Relations (IR); Online-PR (OPR)		(07-127)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Hopf Monika (Diplom)	PR im privaten Rundfunk. Eine Fallstudie der PR-Aktivitäten privater bayerischer Hörfunksender (Radio Euroherz, Radio Antenne Franken, Antenne Bayern). Kommunikationsmanagement für Wissenschaft und Forschung.	Universität Bamberg	1995	Fallstudien (F)		
Hoppe Judith (B.A.)	Stakeholder-Kommunikation einer Forschungseinrichtung am Beispiel der Schweinegrippe.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F) Non Profit (NP)		
Hoppmann Siv-Margret (B.A.)	Coporate 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)	
Horlbeck Bernd	Eigen-PR für PR-Agenturen. Eine empirische Bestandsaufnahme der Selbstdarstellungsaktivitäten in der deutschen Agenturlandschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Hornbostel Tina (Magister)	Die OA der deutschen Energieversorger mit Blick auf den kommenden Wettbewerb. Eine kritische Bestandsaufnahme und das Fallbeispiel der Mitteldeutschen Energieversorgung Aktiengesellschaft (MEAG).	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(00-012)	
Hornig Heike (Diplom)	Ein Methodenkoffer zur wirksamen innerbetrieblichen Öffentlichkeitsarbeit. Mittel zur effektiven Darstellung der Sozialen Welt dargestellt an Beispielen aus zwei großen sozialen Institutionen in Süddeutschland.	Katholische Stiftungsfachhochschule 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)	
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 (J/PR)	UBL: 01H -2009-534	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Huber Andrea M. (Diplom)	Das Forschungsfeld der Gesundheitskommunikation („Health Communication“) im Überblick: Konturen einer neueren kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin.“ Eine Literaturlaufarbeitung. Social Entrepreneurship Organizations im Spannungsfeld zwischen Profit- und Gemeinwohlorientierung. Spezifika und Herausforderungen für die strategische Kommunikation.	Universität Salzburg	1991			
Hüning Theresa (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	CSR- Kommunikation (CSR) / Non Profit (NP)	(18-068)	
Hunter, Antony; Thomas, Douglas (Diplom)	The Relationship of PR and Marketing against the Background of Integrated Communications. A Theoretical Analysis and Empirical Study at US-American Corporations.	Universität Salzburg	1997	Unternehmens- Kommunikation (UK)		

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

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

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Jansen Maria Elisabeth (Magister)	Propaganda in einer pluralistischen Öffentlichkeit. Theoretisch-analytische Grundlegung und eine empirische Untersuchung der Begriffsverwendung in deutschen Qualitätsprintmedien. Machtquellen und Einfluss- potenziale des Kommunikations- managements in Organisationen aus mikropolitischen Sicht.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006		(07-069)	
Jansen Sebastian (M.A.)	Öffentliche Kommunikation gesell- schaftlicher Verantwortung. Zum kulturellen Vergleich von CSR- Kommunikation in organisationalen Feldern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Unternehmens- kommunikation (UK)	(18-133)	
Jarolimek Stefan (Habilitation)	Öffentlichkeit und Öffentlichkeits- arbeit. Theoretische Modelle und deren Transfermöglichkeiten auf praktische Anwendungsprobleme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	CSR- Kommunikation (CSR)		
Johann Anne (Magister)	Volkszählung und der Verlust öffentlichen Vertrauens. Eine zeithistorische Fallstudie und eine vergleichende Inhaltsanalyse der Berichterstattung zum Volks- zählungsboykott 1983 und 1987. (2 Bde.)	Universität Essen	1994	Theorie (PR-T)		
John Corinna (Magister)	Imagekiller 2.0. Angriffe auf die Reputation von CEOs im Social Web. Analyse zu Entwicklungen und Möglichkeiten zur Schadensbegrenzung Die Institutionalisierung der Nach- haltigkeitsberichterstattung bei DAX- Unternehmen. Theoretisch- konzeptionelle Grundlagen und inhaltsanalytische Untersuchung. Strategisches Kundenbeziehungs- management. Community Management im Share Economy Business.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F), Öffentliches Vertrauen (V)	(10-049 a+b)	
Johne Jennifer (B.A.)	PR für periodische Printmedien – Eine Kommunikatorbefragung bei Tageszeitungsverlagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online PR (OPR)		
Joos Dorothea (M.A.)	Stimme und Sprache als Erfolgs- faktor im Impression Management Franz Ronneberger. Kommunika- tionswissenschaftliches Werk unter besonderer Berücksichtigung der PR- wissenschaftlichen Schriften.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Joshi Alexandra Manisha (M.A.)	PR für periodische Printmedien – Eine Kommunikatorbefragung bei Tageszeitungsverlagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Josten Daniela (Oeckl) Jüttner	Stimme und Sprache als Erfolgs- faktor im Impression Management Franz Ronneberger. Kommunika- tionswissenschaftliches Werk unter besonderer Berücksichtigung der PR- wissenschaftlichen Schriften.	Ruhr-Universität Bochum	1999	Fallstudien (F) Unternehmens- kommunikation		
Katrin (Magister)	PR-Ethik in Spanien. Eine Bestands- aufnahme von PR-Berufs- organisationen und Kodizes sowie eine Berufsfeldbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	(UK)		
Junghänel Ivonne (Magister)	PR-Ethik in Spanien. Eine Bestands- aufnahme von PR-Berufs- organisationen und Kodizes sowie eine Berufsfeldbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	PR-Historie (H)	(01-015)	
Jurisch Anne (Magister)	PR-Ethik in Spanien. Eine Bestands- aufnahme von PR-Berufs- organisationen und Kodizes sowie eine Berufsfeldbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Internationale PR (IPR)	(12-063)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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)	
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)	
Kanngießer Johanna (M.A.)	Onlinekommunikation von Freiwilligen Feuerwehren. Entwicklung eines Volunteer-Branding-Konzepts und Untersuchung der Online-aktivitäten Freiwilliger Feuerwehren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online PR (OPR)		
Karwinski Klemens (Diplom)	Ethik und Public Relations – Darstellung des Diskussionsstandes.	Universität Salzburg	1997	Ethik (E) CSR-Kommunikation		
Karwofsky Luise (B.A.)	Interne Corporate Social Responsibility Kommunikation. Innovationskommunikation der Hidden Champions: Konzeptionelle Grundlagen und empirische Analyse	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(CSR)	(17-033)	
Kasprzack Katrin (M.A.)	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. CEO-Kommunikation in Social Media. Eine quantitative Inhaltsanalyse von Unternehmen aus Deutschland und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003		(04-022 a+ b)	
Kaulich Bianca (M.A.)	PR als Instrument im Krisenmanagement – Konsensorientierte Beilegung von Sozialen Konflikten und Risikokontroversen durch dialogische Kommunikation?	Universität Essen	1994	Krisen PR (KPR)		
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. Gebrauchsanweisungen als Kommunikationsmedium. Funktion und Umsetzung anhand ausgewählter Fallbeispiele.	FH Rheinland-Pfalz	1995	Fallstudien (F)		
Kirchberg Anja (Oeckl)		Universität Lingen	1997	Fallstudien (F)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
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 (Mittlerergebirgische 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 strukturierungstheoretische Analyse Internationaler PR.	Ludwig-Maximilian-Universität, München	2008	Internationale PR (IPR)		
Klawitter Henning (Diplom) (Oeckl)	Erfolgsabhängige Honorierung von Public Relations.	Universität Hamburg	2002	Fallstudien (F)		
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 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 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			

