

## **Abstract: „Dialogorientierte Online-PR“ von Christian Burger**

Die zentrale Fragestellung der Dissertation lautet: Welche Zusammenhänge gibt es in der Online-PR zwischen der Dialogorientierung auf Ebene der PR-Instrumente und der Beziehungsentwicklung? Die Beziehungsqualität zwischen PR-Träger und Teilöffentlichkeiten ist die Zielvariable im Modell der dialogorientierten Online-PR. Der Grad der Dialogorientierung von Instrumenten der Online-PR wurde als unabhängige Variable festgelegt und wird mit Hilfe eines für diese Arbeit entwickelten Dialogorientierungs-Indexes (DOI) ermittelt.

Das Forschungsdesign bestand aus der Kombination einer Online-Befragung (nicht-experimentelle Querschnittstudie unter Nutzern der Webdienste des ÖAMTC) und einer Strukturanalyse dieser PR-Instrumente mit Hilfe des DOI.

In der empirischen Untersuchung konnte gezeigt werden, dass individuelle Merkmale wie Persönlichkeitseigenschaften und soziodemographische Variablen einen Zusammenhang mit dem bevorzugten Grad der Dialogorientierung und teilweise mit der Beziehungsqualität aufweisen. Die Ergebnisse legen zudem nahe, dass der Grad der Dialogorientierung auf Instrumenten-Ebene kaum direkt mit der Beziehungsqualität korreliert.

Diese Erkenntnisse führten zur Konzeption eines adaptierten Modells der dialogorientierten Online-PR. Auf Basis der Theorie von Andreas Mann zum Dialogmarketing wurden die Variablen Dialogbereitschaft, -fähigkeit und -kompetenz sowie die konkrete Dialogführung zusätzlich aufgenommen.