

„Franz Bogner Wissenschaftspreis 2020“ des PRVA

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

„Framing in der österreichischen Klimapolitik“ von Paul Lukas Kaufmann

Master Studiengang Digital Marketing & Kommunikation, 1. Preis in der Kategorie „Masterarbeiten an Fachhochschulen“

Das Ziel politischer PR liegt in der Herstellung weitreichender Akzeptanz für die jeweiligen politischen Interessen. Angelehnt an den Framing-Ansatz nach Entman (1993) wurde daher die Effektivität aktueller Kommunikationsstrategien österreichischer Parteien hinsichtlich der Wahrnehmung des Klimawandels sowie der Akzeptanz politischer Maßnahmen untersucht. Dazu wurden Presseaussendungen und Wahlprogramme analysiert, um dadurch die zentralen klimabezogenen Kommunikations-Frames aller im Nationalrat vertretenen Parteien identifizieren zu können. Aufbauend darauf erfolgte eine experimentelle Messung der Auswirkungen der Frames der NEOS sowie der Grünen. Beide getesteten Frames stellten wirksame Kommunikations-Strategien zur Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen, etwa CO₂-Steuern, dar.

„Interne Nachhaltigkeitskommunikation aus Sicht der Mitarbeiter*innen“ von Clea-Luzia Denz

Master Studiengang Digital Marketing & Kommunikation, 3. Preis in der Kategorie „Masterarbeiten an Fachhochschulen“

Corporate Social Responsibility (CSR) ist in aller Munde. Das Interesse daran steigt sowohl aufseiten der Verbraucher*innen als auch aufseiten der Mitarbeiter*innen. Studien darüber belegen positive Effekte, die durch die Wahrnehmung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen bei den Individuen entstehen. Im besten Fall sorgen diese für einen erhöhten Unternehmensprofit, womit CSR-Kommunikation auch für Unternehmer*innen bedeutsam sein sollte. Doch dafür ist eine strategisch angesetzte und durchdachte Nachhaltigkeitskommunikation unverzichtbar. Bisher setzten sich nur wenige Studien exklusiv mit den Anforderungen und Bedürfnissen der Belegschaft an die Interne CSR-Kommunikation auseinander. Der Fokus der vorliegenden Forschungsarbeit liegt daher auf ihrer Perspektive, die im Rahmen der Untersuchung zweier Lebensmitteleinzelhändler ergründet wird. Dafür wurde einerseits die Sicht der Unternehmen

mittels Expert*innen-Interviews, sowie andererseits die Sicht der Mitarbeiter*innen selbst mittels Mitarbeiter*innen-Befragung eingeholt.

„Der Einfluss von Musik PR auf die Musikprogrammierung im österreichischen AC-Formatradio“ von Martin Lassl

Master Lehrgang PR & Kommunikationsmanagement, 1. Preis in der Kategorie „Masterthesen an Universitäts- und Fachhochschullehrgängen“)

Die Masterarbeit untersucht, auf welche Art und Weise die Musikindustrie in Form von Musik PR die Musikprogrammierung im österreichischen AC-Formatradio beeinflusst. Sie stellt hierzu Entscheidungs-, Arbeits- und Kommunikationsprozesse aufseiten der PR und aufseiten der Radioveranstalter*innen in der Musikprogrammierung gegenüber. Eine qualitative Untersuchung auf Basis des dynamisch-transaktionalen Ansatzes (DTA) und Intereffikationsmodells erforscht wechselseitige Wirkungsprozesse der Akteur*innen. Anhand eines dazu entwickelten ‚Steuerungsmodells Musik PR‘ wurden zwölf leitfadengestützte Expert*inneninterviews aus der Musik- und Radioindustrie analysiert.