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
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. Events als Mittel der Unternehmenskommunikation – Planung des PR Prozesses am Beispiel der Einweihung der Motorenwerke Bad Cannstadt der Daimler Benz AG.	Universität Bamberg, Germanistik	1995	Fallstudien (F)		
Klöpfer Julia (Diplom)	Externe Öffentlichkeitsarbeit kommunaler Verwaltungen und Organisationen am Beispiel der PR für Stadt und Region Altenburg. Sharing Economy und Vertrauen. Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Vertrauensbildung durch Community Guidelines.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1995	Regionale PR (RPR)	(96-050)	
Kloß Julia (B.A.)	Kommunikationsstrategien von Start-ups. Rundfunk – PR im Spiegel der Berichterstattung. Eine Medienresonanzanalyse der Rundfunkanstalten ZDF und RTL im Spiegel. Gesellschaftliche Integration der Teilöffentlichkeit der Senioren durch Kommunikation. Eine Fallstudie am Bsp. Des Vereins „Seniorinnen und Senioren in der Wissens-gesellschaft“	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Öffentliches Vertrauen (V); Konzeption (K); Kampagnen (PR-K)	(17-082)	
Klotz Anna-Sophia (M.A.)	Unternehmenskommunikation. Konzeptionelles Fundament für die Evaluation und Steuerung des Issues Management: Die Issues Management Scorecard.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)	(00-044)	
Knoll Timo (Magister)	Die Agenda der Public Relations. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der deutsch-sprachigen Fachmagazine PR Report, PR Magazin, Pressesprecher und Kommunikationsmanager. Kommunikation von Unternehmensstrategien – Eine internationale Benchmarkanalyse von börsen-notierten Konzernen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Controlling (C)	(13-050)	
Knollmann Ulrich (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)	(17-062 a+b)	(10-090)
Knopfer Christina (B.A.) (Oeckl)		Universität St. Gallen	2005	Image (I)		
Köhler Karolin (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmenskommunikation (UK)	(17-062 a+b)	
Köhler Karolin (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	(10-090)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
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	(F)	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien	(11-002)
Köhler Sophia (B.A.)	„Neue Werbeformen“ und die Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten im Hörfunk. Das Verhältnis zwischen Public Relations und Journalismus. Eine InputOutput-Analyse auf Basis des Intereffikationsmodells, untersucht am	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Werbung (W)		
Költsch Sabine (Magister)	Fallbeispiel der Leipziger Publikumsmesse MODELL & HOBBY mit LEIPZIGER SPIELFEST. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Journalismus/PR (J/PR)	Internationale PR (IPR); Politische Kommunikation	(06-052 a +b)
König Eileen (B.A.)	Nationenimages und internationale politische Public Relations. Eine Analyse des Ungarnbildes in der deutschen Berichterstattung 2010 – 2012.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	(PoK)		
Könnecke Martina (Magister)	Formen, Trends und Strategien des Sportsponsoring als Teil der Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudienanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Sponsoring (S)	Interne Unternehmenskommunikation	(03-075)
Kohl Gertrud (B.A.)	Das Social-Intranet – Über die Einführung der Plattform in Großunternehmen und die Einbindung von Non-Desk Employees. Leserbefragungen im Corporate Publishing. Konzeption und Umsetzung am Beispiel der MDR-Publikumszeitschrift mittendrin.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	(IUK)	Unternehmenskommunikation (UK); Konzeption	(16-021)
Kolibal Denise (B.A.)	Social-Media-Kommunikation politischer Institutionen. Die Kommunikation nationaler Regierungen auf Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	(K)	Politische Kommunikation	(12-054)
Kolibal Denise (M.A.)	Kundenzeitschriften in der Unternehmenskommunikation. Eine Vergleichsanalyse deutscher und russischer Kundenzeitschriften. Ansätze und Möglichkeiten spieltheoretischen Denkens und spieltheoretischer Modelle innerhalb ausgewählter Themen der PR-Wissenschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	(PoK)		(17-113)
Konova Ljudmila (M.A.)	PR-Ethik in Polen. Bestandsaufnahme sekundärer Quellen und eine Berufsfeldbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	(UK)	Unternehmenskommunikation	(12-040)
Kolacny Christian (Magister)	Öffentliches Vertrauen in der Gesundheitsbranche. Am Beispiel der Krisenkommunikation der Universitätsmedizin Göttingen und ihrer Stakeholder im „Organspendeskandal“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Theorie (PR-T)		(07-120)
Konopko Sylwia (Magister)	Kommunikative Integration in und durch Organisationen am Beispiel von Geflüchteten. Interne Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der envia Energie Sachsen Brandenburg AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Ethik (E)		(10-053)
Kopitz Linda (B.A.)					Öffentliches Vertrauen (V)	
Kramer Josephine (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2019			(19-025)
Kramer Manja (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Krause Christina (B.A.)	Die Verbraucherkommunikation von Fastfoodketten im Web 2.0. Eine inhaltsanalytische Untersuchung des Internetportals „Unser Essen. Eure Fragen.“ von McDonald’s.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Kampagnen (PR-K)		
Krause Judith (M.A.)	Innovationen als Gegenstand der Medienberichterstattung. Eine Analyse der Darstellung von Innovationen in der deutschen Presse & Implikationen für die innovationsbezogene Medienarbeit. Effizienter, fortschrittlicher, grüner? Europäische Smart-City-Kampagnen in den Medien. Eine Inhaltsanalyse zum Framing von europäischen Smart-City-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens- kommunikation (UK)	(13-078)	
Krause Lisa (B.A.)	Kampagnen in der regionalen Presseberichterstattung. Die Organisation der unternehmerischen Influencer -Kommunikation. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Kampagnen (PR-K)	(16-063)	
Krause Lisa (M.A.)	qualitative Untersuchung am Beispiel deutscher Startups. PR für kleine und mittelständische	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Startup- Kommunikation (St-K)	(19-026)	
Krause Ramona	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. Authentizität und Inszenierung in der Wahlkampfkommunikation. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Fallstudien (F)	(01-066)	
Krebbler Felix (M.A.)	Analyse des „Substanzwahl-kampfes“ der SPD Baden-Württemberg zur Landtagswahl 2011.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Politische Kommunikation (PoK)	(11-136)	
Krebbler Felix (Dissertation)	Gesellschaftliche Akzeptanz und Kommunikation. Inputorientierte Organisationskommunikation bei Infrastrukturprojekten.	Universität Leipzig, Sozialwissen- schaften und Philosophie	2015	Unternehmens- kommunikation (UK)	UBL: 01H- 2016-412	
Kreitling Holger (Magister)	Das neue Ressort. Warum ist Medienberichterstattung zum festen Bestandteil bundesdeutscher Printmedien avanciert? Eine qualitative Befragung von Ressortleitern und Redakteuren.	Freie Universität Berlin, Institut für Publizistik und KP	1996			
Kress Wibke (Magister)	Kampagnen in der Standortkommunikation – Konzeptionelle Grundlagen und praktische Umsetzung am Beispiel der Kampagnen von Baden-Württemberg und Sachsen-Anhalt. Mitarbeiterkommunikation in	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Kampagnen (PR-K)	(08-0057)	
Kresse Katja (Magister)	Unternehmen speziellen Typs. Analyse der Bedeutung von gering-füßig Beschäftigten in der Unternehmensgruppe Walter Werbung. Adaptionen der PR an den Online-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Kretschmer Jens (B.A.)	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)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Krömer Lisa (B.A.)	YouTube als Kommunikationsplattform deutscher Wirtschaftsunternehmen. Eine inhalts-analytische Untersuchung über die Bedeutung von YouTube für das Social Media Marketing von Kosmetikunternehmen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online PR (OPR)	(17-035)	
Krolzik Daniel (B.A.)	Sündenbock Heuschrecke: Eine PR-Konzeption für die Private EquityBranche in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)	(08-033)	
Kroth Laura Katharina (B.A.)	Event-Kommunikation im Non-Profit-Sektor. Eine PR-Konzeption für den BruttoSozialPreis 2007.	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)		
Kühnert Jarro (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 genossenschaftlichen 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)		
Lange Corinna (Magister)	Perspektiven eröffnen – Orientierung geben. Das Unternehmensleitbild als 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. Kommunikation von Innovationen auf Corporate Websites in Deutschland, Großbritannien, Japan und den USA: Eine Benchmark.-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmens- kommunikation (UK)	(12-56)	
Lange Karoline (M.A.)	Die Verbraucherpresse mit Waren- und Dienstleistungstests. Eine Fallstudie zu Konzept, Entwicklung und Inhalt der Zeitschriftentest, Finanztest und Öko-Test.	Universität Bamberg	1992	Wissenschafts- und Innovations- kommunikation (WIK)	(17-118)	
Langenberg Britta (Diplom)	Die Interdependenzen von Öffent- lichkeitsarbeit und Journalismus. Eine Analyse der Programmarbeit der ARTE Deutschland TV GmbH.	Universität Bamberg	1992	Fallstudien (F)		
Lanz Kathrin (Magister)	Gesamtstatistiken als Evaluations- instrument des Veranstaltungs-wesens in Städten. <b>Vorhanden:</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Journalismus/PR (J/PR)	(08-050)	
Lau Kerstin Cynthia	<b>Kongreßstatistiken als Evaluations- instrument des Veranstaltungs- wesens in Städten : Vergleichbar-keit mit anderen Städten und Neukonzeption am Beispiel Leipzig (Magister: 98-065)</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Regionale PR (RPR)		
Laue Susann (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit im National- sozialismus? Das Spannungsfeld PR und Propaganda – eine Literatur- bestandsaufnahme und das Beispiel Volkswagen. Intereffikationsbeziehungen zwischen PR und Journalismus. Eine Studie über die PR Einflüsse auf die journalistische Berichterstattung über Mega-Events am Beispiel der Expo 2000.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	PR-Historie (H)		
Lausch Katja (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Journalismus/PR (J/PR)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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 Kommunikations-konzept für das Jubiläums-Event des Museums der bildenden Künste zu Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)		
Lehmann Janine (Magister)	Die Stadtkommunikation der Stadt Magdeburg. Bestandsaufnahme der Kommunikationsaktivitäten zweier Ämter und Analyse der städtischen Images in überregionalen Zeitungen. Imagewandel durch Kommunikation: Möglichkeiten von Kampagnen, dargestellt am Beispiel der	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Regionale PR (RPR)		
Lehmann Katrin (Magister)	Börsenkampagne der Deutschen Post World Net. Kommunikative Aspekte der Netzwerkbildung und des Netzwerkmanagements bei kleinen und mittleren Unternehmen – Bestandsaufnahme und eine Unternehmensbefragung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Kampagnen (PR-K)	(03-020)	
Lehmann Kay (Magister)	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	2000	Unternehmenskommunikation (UK)		
Lehnert Kerstin (B.A.)	Vorbilder für die Karriereplanung im Berufsfeld	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Öffentliches Vertrauen (V)		
Lehnhoff Maike (B.A.)	Kommunikationsmanagement/PR. Unternehmenskommunikation bei Kommunikationsexperten Eine qualitative Untersuchung zu internen Strukturen und Prozessen innerhalb der Unternehmenskommunikation deutscher PR-Agenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmenskommunikation (UK)		(13-099)
Lehnhoff Maike (M.A.)	Selbstverpflichtung als Kommunikationsinstrument von Unternehmen. Eine Bestandsaufnahme.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmenskommunikation (UK)		(17-120)
Leimbach Sabine (Magister)	Vorbereitende Kampagne für ein Rauchverbot in Deutschland. PR-Konzeption zur Einführung möglicher	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Ethik (E)		(99-031)
Leipziger Lisa (B.A.)	Nichtraucherschutz-gesetze und einem Rauchverbot in öffentlichen Gebäuden & Einrichtungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Kampagnen (PR-K)		(05-060)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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	1999	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Lenz Julia Vanessa (M.A.)	Images und Einstellungen zum deutschen Wein bei jüngeren Konsumenten – Experteninterviews und eine Online-Erhebung- Journalistische Kriterien zur	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Image (I); Fallstudien (F)	(10-110)	
Leonhardt Silke (Diplom)	Berücksichtigung des Sponsors eines kulturellen Ereignisses in der 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	2013	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. Personalisierungsstrategien in der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Krisen-PR (KPR)	(03-014)	
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	2009	Investor Relations (IR)	(10-017)	
Lichte Carina (M.A.)	und Ansätze der Kommunikationsberatung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmens- kommunikation (UK); Fallstudien	(19-097)	
Lieber Jule (B.A.)	Mitarbeiterzeitschriften im Internetzeitalter. Eine Fallanalyse. Die Rolle des Kommunikationsmanagements im Prozess der Wettbewerberanalyse. Entwicklung	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Theorie (PR-T); Fallstudien (F)	(12-115)	
Lieber Jule (M.A.)	und empirische Prüfung eines Modells am Beispiel von Siemens Energy Fossil Power Generation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Fallstudien (F)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Lieberwirth Tina (M.A.)	Kommunikationspolitik werbe- finanzierter Hörfunkanbieter – Eine empirische Analyse ausgewählter Radiosender.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Journalismus/PR (J/PR); Unter- nehmens- kommunikation (UK)		
Liebold Anne (Magister)	Interne Unternehmens- kommunikation – Probleme und Instrumente. Eine Fallstudie der Mercedes-Benz-Niederlassung Leipzig: Mitarbeiterbefragung und Analyse der Mitarbeiterzeitschrift.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmens- kommunikation (UK)	(05-016)	
Liebold Rolf (Disserta- tion)	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	1974	Unternehmens- kommunikation (UK)	(74-10)	
Lieper Grit (Magister)	Markenmanagement/Marken- positionierung -Der Wert der Marke- Literaturbestandsaufnahme und Darstellung am Fallbeispiel der Marke Rotkäppchen-Sekt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Fallstudien (F)		
Lier Dagmar (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit für junge Zielgruppen am Beispiel der EUKampagne „Talking Food“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Kampagnen (PR- K); Fallstudien (F)	(02-051)	
Liller Tapio Kristian (Magister)	Public Relations Beziehungsweise. PR als „Kommunikative Gattung“. Die Stellung der Öffentlichkeits- arbeit in Sportvereinen. Analyse von	Universität Essen	2002	Theorie (PR-T))		
Lindhorst Henning (Magister)	Strukturen und Strategien sowie eine Befragung der Golfclubs im Deutschen Golf Verband.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)	(00-031)	
Lindner Hannes (Diplom)	Eine Österreichweite Untersuchung über Stadttypen und deren Probleme im Rahmen des Citymarketing. Interkulturelle Aspekte deutsch- amerikanischer Wirtschafts-beziehung.	Wirtschaftsuni- versität Wien, BWL	1991	Regionale PR (RPR)		
Lindner Jana	Interkulturelle Weite-rbildung 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018			
Linke Doris (Diplom)	Ökosponsoring als Instrument der Public Relations. Eine Fallstudie am Beispiel der Unternehmen IBM und Vitakraft.	Universität Bamberg	1994	Sponsoring (S); Fallstudien (F)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Linkenheil Sebastian (Magister)	Dialogorientierte OA von Medien- unternehmen. Das Fallbeispiel SAT 1 unter besonderer Berücksichtigung von Call Center und Chatroom.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)	(01-037)	
Löck Anne (Magister)	Selbstverständnis und Stellenwert von Public Relations in öffentlichen Kulturbetrieben – eine regionale Vergleichsstudie zwischen Leipzig und Nürnberg. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002			
Löhner Matthias (Diplom)	Zur Stellung von Public Relations (PR) in deutschen Wirtschafts- unternehmen. Tendenzen im Auswahlbereich Oberfranken.	Universität Bamberg	o.J.	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Löser Peggy (Diplom)	Das Männerbild in aktuellen Werbeanzeigen, untersucht am Beispiel der Kosmetik- und Parfümbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996		(99-011)	
Lohrmann Sabine (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)		
Lommert Katja (Magister)	Corporate Listening in der Unter- nehmenspraxis, Konzepte und Umsetzungsformen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Journalismus/PR (J/PR) Image (I); Unternehmens- kommunikation (UK); Konzeption (K)	(07-059)	(18-077)
Lorenz Verena (M.A.)	Strategische Kommunikation von NPOs in der Textilindustrie. Eine Framing-Analyse zur Untersuchung des Einflusses strategischer NPO- Botschaften auf die Medien- berichterstattung in der sozialen Nachhaltigkeitsdebatte.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Non Profit (NP)	(17-121)	
Lotter-moser Katja (M.A.)	Identitätsorientiertes Stadt- marketing am Beispiel der Stadt Leipzig. Eine theoretische und empirische Analyse des öffentlichen Stadtbildes in (über) regionalen Leitmedien und bei stadtnahen Akteuren.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Image (I)	(15-096)	
Ludwig Kristina (Magister)	Besonderheiten der Standort-PR. Ein Konzeptionsansatz für den Stadtteil Leipzig-Grünau.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Regionale PR (RPR)	(03-077)	
Lukas Anne-Katrin (B.A.)	Das Verhältnis von Marketing und Public Relations in Kultur-einrichtungen am Beispiel des Theaters Görlitz.	Universität Leipzig, Institut für KMW	20 09	Regionale PR (RPR)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Lülfing Lena (B.A.) Lüß Gesa (Magister)	Kultur-PR im Wandel. Professiona- lisierungstendenzen in der Öffent- lichkeitsarbeit für Kunst und Kultur am Beispiel ausgewählter Musikfestivals.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016		(16-023)	
Lütgens Stefan (Disserta- tion)	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)	
Lux Astrid (M.A.)	Innovationskommunikation in der Automobilhersteller-Industrie. Eine inhaltsanalytische Betrachtung der Integrierten Kommunikation von Corporate Websites, Presse- mitteilungen und Geschäftsberichten.	Universität Salzburg	1998	Image (I)		
Lütgens Stefan (Diplom)	Die Public Relations--Dimension von Lobbying. Bestandsaufnahme und Überblick unter kommunikationswissenschaftlichen und interdisziplinären Gesichtspunkten.	Universität Salzburg	1992	Lobbying (L)		
Lustig Kerstin (M.A.)	Kommunikation von Unternehmens- strategien in Wachstumsbranchen – Eine Analyse deutscher Startups. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Startup- Kommunikation (St-L)	(18-137 a+b)	
Luzna Aleksandra (Magister)	Immobilien Branding. Marken- bzw. Herausforderungen der Gegenwart im Immobilienmarkt.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens- kommunikation (UK)	(10-112)	
Lyczek Boris (Magister) (Oeckl)	Internet und Public Relations. Status quo und zukünftige Bedeutungsentwicklung des Netz- Mediums. (2 Bde.)	Ludwig- Maximilians- Universität München	2002	Online PR (OPR)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Maas Gabriela (B.A.)	Zum Verhältnis von PR und Journalismus. Theoretische Grundlagen und Fallstudie am Beispiel politischer Berichterstattung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Journalismus/PR (J/PR)		
Mäder Katja (Magister)	Die Öffentlichkeitsarbeit von Länderparlamenten. Bestandsaufnahme und Analyse der PR-Aktivitäten aller deutschen Länderparlamente. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)	(02-064 a + b)	
Mädig Katrin (B.A.)	Kundenbindung durch Identifikation in der Wohnungswirtschaft. Ein Kommunikationskonzept für die Hallesche Wohnungsgesellschaft. Coporate Tweeting. Eine empirische Analyse von Themen und Informationsaufbereitung in der Twitter-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K)		
März Wiebke (M.A.)	Kommunikation der HDAX-Unternehmen. Think Global, Act Local. Einblicke in	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online-PR (OPR)	(12-073)	
Mahler Daniel (Diplom)	Organisation und Strategie der Public Relations deutscher Unternehmen in den USA.	Hochschule für Musik und Theater	1995	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Mahnke Martina (Magister)	Bewegtbildkommunikation im Internet. Eine empirische Studie über die Herausforderungen von Online-Videocontent für die Presse- und Medienarbeit. Feminisierung des Berufsfeldes	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Online-PR (OPR)	(09-043)	
Mandel Dorit (Magister)	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			
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)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Marzahl Lisa (Dissertation)	Umweltkommunikation im Netzwerk. Perspektiven, Interessen und Strategien im Diskurs um den Nationalpark Wattenmeer. Corporate Influencer in der Veränderungskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Erkenntnisse zum Einsatz von Corporate Influencern als informelle Kommunikatoren in Veränderungsprozessen.	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2018	Non Profit (NP)		
Maschmann Malen (M.A.)	Storytelling im Onlinejournalismus. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zu	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-099)	
Matern Marie (B.A.)	Qualitäts-journalismus in digitalen Langformen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	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 Kommunikationsmanagements deutscher	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online-PR (OPR)	(17-122)	
Maucher Sebastian (Dissertation)	Polizeibehörden. (2 Bde.) Die Ökonomik der Transparenz. Der Einfluss von Transparenz auf Vertrauen.	HHL – Leipzig, Graduate School of Management	2010	Öffentliches Vertrauen (V)		
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. Öffentlichkeitsarbeit an	Karl-Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1972	Politische Kommunikation (PoK)	(72-078)	
Mayr Peter B. (Magister)	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)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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. Corporate Twitter. Sinnvolles Instrument der Unternehmenskommunikation oder vorrübergehender Hype?	Wirtschafts- universität Wien	1994	Regionale PR (RPR)		Kopie
Melzer Nicole (B.A.)	Mitarbeitermagazine und multimediales Nutzungsverhalten: Neue Herausforderungen durch die Generation Y?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Menzel Nicole (B.A.)	Integrierte Regionenkommunikation. 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	2015	Image (I)	(15-075)	
Menzel Nora (Magister) (Oeckl)	Die auslandsinformierte Pressearbeit als wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit eines sozialistischen Unternehmens – dargestellt am Beispiel des Leipziger Messeamtes.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Regionale PR (RPR)		
Merkwitschka Fred (Dissertation)	Anforderungen an Formen und Inhalt der Öffentlichkeitsarbeit staatlicher Institutionen zur Erhöhung ihrer ideologischen Wirksamkeit	Karl-Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1972	Public Relations und Kontrolle von PR. Eine Akzeptanzstudie am Beispiel des Kundenmagazins der Stadtwerke Leipzig. 1998.		
Meyer Reinhard (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)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Michel Eva-Maria (B.A.)	Gamifying Public Relations. Video Games as Persuasive Media and their Potential in Public Relations. Kommunikation für Verbände: Analyse und Konzeption am Beispiel des	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Online-PR (OPR)	(15-029)	
Michel Peggy (B.A.)	Qualitätsforums Deutscher Informationsdienstleister.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K); Lobbying (L)		
Middelmann Julia Alexandra (Magister) (Oeckl)	Change-Kommunikation als Erfolgs- faktor für die Reduzierung von Widerständen in Change-Management- Prozessen.	Universität Lüneburg	2005	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Möbius Sophie (M.A.)	Leadership Communication at the Middle Management Level of Industrial Enterprises. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Leadership (LEA)		
Mödlhammer Irmgard (Diplom) Moegelin Andreas (Magister)	Das Kommunikationsmanagement von Nonprofit-Organisationen. Bestandsaufnahme und Analyse unter kommunikations-wissenschaftlichen und interdisziplinären Gesichtspunkten.	Universität Salzburg	1998	Non Profit (NP)		
Möhle Maike (M.A.)	Ehre und Prestige und der Öffentliche Meinung. Die Sprache der Investor Relations. Eine inhaltsanalytische Vergleichs- untersuchung der Publikationen von DAX 30 Unternehmen. In Bezug auf die Verwendung emotionaler Sprache zur Verwirklichung finanzwirtschaftlicher Ziele.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Investor Relations (IR); Image (I)	(11-193)	
Mörchen Dieter (Magister)	Krisenkommunikation bei Museen. Literaturbestandsaufnahme und Analyse von zwei Fallbeispielen in Leipzig. 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	2001	Krisen-PR (KPR)	(02-016)	
Mosemann Theresa (M.A.)	Entertainment Advertising.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Image (I)	(13-007a)	
Mosting Annelie (Diplom) Mühlauer Nicole (Diplom) (Transfer)	Anzeigen-Gestaltung im Zeitalter der Informationsüberlastung. Marketing im Jugendtourismus.	Hochschule der Künste Berlin Universität Salzburg	1991	Werbung (W) Fallstudien (F)		
Mühlberg Sandra (Magister)	Theorie und Wirklichkeit sozialis- tischer Öffentlichkeitsarbeit in der DDR. Das Beispiel Automobilindustrie. Umweltkommunikation als Element zukünftiger Unternehmensstrategien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	PR-Historie (H)	(05-006)	
Mühleisen Stefan (Diplom)	Beispiel: Siemens Nixdorf Informationssysteme AG Monetäre Bewertung von Medien- arbeit. Bestandsaufnahme und Bewertung von Analyse-	Universität Hohenheim	1992	Fallstudien (F)		
Müller Andrea Bernadett (M.A.)	instrumenten aus der Perspektive des Kommunikations-Controllings.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Controlling (C)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Müller Anika (B.A.)	Investor Relations und Social Media. Untersuchung der Finanzkommunikation 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 Finanzkommunikation. Innovative Weg Investor Relations in einer neuen Ära der mobilen Kommunikation?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Finanzkommunikation (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 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			
Müller Lisa (B.A.)	Politische Online-Kommunikation auf Twitter: Eine Studie am Beispiel der Parteien des Sächsischen Landtages.	Universität Leipzig, Institut für Politikwissenschaft	2011	Krisen-PR (KPR); 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	Unternehmenskommunikation (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)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Müller Uta (Magister)	Transkription der Leitfadenge- spräche zu „PR von Handelsunternehmen. Literaturbestandsaufnahme und eine Unternehmensbefragung.“ <i>Anlagenband nicht zugänglich!</i>		1999	Fallstudien (F)		
Müller Wiebke (Dissertation)	Die Europaorientierte Aus- und Weiterbildung von Journalisten und Kommunikationsberuflern. Eine Bestandsaufnahme und neue Modelle. Messe und mehr? Über die Nutzung der Kommunikationsplattform Messe	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	Internationale PR (IPR)	UBL:97-2- 585	
Mummert Uta (Magister)	durch kleine und mittelständische Unternehmen. Der Fall Christian Wulff. Eine inhalts- analytische Untersuchung der Berichterstattung in der Vertrauenskrise	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000		(00-032)	
Muxfeldt Christoph (M.A.)	um den Bundespräsidenten unter besonderer Berücksichtigung der Springer-Presse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	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)	
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)		
Neukirchen Silke Alexandra von (Magister)	Auf diese Steine können Sie bauen – Business TV und Mitarbeiterzeitschrift als Instrumente der internen Kommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der Bausparkasse Schwäbisch Hall AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)	(04-049 a+b)	
Neumann Julia (Magister)	Die personale Kommunikation innerhalb der Aufklärungskampagne „Gib AIDS keine Chance“ der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. Ein historischer Abriss.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Kampagnen (PR-K)		
Neutert Simone (Magister)	PR und Öffentlichkeitsarbeit von Konzerthäusern. Bestandsaufnahme und das Fallbeispiel der Philharmonie Essen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Non Profit (NP); Fallstudien (F)		
Ney, Karin Krämer, Ute; Vinzing, Gudrun	Öffentlichkeitsarbeit für Ausländerkulturarbeit. Als Beitrag zum Berlin-Image.			Konzeption (K)		
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. Investor Relations und Public Relations. Eine systematische Literaturanalyse der internationalen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Politische Kommunikation (PoK); Lobbying (L)	(06-005)	
Nickol Theresa (B.A.)	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)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
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)		
Nikola Nikola (Magister)	Personen PR. Image Bildung von Personen – drei Fallstudien. Wertekommunikation von Unternehmen – eine inhaltsanalytische Dokumentenanalyse der externen Kommunikationspraxis von Volkswagen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Image (I); Fallstudien (F)		
Nobis Paula (B.A.)	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. Literatur-bestandsaufnahme und eine Analyse von Selbst-darstellungsmedien 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 Öffentlichkeits-arbeit der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft.	Westfälische Wilhelms-Universität Münster	2005	Fallstudien (F)		
Nuri Pares (B.A.) (Oeckl)	Normative Aspekte der Public Relations. Gründe und Auswirkungen des Einflusses von Public Relations auf den Journalismus unter professionsethischen und praktischen Gesichtspunkten.	Heinrich-Heine Universität Düsseldorf	2005	Ethik (E)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
von Oehsen Oliver (B.A.)	Investor Relations mit Privatanelegern 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 Kommunikationsabteilungen 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 (Dissertation)	„Convenience News“ für die Gesellschaft: Was Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus leisten und wie beide einander beeinflussen. Kompetenzen für Social Media in der Organisationskommunikation – Eine Untersuchung von Anforderungsprofilen aus theoretischer und praktischer Sicht.	Universität Salzburg	2002	Journalismus/ PR (J/PR)		
Otto Daniel (B.A.)	„Die Welt zu Gast bei Freunden“ – ein Konzept zur FIFA Fußballweltmeisterschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online PR (OPR)	(12-059)	
Otto Janine (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Konzeption (K)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Pape Julia (M.A.)	CEO-Positionierung auf Corporate Websites: Theoretische Zugänge und empirische Analyse der führenden Unternehmen in Deutschland und den USA. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Leadership (LEA)	(15-009 a+ b)	
Papenfuß Tina (B.A.)	Social Media Manager in Medienorganisationen. Analyse der Anforderungen an Social-Media-Verantwortliche aus Perspektive der Organisationskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online-PR (OPR)	(17-023)	
Papp Christiane (Magister)	Krisen-PR als Aufgabenfeld der Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der VNG – Verbundnetz Gas AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Krisen-PR (KPR); Fallstudien (F)		
Parsche Brigitte (M.A.)	Die „Himmelscheibe von Nebra“ – Kulturgut als Marke. (3 Bde.)	Leipzig School of Media				
Parthey Kathleen (Magister)	Das Pressefoto als adaptierte journalistische Arbeitsform der PR. Bestandsaufnahme relevanter Literatur und eine Befragung von Journalisten. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Journalismus/PR (J/PR)	(00-077 a + b )	
Pasternak Lisa (B.A.)	Mitarbeiterzeitschriften im Internetzeitalter am Beispiel der Automobilbranche.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Online-PR (OPR)		
Paul Antonia (B.A.)	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 Onlinekommunikation werden von Unternehmen in Krisen genutzt? Literaturbestandsaufnahme, Experteninterviews und Unternehmensbefragung zum Thema Onlinekommunikation in Krisen. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F); Krisen-PR (KPR)	(11-165 a +b)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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 Stakeholdermanagement: Materialitätsanalyse und strategische Kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017		(17-150)	
Pinnig Fabian (Magister) (Oeckl)	Public Relations von Medienkonzernen. Eine empirische Untersuchung.	Freie Universität Berlin	2004	Fallstudien (F)		
Pirlich Julia (Magister)	Der Presseworkshop als Instrument der Unternehmens- und Produktkommunikation in der Automobilwirtschaft. Eine kritische Analyse am Beispiel der Volkswagen AG. Anforderungen des Online-Journalismus an die Unternehmenskommunikation. Eine Analyse zur Entwicklung von Handlungsempfehlungen für die Praxis unternehmerischer Kommunikation mit Onlinemedien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Pirouz Mani (Diplom) (Oeckl)		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. Du sollst nicht lügen!(?). Literaturbestandsaufnahme und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Online-PR (OPR)	(18-012)	
Pitzschel Oliver (M.A.)	Experteninterviews zum Umgang mit Lüge und Täuschung in der PR.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Ethik €		
Planer Rosanna (B.A.)	Die Renaissance des „Boundary-Spannings“. Über die Entwicklung eines integrativen Ansatzes zur Verknüpfung von interner und externer Unternehmenskommunikation. Die Öffentlichkeitsarbeit mittelständischer Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(16-030)	
Pleil Thomas (Diplom)	Strukturierungsversuch aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht.	Katholische Universität Eichstätt	1992	Fallstudien (F)		
Podeswa Ernst (Diplom)	Funktion, Inhalt und Methoden der Öffentlichkeitsarbeit örtlicher (zentraler) Staatsorgane der Deutschen Demokratischen Republik.	Karl-Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1974	Politische Kommunikation (PoK)	(74-038)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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)	
Pötsch Barbara (B.A.) (Oeckl)	PR und Journalismus. Erfolgsfaktoren von Pressearbeit – dargestellt am Beispiel ausgewählter Kommunika- tionsmaßnahmen zur Einführung der neuen Mercedes-Benz S-Klasse.	Universität Augsburg	2006	Politische Kommunikation (PoK)		
Pohle Josefine (M.A.)	Interne Strategiekommunikation – Konzeptionelle Grundlagen, Chancen und Herausforderungen. (2 Bde.) <b>Anlagenband + CD-Rom nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Interne Unter- nehmens- kommunikation (IUK)	(18-140 a)	
Polenz Katrin (Magister)	Chancen und Risiken der Guerilla- Kommunikation in der Unternehmenskommunikation. Management der Kreativität in der Kommunikationsberatung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Poljak Sebastian (M.A.)	Literaturanalyse und Experten- interviews zur Kreativität in Kommunikationsagenturen. Wettbewerbsfaktor Interne Unter- nehmenskommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel eines ostdeutschen mittelständischen Unternehmens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(17-151)	
Pollack Frank (Diplom)	Kommunikationsmanagement: Das zentrale Mittelfeld der Sportgesellschaft. Eine Bestandsaufnahme zur Public Relations von Profi-Fußballvereinen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Fallstudien (F)	(95-013)	
Pollscheit Christian (Magister)	Public Relations im WWW. Potenzial und Nutzung von Unternehmens- Websites als Informations- und Kommunikationsplattform. CSR-Kommunikation mit Bewegtbild. Eigenschaften und Erfolgsfaktoren der	Otto-Friedrich- Universität Bamberg	2001	Internationale PR (IPR)	(06-084)	
Popenya Anastasiya (M.A.)	YouTube-Kommunikation über das verantwortliche Handeln von Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	CSR- Kommunikation (CSR)	(15-098)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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.) <b>Anhang nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)		
Prahm Shireen (M.A.)	Szenariotechnik im Kommunikationsmanagement. Grundlagen, Anwendungsmöglichkeiten, Grenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	(UK)	(10-078)	
Prase, Tilo Dr. (Habilitation)	Das Fernsehbild im kommunikativen Gebrauch. Eine semiotisch-publizistikwissenschaftliche Studie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1990		(91-05)	
Preiß Andre (Diplom)	Öffentlichkeitsarbeit in Sportorganisationen – Beispiel World Cup 1991 (Windsurfen). Deutschland ist verliebt“. Die Entwicklung des öffentlich-medialen Images von Karl-Theodor zu Guttenberg. Eine qualitative Analyse unter besonderer Berücksichtigung des Vertrauensaspekts.	Universität Hamburg	1992	Fallstudien (F)		
Pries Sina (M.A.)	Parteien-PR in Ost und West. 10 Jahre nach der deutschen Einheit. Bestandsaufnahme und Vergleich der Öffentlichkeitsarbeit der SPD-Landesverbände in Sachsen und Bayern. <b>Anhang nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Politische Kommunikation (PoK); Öffentliches Vertrauen (ÖV)		
Pritzel Karin (Magister)	Kampf der Köpfe. Wie glaubwürdig sind die politischen Selbstdarsteller? Eine theoretische und empirische Analyse am Bsp. Der Spitzenkandidaten im Bundestagswahlkampf 1990: Helmut Kohl & Oskar Lafontaine.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)	(02-052 a)	
Pscherer Jörg (Diplom)	Public Relations und Ethik. Eine Studie zum verantwortlichen Handeln in der Praxis der Öffentlichkeitsarbeit.	Otto-Friedrich-Universität Bamberg	1992	Politische Kommunikation (PoK)		
Pütz Martina (Diplom)		Hochschule der Künste Berlin	1993	Ethik (E)		

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

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Ramel Walter (Diplom)	Die Ökologieberichterstattung in deutschen und italienischen Tageszeitungen.	Katholische Universität Eichstätt	1993	Start-Up-Kommunikation (St-K); Unternehmens-Kommunikation		
Rantzsch Bianca (B.A.)	Interne Unternehmenskommunikation in Startup-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	(UK)		
Rauch Birgit (Diplom)	Die Bedeutung der Kundenzeit-schrift als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit am Beispiel des „LBS-Journals“ der LBS Rheinland-Pfalz.	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. PR-Forschung und Lehre in	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	PR-Historie (H)		
Raynova Vesela (Magister)	Bulgarien. Bestandsaufnahme der Literatur und kritische Reflexion. (2 Bde.) Vom Erlebnis zum Image.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007		(07-095 a+b)	
Rebentrost Uta (Magister)	Kommunikationswissenschaftliche Betrachtungen der Imagebildung von Industrieunternehmen durch Erlebniswelten. Aufgaben und Möglichkeiten der PR für wissenschaftliche Institutionen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Image (I)	(09-055)	
Rechinger Gabriele Rechmann	Analyse am Bsp. Des Europäischen Forums für Migrationsstudien.	Universität Bamberg	1994	Fallstudien (F)		
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)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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 Randsportarten. Das Beispiel Ringkampfsport. Interdependenzen zwischen Sportjournalismus und Sport-PR: eine Input-Output-Analyse zum Einfluß von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Non Profit (NP); Fallstudien (F)		
Rehhahn Kerstin (Magister)	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. PR in einer kritisierten Wirtschafts-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Start-Up- Kommunikation (St-K)	(17-127)	
Reiche Sandra (Magister)	branche. Die Öffentlichkeitsarbeit der British American Tobacco (Germany) unter besonderer Berücksichtigung ihrer Sponsoringaktivitäten. Innovationsjournalismus. Konzep-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Sponsoring (S)	(01-067)	
Reimann Christoph (B.A.)	tionelle Grundlagen und Herausforderungen für die Medienarbeit. Die Kampagnenfähigkeit von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010			
Reimann Christoph (M.A.)	Parteien in Deutschland. Grundlagen, Dimensionen und praktische Implikationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Politische Kommunikation (PoK)	(14-123)	
Reinecke Svenja (M.A.)	Erfolgsfaktor Unterhaltung? Unterhaltung als strategisches Element in der Live-Kommunikation mit Mitarbeitern. Theoretische Grundlagen und erste empirische Erkenntnisse anhand von Experteninterviews. Kommunikation in der Klemme. Die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Interne Unter- nehmenskom- munikation (IUK)	(15-010)	
Reiner Oliver (Magister)	OA von Nonprofit-Organisationen im Spannungsfeld zw. Fundraising, Ehrenamt und Förderrichtlinien. Social Media in der Finanzkommunikation: Analyse von Investor	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Non Profit (NP)		
Reinhardt Isabel (B.A.)	Relations-Websites börsennotierter Unternehmen im internationalen Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Investor Relations (IR); Online PR (OPR)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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)	
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. Framing in der Kultur-PR von Festivals. Eine Inhaltsanalyse am	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Politische Kommunikation (PoK)		
Rennmann Nora (B.A.)	Beispiel der 66. Internationalen Filmfestspiele Berlin. Kampagnen als Reaktion auf	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016		(16-034)	
Renz Sylvie (Magister)	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. Dialogorientierte Kampagnen. Eine Fallstudie am Beispiel der Sozial-	Universität Leipzig, Institut für KMW	1994	Fallstudien (F)	(94-027)	
Rettmann Anja (Magister)	kampagne „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)		
Richter Andreas (Magister)	Kommunikation in Veränderungsprozessen. Eine theoretisch-analytische Betrachtung und Expertenbefragung zur Rolle von Promotoren, Meinungsführern und Multiplikatoren innerhalb persönlicher unternehmensinterner Kommunikation im organisatorischen Wandel. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007		(07-075 a +b)	
Richter Anne (Magister)	Die Rolle des Corporate Image und der Markenidentifikation bei der Mitarbeitermotivation. Theoretisch-analytischer Hintergrund und eine Personalmarketingkampagne der Deutschen Lufthansa AG Passage.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Image (I)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Richter Isabel (Magister)	Sustainability Communications in Unternehmen. Bestandsaufnahme der Nachhaltigkeitskommunikation und ausgewählte Beispiele. Kommunikation im Projektmanage- ment. Explorative Entwicklung eines	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(04-099)	
Richter Ina-Kathrin (M.A.)	Frameworks für agile Projektmanagementkommunikation bei der BOSCH Group.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Richter Susan (Magister)	Beziehungen zwischen Öffentlich- keitsarbeit und Journalismus. Eine Fallstudie am Beispiel sächsischer Landespolitik.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Journalismus/ PR (J/PR)	(01-004)	
Richter Yvonne (B.A.)	Eine Region wird zur Marke. Begleitende Kommunikations-strategie zum Standortmarketing am Beispiel des Regionenmarketing Mitteldeutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Regionale PR (RPR); Konzeption (K)	(06-066)	
Ridder Christo-pher (Oeckl) (Disserta- tion)	Investor Relations-Qualität: Determinanten und Wirkungen. Theoretische Konzeption mit empirischer Überprüfung für den deutschen Kapitalmarkt.	Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmens- führung 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)	
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 Medien- resonanz-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 Kundenorientierung öffentlicher Verwaltungen. Corporate Identity als Management-Strategie für öffentliche Verwaltungen. Der Mensch im Mittelpunkt. Interne Unternehmenskommunikation in Zeiten des Wandels. Die Mitarbeiterkommunikation der Unternehmensführung des <i>Axel Springer Verlags</i> hinsichtlich des im November 2001 angekündigten	Hochschule der Künste Berlin	1998	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Riethausen Jana (Magister) (Oeckl)	Personalabbau. Eine linguistische Analyse unter den Gesichtspunkten der Verständigungsorientierung und Vertrauensbildung. (2 Bde.)	Universität Hamburg, Institut für Germanistik I	2003	Unternehmens- Kommunikation (UK)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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		Journalismus/ 1997 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)		
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)		
Rockstroh Grit (Magister)	Kommunale Pressearbeit und ihr Verhältnis zum Journalismus in der Weimarer Republik und im Nationalsozialismus am Beispiel der Stadt Leipzig. Wirklichkeitskonstruktion durch Kampagnen der Milch- und Fleischindustrie. Zur Glaubwürdigkeit von Kampagnen zum Thema Nachhaltigkeit am Beispiel der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	PR-Historie (H)	(04-024)	
Rodrian Jessica (B.A.)	Nachhaltigkeits-Initiative von Leerdamer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Kampagnen (PR-K)	(16-035)	
Roos Christian (B.A.)	City Branding – die Marke Fußballverein als Erfolgsfaktor? Eine Fallstudie am Beispiel der Stadt Kaiserslautern und des 1. FCK. Social Media-Kommunikation im Strategischen Krisenmanagement. Kommunikative Online-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Fallstudien (F)	(12-060)	
Roos Christian (M.A.)	Dialogstrategien von Unternehmen im Streikfall am Beispiel Facebook – ein inhaltsanalytischer Vergleich. Das Verhältnis von Innovationskommunikation, Forschungskommunikation und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online-PR (OPR)	(16-138)	
Rößler Carolin Luise (M.A.)	Wissenschaftskommunikation. Grundlegung eines integrativen Bezugsrahmens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Theorie (PR-T)	(12-076)	
Roßdeutscher Thomas (Magister)	Schweigen in der PR. Analytische Bestandsaufnahme und eine Expertenbefragung zum Phänomen Schweigen in der Pressearbeit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(12-65)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Roters Gunnar (Magister)	Medien und die türkische Bevölkerung von Berlin (West). Eine repräsentative Studie zur Mediennutzung. (2 Bde.)	Freie Universität Berlin				
Roth Alexander (Magister)	Werben mit der Wende – Wirtschaftskommunikation zur deutschen Einheit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Werbung (W)		
Röhr Ulrike (M.A.)	Internationale Organisationskommunikation. Einflussfaktoren und Organisationsformen der Internen Kommunikation. (2 Bde.) <b>Anlagenband nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Internationale PR (IPR)		
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)		
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)
Rupp Mark P. (Magister)	Mitarbeiterkommunikation und Corporate Identity: Möglichkeiten und Grenzen. Das Fallbeispiel der Johnson Controls Headliner GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)		(05-031)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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
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. Storytelling in der Unternehmenskommunikation bei Luxusbrands.	Universität Münster, Philologische Fakultät	1998	Fallstudien (F)		
Sáfrány Zsófia (M.A.)	Chancen und Grenzen der Brand Story in der Markenkommunikation. Corporate Social Responsiveness im Social Web. Theoretische Zugänge und empirische Befunde zur	Leipzig School of Media	2015	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Salewski Annemarie (M.A.)	Dialogbereitschaft führender Unternehmen in Deutschland mit ihren Stakeholdern im sozialen Netzwerk Facebook. PR und der Dialogcharakter. Eine Studie über den Zusammenhang von Dialogcharakter und gegenseitigem	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Online PR (OPR)	(16-87)	
Sand Assia (Oeckl)	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) Sassen	Interaktive PR. Die Internetpräsen- tation von PR-Agenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)		
Sabrina (M.A.)	Öffentliches Vertrauen. Eine Metastudie. Corporate Publishing im Wandel. Akzentverschiebung zu	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Öffentliches Vertrauen (ÖV)	(11-180)	
Sattler Fabian (M.A.)	beziehungsorientierten Pull-Kommunikation im Netz? Eine empirische Untersuchung journalistisch geprägter Online-Publikationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online PR (OPR); Unternehmens- kommunikation (UK)	(17-153)	
Schade Sebastian (B.A.)	Issues Management und Issues Monitoring im Web 2.0. Neue Chancen, neue Risiken. Die Rolle der Kommunikation im Betrieblichen Gesundheitsmanagement. Eine qualitative	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online PR (OPR); Issues Management (IM)		
Schaer Nadine (M.A.)	Untersuchung von Planung, Strategie und Organisation der Gesundheitskommunikation ausgewählter Unternehmen. Visuelle Unternehmenskommunikation. Eine empirische Analyse von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens- kommunikation (UK)	(16-155)	
Schaich, Annika Katharina (M.A.)	Inhalten und Darstellungsstrategien der umsatzstärksten Unternehmen und erfolgreichsten Start-ups aus Deutschland und den USA. Verbandskommunikation in den	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmens- kommunikation (UK)	(16-139)	
Schaller Lars (Magister)	neuen Bundesländern. Eine Analyse der externen Kommunikation ostdeutscher Unternehmerverbände. Internationale Politische PR. Ein	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F)	(10-114)	
Schäfer Madlen (Magister)	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)	
Schaffra- nietz, Adrian (Magister) (Oeckl)	Internationale PR – Die Imagepflege des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung im Ausland am Beispiel Polen.	Universität Essen	2000	Internationale PR (IPR)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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-Empfängergeräte-marktes im Zuge der Digitalisierung, seine möglichen Auswirkungen und die kommunikative Gegensteuerung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (UK); Konzeption (K)		
Schepers Tanja (Magister)	Imagegestaltung zwischen Werbung und PR. Zur Entwicklungsgeschichte der Anzeigenkampagne am Beispiel der Henkel K&A.	Ruhr Universität Bochum	2001	Fallstudien (F)		
Scherhauser Jonas (M.A.)	Instrumente der Marketingkommunikation zur Integration der Kunden in den Innovationsprozess von Automobilzulieferern - Eine empirische Analyse der phasen-spezifischen Informations- und Kommunikationsbedürfnisse der Robert Bosch GmbH im Bereich Mobility Solutions.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	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 Automobilunternehmen. Eine Evaluation der Pressemitteilungen von Audi, BMW, Daimler Chrysler und Volkswagen.	Katholische Universität Eichstätt	2000	Fallstudien (F)		
Scheithauer Mathias (M.A.)	Corporate Events in der Innovationskommunikation. Einsatz und Bedeutung interner Innovationsveranstaltungen an einer Fallstudie der Bayer AG und qualitativen Befragung deutscher Großkonzerne mit 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.) <b>Interviewband nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Start-Up-Kommunikation (ST-K)	(15-099a)	
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)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Schirmacher, Mandy (Magister)	Die Kommunikation von Corporate Governance als Aufgabe der Investor Relations. Quantitative Inhaltsanalyse der Kommunikation von Corporate Governance auf den Internetseiten deutscher börsennotierter Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	(F)	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien	(05-018)
Schleiter Astrid (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit und Wirtschaftsförderung. Eine Fallstudie am Beispiel des Business and Innovation Centre Nordthüringen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	(F)	Fallstudien	(96-037)
Schlenz Julia S. (Diplom)	Der Einfluss von Macht auf den Grad der Adaptionleistung der Systeme Public Relations und Journalismus. Ein Modifikations-vorschlag des Intereffiktions-Modells am Beispiel der Formel 1.	Universität Wien, Institut für Publizistik und KMW	2002		Theorie (PR-T); Fallstudien (F)	
Schließmann, Andreas (Diplom)	Eine Frage der Transparenz? Eine berufsethische Betrachtung von Medienpartnerschaften am Beispiel der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft.	Hochschule Darmstadt	2008	(F)	Fallstudien	
Schmidt Alice (Magister)	Auf der Suche nach dialogorientierter Öffentlichkeitsarbeit. Deutsche Lebensmittel-unternehmen im Umgang mit kritischen Anspruchsgruppen. Angriffskampagnen aktivistischer Stakeholder. Eine Mehrmethodenstudie zum Krisenpotenzial aktivistischer Stakeholder (Non-Profit) im Hinblick auf die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	(IM)	Issues Management	(07-061)
Schmidt Ann-Katrin (M.A.)	Krisenkommunikation von Unternehmen. Unternehmenskommunikation in der Jackentasche: Corporate mobile Apps in Deutschland. Eine empirische	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Non Profit (NP)		(17-130)
Schmidt Christian (M.A.)	Bestandsaufnahme der App-gestützten Kommunikation der DAX-30-Unternehmen.	Leipzig School of Media	2015	(UK)	Unternehmenskommunikation	
Schmidt Dana (Magister)	Die Öffentlichkeitsarbeit von Ministerien. Eine Bestandsaufnahme am Beispiel des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	(F)	Fallstudien	
Schmidt Fabian (M.A.)	Leitbilder und Imagefilme in der Unternehmenskommunikation. Eine Inhaltsanalyse der Bewegtbildkommunikation von DAX-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	(UK)	Unternehmenskommunikation	
Schmidt Frank-Michael (Magister)	Werbung zwischen Manipulation und Entertainment.	Freie Universität Berlin	1989		Werbung (W)	
Schmidt Ingolf (Diplom)	Public Relations bei Banken. Eine Fallstudie am Beispiel Der Commerzbank AG in den neuen Bundesländern. Kommunale Öffentlichkeitsarbeit im Vergleich. Darstellung und Analyse der	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	(F)	Fallstudien	
Schmidt Manuela (Magister)	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	(F)	Fallstudien	(02-033)
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 (J/PR)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
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 (J/PR)	(03-029 a+b)	
Schmidtsdorf Sebastian	Interessenvertretung und Lobbyismus für die regionale Wirtschaft. Die Arbeit der Industrie- und Handelskammer im Spannungsfeld von Korporatismus und Einzelvertretung	Universität Leipzig, Lehrstuhl für Politikwissenschaft	2009	Lobbying (L); Regionale PR (RPR)		
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 Claudia (Magister)	Öffentlichkeitsarbeit als Mittel der Interessendurchsetzung. Internationale Kommunikation deutscher Unternehmen und ihre lokale Kommunikationsfunktion in Russland: Strategische Ausrichtung und Exzellenz der Kommunikations-einheiten vor Ort. Einfluss der Rahmenbedingungen.	Universität Augsburg	1993			
Schneider Kira (M.A.)	Status quo am Beispiel der ausgewählten Branchen. Unternehmenskommunikation und Polyphonie – Interdisziplinäre Grundlagen und konzeptionelle Perspektiven.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Internationale PR (IPR)		
Schneider Lena (M.A.)	Partizipation und Technik. Legitimationsoptionen für die Technologiepolitik.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Unternehmenskommunikation (UK)	(16-088)	
Schneider Michael (Magister)	Trailern bei ARD, ZDF, RTL, PRO SIEBEN und ARTE.	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			
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. Hofberichterstätter oder kritische Instanz? Der Umgang des öffentlichen Rundfunks mit PR-Informationen der Bundesregierung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Fallstudien (F); Ethik (E)		
Schödel Marcus-Christian (Magister)	Eine Medienresonanzanalyse am Beispiel des Nachrichtenradios MDR INFO.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Journalismus/PR (J/PR)	(11-166)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Schönborn Gregor (Dissertation)	Unternehmenskultur als Erfolgsfaktor der Corporate Identity. Die Bedeutung der Unternehmenskultur für den ökonomischen Erfolg von Unternehmen und deren strategische Relevanz in der Corporate Identity. Die Relevanz von symmetrischer Kommunikation und von Teilöffentlichkeiten im innerbetrieblichen Kommunikationsprozeß. Der Flughafen Dresden als Fallstudie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmenskommunikation (UK)		
Schönbrunn Ingo (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)		(00-017)
Schönefeld Julia (Magister) (Oeckl)	Analytische Bestandsaufnahme der Kundenzeitschrift und Fallanalyse. Air Berlin Magazin und Bleibgesund im Vergleich.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)		(00-018)
Schönherr Jenny (B.A.)	A normative approach to the practice of public relations in the eastern part of Germany.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F)		(11-108)
Scholz Juliane (M.A.)	Internationale Werbestrategien zwischen Standardisierung und Differenzierung. Analytische Bestandsaufnahme und inhaltsanalytischer Vergleich von deutscher und US-amerikanischer Printwerbung.	University of Maryland	1998	PR-Historie (H)		
Schombel Kristin (Magister)	Mentoring als Instrument der Personalentwicklung in Kommunikationsagenturen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Werbung (W); Fallstudien (F)		
Schopf Stephanie Franziska (M.A.)	Theoretische Modellierung und empirische Bestandsaufnahme von Mentoring in Kommunikationsagenturen in Deutschland. (2 Bde.) Digital Public Affairs. Anwendungsmöglichkeiten und Erscheinungsformen von Online-Kommunikation im Rahmen von Public Affairs-Aktivitäten von Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Kampagnen (PR-K)		(18-144 a+b)
Schott Jessica (M.A.)	Unternehmenskommunikation und B-to-B-Kommunikation. Analytische Grundlagen und Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für Interflex Datensysteme GmbH & Co. KG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Online PR (OPR)		(15-117)
Schottmüller Veronika (M.A.)	Medienstandort Halle? Ein Kommunikationskonzept für das Mitteldeutsche Multimediazentrum Halle.	Leipzig School of Media	2016	Unternehmenskommunikation (UK)		
Schrader Janet (B.A.)	Social Media Newsrooms – Konzeptionelle Grundlagen und empirische Befunde in Deutschland, dem Vereinigten Königreich und den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)		
Schramm Dana Melanie (M.A.)	Business-TV als Instrument interner Kommunikation von Unternehmen. Fundraising-Kommunikation von Non-Profit-Organisationen im Social Web. Eine inhaltsanalytische Betrachtung des dialogischen Beziehungsaufbaus deutscher Non-Profit-Organisationen mit ihren Spendern bei Facebook.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Online PR (OPR)		(12-079)
Schreiber Achim (Magister) (Transfer)	Corporate Identity und Images von Medienunternehmen. Eine Fallstudie am Beispiel des lokalen Fernsehprogramms Eilenburg-TV. Auffallen um jeden Preis? Die Kampagne des Unternehmens Benetton: gesellschaftliches Umfeld, normative Grundlagen, Kampagnenanalyse und qualitative Medienresonanzanalyse.	Johannes Gutenberg-Universität Mainz	1998	Unternehmenskommunikation (UK)		
Schreiber Selina (M.A.)	Corporate Identity und Images von Medienunternehmen. Eine Fallstudie am Beispiel des lokalen Fernsehprogramms Eilenburg-TV. Auffallen um jeden Preis? Die Kampagne des Unternehmens Benetton: gesellschaftliches Umfeld, normative Grundlagen, Kampagnenanalyse und qualitative Medienresonanzanalyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Non Profit (NP)		(18-158)
Schreiber Yvonne (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Image (I)		
Schreier Kerstin (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2001	Konzeption (K)		(02-021)

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Schreyer Carolin (B.A.) Schuck- Wersing, Petra (Disserta- tion)	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)	
Schüler Isabell (Magister)	Terra incognita imaginis – Eine Expedition zum Bild. Beiträge zur Analyse des kulturellen Stellenwertes von Bildern. Familienunternehmen im Social Web. Status quo der Unternehmenskommunikation von deutschen Familienunternehmen im Social Web. Das Verhältnis von Journalismus und PR in der Politik. Eine Input-Output-Analyse am Beispiel der PDS Sachsen und CDU Sachsen während des sächsischen Landtags-wahlkampfes 2004.	Freie Universität Berlin Universität Leipzig, Institut für KMW	1991 2013	Unternehmens- kommunikation (UK); Online PR (OPR)		
Schulle Maren (Magister)	Das Corporate Intranet als Instrument des internen Kommunikationsmanagements von Unternehmen. Bestandsaufnahme, Experten-befragung und inhaltsanalytische Vergleichsstudie anhand ausgewählter Unternehmen des ÖPNV.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Journalismus/PR (J/PR); Fallstudien (F)	(06-031)	
Schultz Alexander (Magister)	PR-Konzeption im Rahmen integrierter Kommunikation. Zuständigkeiten für Social Media in der Organisationskommunikation – Eine Untersuchung von Kooperationsmodellen in Theorie und Praxis.	Universität Lüneburg	1999	Konzeption (K)		
Schulze Stefanie (B.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); Fallstudien (F)	(06-010)	
Schulz Sabine (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 Lüneburg	1999	Konzeption (K)		
Schumann Sandra (M.A.)	Vertrauen und Employee Engagement in der internen Kommunikation. Eine theoretische Modellierung und Entwicklung eines Instruments. Öffentlichkeitsarbeit und Einsatz werbetechnischer Mittel in Naturschutz und Landschaftspflege am Beispiel der Umsetzung eines Biotopverbundkonzeptes für die Niedermoor-Kernbereiche des westlichen Dachauer Moooses, sowie einige grundsätzliche Anmerkungen zu diesem Thema.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Regionale PR (RPR); Öffentliches Vertrauen (V)		
Schurig Susann (Magister)	Vertrauen und Employee Engagement in der internen Kommunikation. Eine theoretische Modellierung und Entwicklung eines Instruments. Öffentlichkeitsarbeit und Einsatz werbetechnischer Mittel in Naturschutz und Landschaftspflege am Beispiel der Umsetzung eines Biotopverbundkonzeptes für die Niedermoor-Kernbereiche des westlichen Dachauer Moooses, sowie einige grundsätzliche Anmerkungen zu diesem Thema.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-109)	
Schuster Marie- Sophie (M.A.)	Das Image der Unternehmen Hoechst AG und Bayer AG. Eine textlinguistische Analyse ihrer französischsprachigen Anzeigen. Zwischen Standardisierung und Differenzierung. Die Organisation internationaler Unternehmenskommunikation am Fallbeispiel COMPAREX.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Schwahn Matthias (Diplom)	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)	
Schwarz Bettina (Magister) (Oeckl)	Das Image der Unternehmen Hoechst AG und Bayer AG. Eine textlinguistische Analyse ihrer französischsprachigen Anzeigen. Zwischen Standardisierung und Differenzierung. Die Organisation internationaler Unternehmenskommunikation am Fallbeispiel COMPAREX.	Freie Universität Berlin	1999	Image (I)		
Schwarz Clara (Magister)	Das Image der Unternehmen Hoechst AG und Bayer AG. Eine textlinguistische Analyse ihrer französischsprachigen Anzeigen. Zwischen Standardisierung und Differenzierung. Die Organisation internationaler Unternehmenskommunikation am Fallbeispiel COMPAREX.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Schwarz Clara (B.A.)	Das Image der Unternehmen Hoechst AG und Bayer AG. Eine textlinguistische Analyse ihrer französischsprachigen Anzeigen. Zwischen Standardisierung und Differenzierung. Die Organisation internationaler Unternehmenskommunikation am Fallbeispiel COMPAREX.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)	(09-026)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Schwarze, Birgit; Tucholski-Schmidt, Susanne; Wolf, Hartmut	Weimar, Wiege der Klassik, im Blickpunkt moderner Public Relations. Eine PR-Konzeption für die Entwicklungsgesellschaft Weimar mbH.	Dt. Angestellten Akad. Gelsenkirchen	1991	Konzeption (K)		
Schwede Katrin (B.A.)	Mikro-Blogging als Instrument der Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Online PR (OPR); Unternehmenskommunikation (UK)		
Schweier Rebecca (M.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)	Organisierte Interessen und öffentliche Kommunikation. Eine Analyse ihrer Beziehungen im deutschen Kaiserreich (1871 – 1914).	Otto-Friedrich Universität Bamberg	1994	PR-Historie (H)	UBL: AP 23210 S452	
Seete Maik (M.A.)	Das Intereffikationsmodell unter dem Einfluss des Social Web. Analyse und Weiterentwicklung am Beispiel der Automobilherstellerbranche. <b>Anhang nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Journalismus/PR (J/PR); Online PR (OPR)	(13-082 a)	
Seidel Udo	Leipzig im Keller – Kommunikationsreihe in Auerbachs Keller. Im Mittelpunkt: der Mittelstand. Das Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus im Kontext von Variablen – Darstellung, Modellentwicklung und Studie zur Wirkung ausgewählter Variablen in einzelnen Dimensionen bzw. Bereichen	Leipzig	1993	Konzeption (K)		
Seiden-glanz René (Magister)	auf Basis eines Intereffikations-Variablen-Modells.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Journalismus/PR (J/PR)	(03-025)	
Seidl Vanessa (Magister)	Das Image einer Stadt und dessen Einfluss auf den Städtetourismus im Vergleich von vier Großstädten in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Image (I)	(04-015)	
Seifert Alexander (Magister)	Interne Unternehmenskommunikation in der Siemens AG. Eine Untersuchung am Beispiel der Abteilung I&S IS SC NO LPZ.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmenskommunikation (UK)	(05-026)	
Seifert Kristina (Magister)	Der Mitarbeiter im Mittelpunkt der internen PR. Eine Untersuchung der Mitarbeiterkommunikation der Elf Oil Deutschland GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Fallstudien (F)	(00-066)	
Seiffert Jens (Magister)	PR-Forschung zwischen Theorie und Praxis – Analyse einer Beziehung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Theorie (PR-T)	(08-010)	
Seiffert Jens (Dissertation)	Vertrauen in der Mediengesellschaft. Eine theoretische und empirische Analyse. Die Wahlwerbespots im Bundestagswahlkampf 1990. Interpretative Analyse und Rezeption: Zur Politik im Fernsehzeitalter	Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2013	Öffentliches Vertrauen (ÖV)	UBL: E-Book	
Seitz Gabriele (Diplom.)		Universität Bamberg, Institut für Germanistik	1993			
Senger Ines (Magister)	Social Software als Instrument der Wissenskommunikation. Chancen und Risiken für die interne Wissensgenerierung und den Wissensaustausch durch die Einführung eines Wikis und Weblogs bei ABB.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (UK)	(09-058)	
Serbe Diana (B.A.)	Interne Unternehmenskommunikation am Beispiel der Mineralölbranche. Investor Relations 2.0 und Dialog. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Finanzkommunikation von Intel,	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Investor Relations (IR)		
Sichlinger Judith (B.A.)	Cisco, Microsoft, BASF, SAP und der Deutschen Telekom.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Investor Relations (IR)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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)	
Siegel Kristin (B.A.)	Organisation in der Kommunikation: eine Literaturstudie und kritische Reflexion von Konzepten zur Struktur von Kommunikationsabteilungen. Bewegtbildkommunikation in der Online-Medienarbeit der HDAX-	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Theorie (PR-T)		
Siegmund Eva (Magister)	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)		
Simmel- bauer EvaMaria (Magister) (Oeckl)	Frauenpower oder Männerdomäne? Zur Situation von Frauen und Männern im Berufsfeld Public Relations. Eine Befragung von PR-ExpertInnen in Deutschland.	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. 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.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Fallstudien (F)	(02-035)	
Skala Silke (Diplom) (Oeckl)	Wenn man vom Wolfe spricht. Konzeptionelle Überlegung für den Artenschutz am Beispiel von Wolfschutzkampagnen.	FH für Technik und Wirtschaft Berlin	2005	Non Profit (NP)		
Skawinska Izabela Anna (B.A.)	Das Verhältnis von Public Relations und Journalismus – am Beispiel der Nonprofit-Organisation Ärzte ohne Grenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Kampagnen (PR-K)	(07-124)	
Slakova Maria (B.A.)		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			

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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)		
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 bildinhalts-analytische Untersuchung des Inszenierung ausgewählter Regierungschefs auf Instagram.	Universität Leipzig, Institut für KMW, Universität Leipzig, Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie	2018	Politische Kommunikation (PoK); Online-Kommunikation	(18-159)	
Sponholz						
Liriam (Dissertation)	Objektivität im Journalismus. Begriffe und Praxis in Brasilien und Deutschland. Historische Entwicklung der Instrumente zur Mitarbeiterkommunikation im deutsch-sprachigen Raum.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Internationale PR (IPR)	UBL:01H-2008-210	
Sporis						
Ecaterina (B.A.)	Darstellung des Diskurses im Praxis-Journal „PR-MAGAZIN“. Integriertes Kommunikationsmanagement als Erfolgsfaktor für MarkenPR? Literaturliteraturbestandsaufnahme und Analyse von Beispielen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Interne Unternehmenskommunikation (IUK)		
Sprink						
Henrik (Magister)	Kommunikation von Innovation in der deutschen Versicherungswirtschaft. Eine empirische Untersuchung von Strategie und Umsetzung entlang des Innovationsprozesses.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Unternehmenskommunikation (UK)	(08-027)	
Staack						
Lilli Charlotte (M.A.)	Der Einsatz von Social Media in der Öffentlichkeitsarbeit von Schweizer Hochschulen – Motive, Risiken, Erfahrungswerte.	Leipzig School of Media	2012	Wissenschafts- und Innovationskommunikation (WIK)	(18-146)	
Stalder						
Simona (M.A.)	Chatbots in der Unternehmenskommunikation - Eine Analyse von möglichen Anwendungsmöglichkeiten in der internen Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Online PR (OPR)	(19-081)	
Steglich						
Laura (B.A.)	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)	
Stehfest						
Antje (Magister)	Nachhaltigkeitskommunikation im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland. Eine empirische Untersuchung der Nachhaltigkeitskommunikation und der darin integrierten Vertrauensfaktoren auf Websites deutscher Lebensmitteleinzelhändler.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Öffentliches Vertrauen (ÖV)	(18-147)	
Steigertahl						
Lorena (M.A.)	Die Berufschancen von Absolventen mit Schwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit/PR an der Universität Leipzig vor dem Hintergrund der Professionalisierung des Berufsfeldes.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Kampagnen (PR-K)	(07-098)	
Stelzner						
Karen (Magister)	Die Kampagne „Leipzig kommt!“	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Kampagnen (PR-K)	(00-019)	
Sterzinsky						
Frank (Magister)	Kritische Bestandsaufnahme und Entwicklung neuer Perspektiven. Event-PR als PR-Instrument für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten. Eine Fallstudie am Beispiel des ARD-Kinderfestes 1997, organisiert vom Mitteldeutschen Rundfunk.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1998	Fallstudien (F)	(99-007)	
Steude						
Cornelia (Magister)	Urbane Mobilität der Zukunft. Empirische Befunde zum Status quo und der Rolle der Innovationskommunikation für die interaktive Wertschöpfung deutscher Automobilhersteller.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Wissenschafts- und Innovationskommunikation (WIK)	(18-097)	
Steuer						
Maxime (M.A.)						

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Stöcker Katja (Magister)	Der Internet Press Room als Schnittstelle zwischen PR und Journalismus. Eine Untersuchung von Internet Press Rooms der am deutschen Markt aktiven Mobiltelefon-Hersteller . PR-Akteure, journalistische Akteure und ihre Beziehungen in der externen	Universität Leipzig, Institut für KMW Universität Leipzig, Fakultät für		Online PR (OPR; 2003 Fallstudien (F))	(04-051)	
Stockfisch Christina (Dissertation)	Gewerkschafts-kommunikation. Eine Analyse des Spannungsfeldes zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus auf Basis des Intereffikationsmodells. Perspektiven für den Einsatz von	Philosophie		Journalismus/PR 2004 (J/PR)	UBL: 01H- 2005-604	
Stolenow Sascha (M.A.)	Corporate TV im Rahmen eines integrierten Kommunikationsmanagements der Bundeswehr.	Donau-Universität Krems		2006 Konzeption (K)		
Stopp Susanne (Magister)	Wahlkampfkommunikation in Deutschland und Frankreich. Eine vergleichende Analyse der TV-Duelle von 2005 und 2007.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Internationale PR (IPR); Politische Kommunikation 2008 (PoK)		
Straka Yvonne (B.A.)	Kommunale Publikationstätigkeit einer Stadt gegenüber dem Bürger und auswärtigen Adressaten.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Politische Kommunikation 2010 (PoK)		
Strauch Katrin (Magister)	Sächsische Kommunen im Internet. Bestandsaufnahme und Fallstudien.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Fallstudien 1999 (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		Investor Relations (IR)	(11-113)	
Strenger Annett (Magister)	Sportssponsoring als Teil der Unternehmenskommunikation. Eine Befragung von Sponsoren des deutschen Profi-Radsports sowie Fallstudien.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Sponsoring (S)		
Strobel Chiara- Isabelle (M.A.)	Die Rollen von Kommunikationsverantwortlichen in Organisationen. Eine interdisziplinäre, systematische Übersichtsarbeit zur Rollenforschung.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Unternehmens- kommunikation 2017 (UK)	(17-069)	
Strunz Robert (Magister)	Das Kommunikationskonzept als Grundlage strategischer Zielgruppensicherung und -erweiterung am Beispiel des Reader's Digest.	Universität Leipzig, Institut für KMW		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		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		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		Online PR (OPR)		
Sudendorf Malte (Magister)	Marken-PR. Ein neues Arbeitsfeld. Literaturbestandsaufnahme und Analyse von Beispielen.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Theorie (PR-T)		
Sulaiman Miriam (Master)	Vom Gatekeeper zum Newsguide – Chancen und Risiken journalistischer Social-Media-Aktivitäten.	Leipzig School of Media		Journalismus/PR 2010 (J/PR)		
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		Regionale PR 1998 (RPR)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Tänzler Heike (Magister)	Die Presse- und Werbearbeit des Leipziger Pressamtes zur Zeit der Weimarer Republik. Ist Krisenkommunikation	Universität Leipzig, Historisches Seminar	1997	PR-Historie (H)		
Tasyürek Catharina Nalan (M.A.)	Chefsache? Die Wirkung der CEO-Positionierung in vermeidbaren Krisen: Ein Experiment. Nationenimages und internationale politische PR – Eine Fallstudie am	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Krisen-PR (KPR)	(16-093)	
Tepluchina Natalia (B.A.)	Beispiel des Russlandbildes in Deutschland. Öffentlichkeitsarbeit eines	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Image (I)		
Terp Steffi (Diplom)	Industrieunternehmens in den neuen Bundesländern am Beispiel der KWO Kabel GmbH Berlin. Dokumentation, Inhaltsanalyse & Bewertung. Kultursponsoring als	Universität Leipzig, Institut für KMW	1995	Fallstudien (F)	(95-033)	
Theissen Caroline (Magister)	Kommunikationsinstrument. Eine empirische Studie aus der Sicht von gesponserten Berliner Kulturinstitutionen. Influencer Marketing aus der	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000	Sponsoring (S)	(02-026)	
Thelen Paulo Govinda (B.A.)	Perspektive der Rezipienten. Das Persuasionswissen jugendlicher Konsumenten. Sportsponsoring als Instrument für die Kommunikation mit Mitarbeitern und potenziellen Mitarbeitern. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Werbung (W)	(17-090)	
Thiele Florian (M.A.)	Befragung von Trikot-Sponsoren des deutschen Profi-Fußballs.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Sponsoring (S)	(15-062)	
Thiele Sebastian (Magister)	Die Rückgewinnung öffentlichen Vertrauens: Strategie, Maßnahmen und Erfolge. Analyse und Fallstudien. Strategische Kommunikation oder unreflektiertes Zweckbündnis? – Das	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Öffentliches Vertrauen (V)	(11-178)	
Thießen Ansgar (Diplom)	Verhältnis zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus in Krisen. Qualität der Kommunikationsberatung. Konzeptionelle Grundlagen	Universität Ilmenau	2007	Journalismus / PR (J/PR)		
Thobe Susanne (M.A.)	und empirische Analyse des Selbstverständnisses deutscher PR-Agenturen. Profilsuche im Elfenbeinturm. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Image (I)	(13-194)	
Thole Ute (Magister)	exemplarische Analyse zur aktuellen Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit Universitäten in Theorie und Praxis. Strategiekonzept zur Umsiedlung	Universität Münster, Philosophische Fakultät	1997	Fallstudien (F)		
Thomas Andrea (Magister)	einer Ortschaft unter dem Aspekt des Konfliktmanagements für die Lausitzer Braunkohle AG. Probleme der Krisenkommunikation. Der Krisenfall Copenrath & Wiese als Präzedenzfall für den	TU Dresden, Institut für Germanistik	1999	Krisen-PR (KPR)		
Thomas Ines Kristina (B.A.) (Oeckl)	vorsorgenden Verbraucherschutz – Analyse, Krisenhandbuch und Strategieempfehlungen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Krisen-PR (KPR)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
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 Katrín (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)	
Thurów 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)		
Thurów 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)		
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.) Vorbilder für die Karriereplanung im Berufsfeld	Hochschule der Künste Berlin	1995	Fallstudien (F)		
Torkornoo Sarah (B.A.)	Kommunikationsmanagement/Public Relations. Der berufliche Einfluss von Vorbildern auf die „Generation Y“.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Image (I)	(14-026)	
Träder Sarah (B.A.)	Kundenzeitschriften in der Energiebranche – Grundlagen und empirische Analyse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Image (I) Unternehmenskommunikation (UK)	(12-061)	
Traubel Theresa (Magister)	Marken- und Produktkommunikation im Spannungsfeld eigen- und fremdinitiiert Videos auf YouTube. Pioniere der Public Relations in Deutschland. Die Praktikertheorien von	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Werbung (W)		
Traykova Elena (Magister)	Carl Hundhausen und Albert Oeckl und ihre Rezeption im PR-Berufsfeld und in der Wissenschaft.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	PR-Historie (H)		
Treu Frederike (Magister)	Vom „Advertisement“ zum Internet: Öffentlichkeitsarbeit von Verlagen vom 18. Jahrhundert bis heute.	Universität Bremen	2002	Fallstudien (F)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Trinks Melanie (M.A.) Troll, Holger; Schneider, Klaus; Steinhuber, Uwe	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)	
Tropp Jörg (Habilitation)	Wismut 2000? Eine PR-Konzeption für die Wismut AG.	PR-Akademie Wiesbaden	1991	Konzeption (K)		
Troppe Melanie (M.A.)	Der Brand Management Navigator. Konzeption und Leitfaden des systemischen Markenmanagements. Arbeitsbelastungen in der Unternehmenskommunikation. Formen, Einflussfaktoren und Möglichkeiten der Prävention.	Martin-Luther-Universität Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Konzeption (K)		
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)		
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
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	
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)		
Visser Antje (Magister)	Westernstadt am Beispiel von Poley City. Public Relations in den neuen Bundesländern. Historische Entwicklung, Themen und eine empirische Fallstudie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Konzeption (K)	(02-068)	
Voigt Beate (Diplom)	Potenziale im Kommunikations- Controlling. Theoretische Analyse und Systematisierung aktueller Ansätze. Mit einer empirischen Studie zu Einschätzung, Umsetzung und Zukunfts- potenzialen des Kommunikations- Controllings aus Sicht von Kommunikationspraktikern in deutschen Unternehmen.	Universität Bamberg	1993	PR-Historie (H)		
Völker, Daniel Alexander (Magister) (Oeckl)	Dialogkonzepte in der Unter- nehmenskommunikation und ihr Anwendung (2 Bde.)	Freie Universität Berlin	2006	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)		
Vollmann Anka (Magister) (Oeckl)	Lobbying in Berlin. Theoretische Bestandsaufnahme und explorative Untersuchung des Berufsfelds.	Freie Universität Berlin	1997	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Von Oehsen Hendrik Oliver (Magister)	Positionierung von Vorständen in Geschäftsberichten. Theoretisches Modell und empirische Studie.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Lobbying (L)	(07-091)	
Von Kageneck Peter (M.A.)	Corporate Social Responsibility – ein fester Bestandteil deutscher Unternehmenspolitik?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2003	Finanz- kommunikation (FiKo); Unternehmens- Kommunikation (UK)	(18-071)	
Vogel Kristin (Magister)	Das Nationenimage Chinas in der deutschen Presse. Eine Inhaltsanalyse am Beispiel der Expo 2010 in Shanghai.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Image (I)	(12-012)	
Vogt Sandra (Magister)	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 Mediengesellschaft: Chancen und Grenzen am Beispiel des Karikaturenstreits zwischen Polen und Deutschland. Freistil Film. Eine PR-Konzeption für den Dokumentarfilm vor dem Hintergrund einer fort-schreitenden	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien (F); Internationale PR (IPR)		
Walinda Tina (B.A.)	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)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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)		
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 Katrín (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 Katrín (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 Sebastian (M.A.)	Gamification in der Internen Unternehmenskommunikation. Eine Analyse der strategischen Nutzungspotenziale.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Interne Unternehmenskommunikation (IUK)	(17-133)	
Wecker Manuel (M.A.)	Strategische Positionierung: Wie PR-Agenturen im Social Web kommunizieren. Eine vergleichende Inhaltsanalyse der Social-Media-Kommunikation der 25 umsatzstärksten PR-Agenturen in Deutschland und der 25 umsatzstärksten PR-Agenturen in den USA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Online-PR (OPR)	(14-119)	
Wehinger Birgit (B.A.)	Eröffnung – und dann? Ein mittelfristiges Kommunikationskonzept zur Stabilisierung von Besucherzahlen am Beispiel des GRASSI Museums für Angewandte Kunst Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Konzeption (K)	(08-025)	
Wehmeier Stefan (Habilitation)	Public Relations: Status und Zukunft eines Forschungsfelds. Die Nutzung von Corporate	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Theorie (PR-T)		
Wehnert Jenny (M.A.)	Media für die innerbetriebliche Kommunikation eines Betriebsrats.	Leipzig School of Media	2015	Konzeption (K)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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)		
Weimann Jan-Helge (M.A.)	Verständlichkeit in der Unter- nehmenskommunikation – Reflektion der Verfahren der Verständlichkeitsforschung zur Steuerung der Verständlichkeit der Unternehmens-kommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2012	Unternehmens- Kommunikation (UK)		(12-081)
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. Marken- entwicklung eines Bundeslandes mit Schwerpunkt Tourismus am Beispiel von Mecklenburg-Vorpommern. Die kommunikative Dimension der Arbeitswelt 4.0. Status quo und Entwicklungslinien der Blue-Collar Communication in der deutschen	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Regionale PR (RPR)		
Weitz, Vivian (M.A.)	Automobilindustrie im Zeitalter der Industrie. Der Fall Sanli – Sanlu’s Fall.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018			(18-102)
Weitzel Marlen (Magister)	Rekonstruktion & Inhaltsanalyse unter besonderer Berücksichtigung des Vertrauensaspekts. Region als Marke. Die	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Fallstudien (F); Öffentliches Vertrauen (V)		(11-186)
Wellendorf Anna (B.A.)	Entwicklung der Marke für den Südraum Leipzig. Product Placement in Spielfilmen:	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Regionale PR (RPR)		(11-120)
Werner, Dirk (Diplom)	Theoretische Grundlagen Und Erscheinungsformen.	Universität Bamberg	1994			

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Westphal Sandra (B.A.)	Darstellungsformen der Social-Media-Kommunikation von Medienorganisationen. Personalisierung als Verfahren des Kommunikations-managements	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Online-PR (OPR)		
Wetzel, Jonas; Selbmann, Sebastian (B.A.)	– Inhaltsanalyse und Experteninterviews zur Rolle von Guido Westerwelle im Bundestagswahlkampf 2009. 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 KMW	2010	Politische Kommunikation (PoK)	(11-122)	
Wetzig, André (Magister)		Universität Leipzig, Institut für Politik- Wissenschaft	2007	Fallstudien (F)		
Wickleder Uta (Magister)	Risikokommunikation in der Ernährungsindustrie. Neue Formen von PR und Werbung im Hörfunk. Produktion bei Spezialagenturen. Nutzung und Akzeptanz bei privaten und öffentlich-rechtlichen Anbietern der neuen Bundesländer.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2000		(00-068)	
Wiedemer Andrea (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	Werbung (W)		
Wienand Edith (Dissertation)	Public Relations als Beruf – eine kritische Analyse eines aufstrebenden Kommunikationsberufes. Anforderungen an die OA in wenig transparenten Märkten – Dargestellt an der	Universität Münster	2002	Theorie (PR-T)		
Wiehler Karin (Diplom)	Kommunikationspolitik von High-Tech-Unternehmen. Strategische Kommunikation deutscher Großkirchen: Von kirchlicher Publizistik zur strategischen Kirchenkommunikation. (nur Bd. 2 vorhanden)	Fachhochschule München, BWL	1992	Fallstudien (F)		
Wiesenberg Markus (Dissertation)	Transparenz in der Nachhaltigkeitskommunikation. Verknüpfung der Theorie des Öffentlichen Vertrauens mit dem Konzept der Corporate Social Responsibility. Interne Unternehmenskommunikation und Corporate Identity bei Firmenfusionen. Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen und eine kritische Analyse des Mergers	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018	Non Profit Kommunikation (NP)	UBL: E-Book	
Wilhelm Franziska (Magister)	Daimler-Chrysler drei Jahre nach der Fusion. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Öffentliches Vertrauen (V)	(07-078)	
Wilhelm Kathrin (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Unternehmens- Kommunikation (UK)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Wind Theresa (B.A.)	Kompetenzen und Qualifikationen des Chief Communication Officer in der Zukunft. Eine theoretische Bestandsaufnahme der Literatur und Erstellung eines Anforderungsprofils. Öffentlichkeitsarbeit einer	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Winkler Bianca (Diplom)	öffentlich-rechtlichen Körperschaft am Beispiel der Handwerkskammer zu Leipzig. Analyse und Konzeption. Genes und Spezifik der Kommunikation mittelständischer	Universität Leipzig, Institut für KMW	1996	Fallstudien (F)	(97-044)	
Winkler Luisa (Dissertation)	Unternehmen. Fallbasierte Analyse der Organisationskommunikation im industriellen Mittelstand. Employer Branding von mittel- ständischen Unternehmen. Einfluss	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019	Unternehmens- Kommunikation (UK)		
Winter Tamara (B.A.)	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. Qualität im Rahmen von Online- PR. Ein integratives Analyse-modell zur Optimierung der Online-PR- Qualität von Messe-Websites am	Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Wissenschafts- und Innovations- kommunikation (WIK)	(17-048)	
Wit Alexander (Magister)	Fallbeispiel der Erlebnis- und Fachmesse GC-Games Convention. Neues Leitmedium Intranet? Die Einordnung eines Instruments der Mitarbeiterkommunikation in die Theorie der Integrierten	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Online-PR (OPR)	(05-071)	
Wittau Nadin (Magister)	Unternehmenskommunikation. Eine Bestandsaufnahme hinsichtlich spezifischer Charakteristika. „Tu Gutes, aber verständige dich vorher darüber“? Zum Beitrag der Public Relations zu Corporate Social Responsibility. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(05-072)	
Wittke, Ulla (Magister) (Oeckl)	Die Automobilindustrie in der Berichterstattung des Handelsblattes. Eine inhaltsanalytische Fallstudie. Öffentliches Vertrauen in grüne Gentechnik. Eine Studie zur Berichterstattung über sowie den Herausforderungen an	Freie Universität Berlin	2003	Theorie (PR-T)		
Wittko Manuela (Diplom)	Unternehmenskommunikation zum Thema grüne Gentechnik.	Universität Bamberg	1994	Fallstudien (F)		
Wittlinger Anna K. (M.A.)		Leipzig School of Media	2011	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien-Archiv	PR-Archiv
Wohlfeld Mathias (B.A.)	Corporate Publishing im Spannungsfeld klassischer und multimedialer Möglichkeiten: Online-Videos und Audio-Podcasts in der Markt-kommunikation von Mercedes-Benz.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	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. Die Beziehung zwischen Journalismus und Public Relations. Theoretische Grundlegung und eine Fallstudie (input-output-Analyse) zur Frankfurter Buchmesse.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1997	Kampagnen (PR-K)	(99-035)	
Wolf, Andrea (Magister)	Kommunikative Herausforderungen für kleine IT-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2006	Fallstudien (F)	(07-063)	
Wolf, Kristin (B.A.)	Ein Kommunikationskonzept für Ipoque. Der Stellenwert von Mitarbeiterzeitschriften im Internetzeitalter.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Kampagnen (PR-K)		
Wolff, Sarah (B.A.)	Eine Untersuchung an Exemplaren von Nonprofit-Organisationen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Unternehmens-Kommunikation (UK)	(13-068)	
Wolfskämpf Vera (B.A.)	Die Rolle der Rhetorik in der Politischen Kommunikation. Apps in der internen Unternehmenskommunikation, Eine empirische Untersuchung zur Wirkung von Mitarbeiter-Apps auf die interne Unternehmenskommunikation am Beispiel von myLVB der Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB) GmbH.	Universität Leipzig, Institut für Politik-Wissenschaft	2009	Politische Kommunikation (PoK)		
Wolk, Janina (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2017	Interne Unternehmenskommunikation (IUK)		
Wollweber Antje (Magister)	PR-Forschung und PR-Wissenschaft im deutsch-sprachigen Raum. Eine Bestandsaufnahme von Public Relations als Gegenstand von Forschung und Lehre im Vergleich zwischen den Jahren 1989-1993 und 2001-2003. (2 Bde.) Kommunikation gegen das Böse? Framing- und Rezeptionsanalyse der Kommunikationskampagne „Kony 2012“ (Invisible Children).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Theorie (PR-T)	(06-058 a+b)	
Wölfer Julia (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Kampagnen (PR-K)	(13-086)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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). 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.	Karl-Marx- Universität Leipzig, Sektion Journalistik	1973	Historie (H)	(73-17)	
Worch, Mary (Magister)			2011	Internationale PR (IPR)	(12-049)	
Wouters Edith	Kommunikationskonzept für das Frauenmuseum Bonn. Die Kommunikation zu gesell- schaftspolitischen Themen in modernen Unternehmens-strategien am Beispiel inländischer Rückversicherer.	Köln	1997	Konzeption (K)		
Wunderlich Carol (Diplom)		Universität Leipzig, Institut für KMW	1993	Fallstudien (F)	(94-034)	
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	Unternehmens- Kommunikation (UK)	(00-067)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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)		
Zeisler, Ella Katharina (B.A.)	TV-Formate als Instrument strategischer Kommunikations- politik am Beispiel der IHK Frankfurt (Oder).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Politische Kommunikation (PoK)		
Zeller Tobias (B.A.)	PR für eine Nonprofit-Kulturorga- nisation. Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für den Richard-Wagner-Verband Leipzig e. V.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)		
Zeltner Eva Morena (M.A.)	Die Rolle der Compliance- Kommunikation in der Unternehmenskommunikation. Online- Kommunikationsstrategien in der Filmwirtschaft. Vermarktungsmöglichkeiten von Kinospielefilmen in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019		(19-114)	
Zengel, Phili (M.A.)	<b>Anhang + CD-Rom nicht zugänglich!</b>	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. Der Einfluss eines Schlüsseleergeb- nisses auf die Wahlkampf- kommunikation: Das Beispiel der Landtagswahl 2011 in Baden- Württemberg.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Internationale PR (IPR); Image (I); Fallstudien (F)		
Zenner Juliane (B.A.)		Universität Leipzig, Institut für Politik- Wissenschaften	2011	Politische Kommunikation (PoK)		
Zerbin Anja (Magister)	Unternehmerische PR im Globali- sierungsprozeß. Entwicklungen von Strukturen und Strategien globaler PR am Beispiel der Deutschen Lufthansa AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	1999	Unternehmens- kommunikation (UK)	(03-031)	

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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 (Dissertati on)	Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmens-kommunikation und Public Relations. Kommunikation von Innovationen bei der Gollmann GmbH:	Universität Erlangen-Nürnberg	1995	Theorie (PR-T); Unternehmens- Kommunikation (UK)	Komm (13-00113)	
Zettler Annegret (B.A.)	Analyse und Profilierungschancen. Nationenimages und internationale politische PR am Beispiel Chinas.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmens- kommunikation (UK)		
Zhou, Ding (B.A.)	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)		
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)		
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)	
Zimmerma nn Andreas (Magister)	Handbücher als Mittel interner Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Unternehmens- kommunikation (UK)		

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Zimmermann Robert	Schaffung und Verlust von Anlegervertrauen -eine kritische Bestandsaufnahme mit Befragung verschiedener Anlegergruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2007	Investor Relations (IR)		<b>fehlt, angefragt</b>
Zlateva Manuela (M.A.)	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. Der CEO als Gesicht des Unternehmens. Analytische Bestandsaufnahme und	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Journalismus/PR (J/PR)		
Zösch, Silvia Constanze (B.A.)	Personalisierungsstrategien in der CEO-Kommunikation. Eine empirische Untersuchung anhand ausgewählter Beispiele. Kommunikation und Compliance.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmens- kommunikation (UK)	(11-124)	
Zösch, Silvia Constanze (M.A.)	Eine Inhaltsanalyse der Compliance-Kodizes der deutschen DAX30-Unternehmen und Interviews mit ausgewählten Experten. (2 Bde.) <b>Anhang nicht zugänglich!</b>	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Unternehmens- kommunikation (UK)		

**Sperrvermerk oder fehlend**

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

**Sperrvermerk oder fehlend**

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Elsner Bianka (B.A.)	Mitarbeiterzeitschriften im Internet- Zeitalter. Inhaltsanalytischer Vergleich der Mitarbeiterzeitschriften der Commerzbank AG und der ING-DiBA. Die Vertrauenskrise des Finanz-	Universität Leipzig, Institut für KMW		Interne Unternehmens- Kommunikation 2014 (I-UK)		x
Emmer Claudia (Magister)	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. Unternehmensidentität kommunizieren.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2006 Konzeption (K)		x
Feitel Franziska (M.A.)	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. Journalismus und Public Relations. Eine	Universität Leipzig, Institut für KMW		2019 (UK) Unternehmens- Kommunikation		x
Fiedler Mirja (Diplom)	Input-Output-Analyse auf Basis des Intereffikationsmodells am Beispiel Porsche Leipzig.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2007 Journalismus/ PR (J/PR)		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). Zielgruppenorientierte Öffentlichkeits- Arbeit von Wirtschafts-Unternehmen.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2012 Regionale PR (RPR)		x
Gabler Julia (Magister)	Eine Analyse der Jugendmarkt- Aktivitäten (Zielgruppe Kinder und Jugendliche) der Stadt- und Kreis- Sparkasse Leipzig und eine Multiplikatorenbefragung zum Sparkassen-SchulService. Die Rolle der Unternehmens- Kommunikation in Projekten aus prozessorientierter Sicht am Beispiel	Universität Leipzig, Institut für KMW		2001 (UK) Unternehmens- Kommunikation		x
Garten Czermaks (M.A.)	des Neubaus der Unternehmenszentrale der Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbH (LWB). Music for the Masses – PR-Evaluation	Leipzig School of Media		2015 (UK) Unternehmens- Kommunikation		x
Gehder Steffen (Magister)	einer Großveranstaltung am Beispiel des Hurricane-, M'era Luna- und des Highfield-Festivals 2004. (3 Bde.) Eine Chance für den Spitzenbasketball: Sportstadt Leipzig – Ein PR-Konzept zur	Universität Leipzig, Institut für KMW		2005 Fallstudien (F)		x
Geissler Martin (B.A.)	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 (F UK) Fallstudien Unternehmens- Kommunikation		x

**Sperrvermerk oder fehlend**

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Gerster Alexandra (Magister)	Öffentliches Vertrauen in die Wirtschaft. Theoretisch-analytische Darstellung und einen Analyse des Falls Volkswagen.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Öffentliches Vertrauen		x
Glaser Lisa (Magister)	Analytische Grundlagen und die Arbeit von Spezialagenturen für Hörfunk-PR als Mittler.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Journalismus/ PR (J/PR)		x
Haase Franziska (Magister)	Politische Public Relations von Parteien. Eine Fallstudie am Beispiel der Freien Demokratischen Partei (F.D.P.).	Universität Leipzig, Institut für KMW		Politische Kommunikation		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		Non Profit (NP)		x
Haupt Alexandra	Überlegungen zur Zukunft der Theaterkommunikation. Transnationales Kommunikations- management der Europäischen			Fallstudien (F)		x
Heger Ines (Magister)	Kommission. Europäisierung der Öffentlichkeit mittels gezielter Kommunikationsarbeit?	Universität Leipzig, Institut für KMW		Politische Kommunikation		x
Hess Antonia (M.A.)	Strategische Kommunikation von Nichtregierungsorganisationen: Die Rolle ehrenamtlicher Mitglieder als Kommunikatoren und Multiplikatoren. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW		Non Profit (NP)		x
Holpert Bianca (M.A.)	Internationale Organisation der Kommunikationsfunktion. Entwicklung eines netzwerktheoretischen Bezugsrahmens.	Universität Leipzig, Institut für KMW		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. Das Verhältnis zwischen der Kommunikationsarbeit von Unternehmen und der Berichterstattung von Bloggern.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Konzeption (K)		x
Jakob Sarah (M.A.)	Eine theoretische Systematisierung auf Basis des Intereffikationsmodells und eine empirische Analyse an einem Fallbeispiel. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW		Journalismus/ PR (J/PR)		x
Käppler Christin (M.A.)	Glaubwürdigkeit im Social Web. Evaluation von Wahrnehmung, Image und Glaubwürdigkeit der Kampagne "Studieren in Fernost".	Universität Leipzig, Institut für KMW		Kommunikations- Controlling ©		x
Keller- Bacher Jule (M.A.)	Strategische Kommunikation im Inter- nationalisierungsprozess von Unter- nehmen. Entwicklung eines handlungsleitenden Bezugsrahmens der Kommunikationsfunktion.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Internationale PR (I-PR)		x
Klippel Maria (Magister)	Kommunikationscontrolling und organisatorischer Wandel. Entwicklung eines Konzeptes zur Scorecard- Einführung n der Kommunikation bei ABB Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Unternehmens- Kommunikation		x
Köhler Kristin (Disserta- tion)	Institutionalisierung von Investor Relations in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Investor Relations (IR)	UBL: 01H- 2015-520	x

**Sperrvermerk oder fehlend**

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Kohl Gertrud (M.A.)	Führungskräfte- und Führungskommunikation zur Unterstützung der Kommunikationsstrategie. Analytische Bestandsaufnahme und Perspektiven am Beispiel der AUDI AG. Strategiekommunikation im Spannungsfeld von Unternehmensstrategie und Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2019		x
Kosser Claudia (M.A.)	Theoretische Grundlegung und empirische Untersuchung am Beispiel der Daimler AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW		2011 (UK)	Unternehmens- Kommunikation	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 Bestandsaufnahme und Expertenbefragung. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW		2010	Image (I)	x
Kügler Lina (M.A.)	Social Enterprise Communication: Eine qualitative Studie zur strategischen Unternehmenskommunikation von Sozialunternehmen in Deutschland.	Leipzig School of Media		2016		x
Kühl Stephan (Magister)	CEO-Kommunikation in Deutschland – Formen, Herausforderungen, Risiken. Ganzheitliches Kommunikationskonzept zur Einführung eines Produktions-, Planungs- und Steuerungssystems beim Westdeutschen Rundfunk.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2009 (UK)	Unternehmens- Kommunikation	x
Kühne Mirko (B.A.)	Kommunikation als Erfolgsfaktor bei Restrukturierung.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2009		x
Kunath Marcus (Magister)	Public Diplomacy, Kommunikationsmanagement und Kommunikationscontrolling. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung am Beispiel des Auswärtigen Amtes.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2008		x
Leifert Johannes (Magister)	Community Relations und Local Lobbying im Bereich der Abfallverwertung. Ein Kommunikationskonzept zur Etablierung des Abfall- und Energieparks von Peterborough	Universität Leipzig, Institut für KMW		2009	Konzeption Lobbying (K L)	x
Leugermann Katrín (B.A.)	Renewable Energy Ltd., UK	Universität Leipzig, Institut für KMW		2009		x
Linden Anja (M.A.)	Die Rolle der Unternehmenskommunikation in Projekten aus prozessorientierter Sicht am Beispiel des Neubaus der Unternehmenszentrale der Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbH (LWB). Innovationskommunikation und interne Unternehmenskultur im Wandel. Das Phasenmodell der Innovationskultur als Analyseraster am Beispiel des Pharmaunternehmens Janssen-Cilag.	Leipzig School of Media		2015		x
Linke Anne (Magister)	Interne Kommunikation in Krisensituationen. Krisenursachen und ihre strategischen Konsequenzen.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2009 (UK)	Unternehmens- Kommunikation	x
Lukas Anne-Katrin (M.A.)		Universität Leipzig, Institut für KMW		2012	Krisen-PR (KPR)	x

**Sperrvermerk oder fehlend**

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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 Kommunikations-abteilung (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019			x
Milbrandt Dina (B.A.)	Zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus am Beispiel des Pferdefleischskandals 2013 in Deutschland.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2014	Journalismus/ PR (J/PR)		x
Minker Marleen (Magister)	Interne Markenführung von Energieversorgungsunternehmen. Konzeptionelle Grundlagen der Gestaltung interner Kommunikations- und Organisationsprozesse am Beispiel der Stadtwerke Leipzig Gruppe. Kommunikationsmanagement, Mitarbeiter-Communities und Open Innovation. Herausforderungen für die interne Kommunikation in Community-gestützten Innovationsprozessen am Beispiel der Daimler AG.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (UK)		x
Kiesebauer a.k.a. Mühling, Juliane	Von den Großen lernen? Ein Kommunikationskonzept für die Agentur getit.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online-PR (O-PR); I-UK F (3 Bde.)		x
Mürmann Michaela (B.A.)	Transparenz im Internal Branding.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Konzeption (K)		x
Mumprecht Esther (M.A.)	Entwicklung eines Controlling-Konzeptes am Beispiel der Transformation der Markenidentität von Swisscom. PR für kommunale Versorgungsunternehmen. Eine PR-Konzeption für die Stadtwerke Halle unter besonderer Berücksichtigung der Standortbilanz.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Unternehmenskommunikation (UK); Fallstudien (F); Image (I)		x
Mütze Franziska Sylvia (B.A.)	Kommunikations-Controlling im Non-Profit-Bereich. Die Entwicklung einer Communications Scorecard für den Mitteldeutschen Rundfunk (MDR). Kommunikation von Stiftungen im Gesundheitsbereich. Eine PR-Konzeption für die Deutsche Krebsstiftung.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2009	Konzeption (K); Regionale PR (RPR)		x
Naetsch Elisa (M.A.)	Unternehmensreputation 2.0: Strukturen, Akteure, Risiken und Chancen des Reputationsmanagements im Zeitalter des Social Web. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Non Profit (NP)		x
Peller Judith (B.A.)	Interne Kommunikation 2.0: Der Einsatz von Social-Media-Technologien in der internen Unternehmenskommunikation.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Unternehmenskommunikation (UK); Image (I)		x
Peters Jan Paul (M.A.)	Theoretische Grundlagen und praktische Umsetzungsmöglichkeiten am Beispiel der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Online-PR (O-PR); Unternehmenskommunikation (UK)		x
Piechotta Nina (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); Unternehmenskommunikation (UK)		x
Plate Simon (M.A.)	Integrierte Kommunikation als Ziel für Nichtregierungsorganisationen? Eine qualitative Untersuchung des Umgangs von NGOs mit der Stimmenvielfalt ihrer Ehrenamtlichen.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2016	Non Profit (NP)		x

**Sperrvermerk oder fehlend**

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Pohl Franziska Elisabeth (M.A.)	Prozesse im Kommunikationsmanagement. Analyse und Optimierungspotenziale. Eine Untersuchung am Beispiel der Abteilung Unternehmenspresse der Dr. Ing. h.c. Porsche AG. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2011	Unternehmens- Kommunikation (UK)		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. Die Kommunikation kleiner und mittelständischer PR-Agenturen. Ein Kommunikationskonzept für die Agentur 4iMEDIA.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2005	Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)		x
Popp Lydia-Marie (B.A.)	Die Vorteilskarte – erfolgreiches Marketingtool oder geschenkte Ware?	Universität Leipzig, Institut für KMW	2008	Konzeption (K)		x
Pracht Sarah (B.A.)	Parteien-PR in Ost und West. 10 Jahre nach der deutschen Einheit. Bestandsaufnahme und Vergleich der Öffentlichkeitsarbeit der SPD-Landesverbände in Sachsen und Bayern.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2018			x
Pritzel Karin (Magister)	Krisenkommunikation und Vertrauensverluste im Gesundheitswesen. Eine empirische Untersuchung der vier deutschen Transplantationsskandale 2012.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2002	Politische Kommunikation (PoK)	(02-052a)	x
Ratter Richard (M.A.)	Public-Affairs-Strategien von Energieunternehmen. Konzeptionelle Grundlagen und empirische Analyse am Beispiel der Branche der erneuerbaren Energien.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2013	Krisen-PR (KPR); Öffentliches Vertrauen (V)		x
Reinsch Robert (Magister)	Integrierte Standortkommunikation? Analyse der Standortkommunikation von Akteuren der mitteldeutschen Bio-Regionen. (Leitfadengespräche, Dokumentenanalyse und Unternehmensbefragung).	Universität Leipzig, Institut für KMW	2010	Fallstudien Unternehmens- Kommunikation (F UK)		x
Reiß Stephan (Magister)	Die mediale Vertrauenskrise des BMW Werk Leipzig. Eine Analyse der Medienberichterstattung auf Basis der Theorie des öffentlichen Vertrauens.	Universität Leipzig, Institut für KMW	2004	Unternehmens- Kommunikation (UK)		x
Reitzen- stein Anne (B.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	2013	Fallstudie Öffentliches Vertrauen (V F)		x
Remus Sandy-Jil (M.A.)	Integrierte Kommunikation von Startups. Eine qualitative Inhaltsanalyse der externen Kommunikation von Startups in Leipzig. Der Beitrag der Kommunikationsabteilung zum	Universität Leipzig, Institut für KMW	2015	Online-PR (O-PR)		x
Rendler Collien (B.A.)	Strategieprozess am Beispiel der Hapag_Lloyd AG.(2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW	2019			x
Renk Janina (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

**Sperrvermerk oder fehlend**

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Rössel Philipp (B.A.)	Visuelle Kommunikation. Bildsprache in Unternehmenspublikationen aus den reichen B-to-B und B-to-C.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Unternehmens- Kommunikation 2009 (UK)		x
Ruwisch Friederike (B.A.)	Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Ein Kommunikationskonzept zur Corporate Social Responsibility der Claas Gruppe.	Universität Leipzig, Institut für KMW		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		Unternehmens- Kommunikation 2007 (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 Innovationssschwerpunkt.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Wissenschafts- und Innovations- Kommunikation 2016		x
Schramm Anke (Magister)	Die Öffentlichkeitsarbeit von Kreditinstituten: Eine Literaturbestandsaufnahme und das Fallbeispiel „Stadt- und Kreissparkasse Leipzig“.	Universität Leipzig, Institut für KMW		Fallstudien (F) Interne Unternehmens- Kommunikation (I-UK); 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 (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		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
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) Werbung (W)		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 (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		Interne Unternehmens- Kommunikation 2015 (I-UK)		x

**Sperrvermerk oder fehlend**

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
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 (V) Öffentliches Vertrauen		x
Tyscenko Tatjana (B.A.)	Nationenimages und internationale politische PR. Das Medienimage Russlands in FOCUS-Online im Jahr 2010.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2011 (I-PR) Politische Kommunikation (PoK); Internationale PR		x
Uhlemann Thomas (Magister)	Sponsoring in der Unternehmenskommunikation. Das Fallbeispiel „Strategisches Sponsoring der Verbundnetz Gas AG“. Der „PISA Schock“. Eine Studie über die Intereffikationsbeziehungen zwischen politischer PR und Journalismus unter Berücksichtigung eines IST-SOLL-Vergleichs politischen Handelns.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2004 Sponsoring (S)		x
Unger Christian (Magister)	Coaching als Instrument der Unternehmenskommunikation. Eine Fallstudie der Postbank Vermögensberatung Service GmbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2006 (F) Fallstudie (F) Politische Kommunikation (PoK)		x
Vogel Susann (Magister)	Die Krisenkommunikation am Flughafen Leipzig/Halle – Eine Analyse der Community Relations auf Basis der Theorie des öffentlichen Vertrauens am Beispiel der Veranstaltung	Universität Leipzig, Institut für KMW		2006 (F) Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)		x
Vogel Sascha (B.A.)	Kommunikation als Treiber von Prozessinnovationen. Theoretische Grundlagen und eine empirische Untersuchung am Beispiel des Technologiemanagements von Daimler Trucks.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2012 (KPR) Öffentliches Vertrauen (V); Regionale PR (RPR); Krisen-PR		x
Wagstyl Alexandra (M.A.)	Annäherung von Unternehmenskultur und Corporate Identity in Spin Offs. Die kulturellen Einflussfaktoren auf Arbeitgebermarken in China, Indien und Brasilien. Employer Branding aus Sicht der internationalen Unternehmenskommunikation. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW		2014 (F) Unternehmens- Kommunikation (UK); Fallstudien (F)		x
Walther Katja (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		2017		x
Weber Franziska (M.A.)	Markenkommunikation auf dem Kosmetikmarkt. Literaturbestandsaufnahme und Darstellung am Fallbeispiel der BÖRLIND Gesellschaft für kosmetische Erzeugnisse mbH.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2014 (I-PR) Internationale PR		x
Weichert Susann (Magister)	Social Media in der Organisationskommunikation von Kultureinrichtungen. Eine Fallstudie am Beispiel des Goethe-Instituts.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2008 Fallstudien (F)		x
Weigand Wibke (M.A.)	Die Stadt als Marke. Theoretische Analyse und empirische Fallstudie am Beispiel „Leipziger Freiheit“.	Leipzig School of Media		2010 Online-PR (O-PR)		x
Weigt Anne- Christine (B.A.)	Kommunikationswandel in der Lebensmittelbranche. Vertrauen in der Krise. Eine Fallstudie am Beispiel der Bankenkrise um die Sachsen LB und deren Übernahme durch die LBBW.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2010 (RPR) Fallstudien (F) Regionale PR		x
Weinmann Kira (B.A.)	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		2013 (UK) Unternehmens- Kommunikation		x
Weise Jörg (Magister)		Universität Leipzig, Institut für KMW		2011 (KPR) Fallstudien (F) Krisen-PR		x

**Sperrvermerk oder fehlend**

Name	Titel	Ort	Jahr	Typ	Studien- Archiv	PR- Archiv
Wetzel Jonas (M.A.)	Die Vertrauenskrise im Radsport. Inhalt- sanalyse zur Berichterstattung über die Tour de France und Lance Armstrong von 2003 bis 2013 und Experteninterviews. Herausforderungen des digitalen Customer- Relationship-Managements im Mediensektor. Eine vergleichende Analyse des Kundenbindungsmanagements von ARTE,	Universität Leipzig, Institut für KMW		2014	Krisen-PR (KPR)	x
Wild Pia (B.A.)	ARD, ZDF, ProSiebenSat1 Media SE und der Mediengruppe RTL.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2019	Fallstudien (F)	x
Wohlge- muth Christine (Magister)	Vertrauensverlust in der Öffentlichkeit – Die „Spendenaffäre“ bzw. „Führungs- krise“ bei UNICEF Deutschland. (2 Bde.)	Universität Leipzig, Institut für KMW		2010	Öffentliches Vertrauen (V) Non- Profit (NP)	x
Wunder Anke (M.A.)	Beton? Natürlich. Branchenkommuni- kation und Verknüpfungspunkte zu Un- ternehmensmarken (am Beispiel Lafarge).Eine strategische Konzeption zur Positionierung von Beton als nachhaltigen Baustoff.	Leipzig School of Media		2013	Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Zielmann Sarah (Magister)	Medien-PR von Fernsehanstalten. Dar- stellung und Vergleich der PR- Aktivitäten von zwei Nachrichtensendern (n-tv und N24).	Universität Leipzig, Institut für KMW		2002	Unternehmens- Kommunikation (UK)	x
Zimmer- mann Robert	Schaffung und Verlust von Anlegerver- trauen -eine kritische Bestandsaufnahme mit Befragung verschiedener Anlegergruppen.	Universität Leipzig, Institut für KMW		2007	Investor Relations (IR)	x