

**KRITERIEN**  
**zur Verleihung des**  
**„Franz-Bogner-Wissenschaftspreis für Public Relations“**  
**für**  
**Masterthesen an Fachhochschul- und Universitätslehrgängen,**  
**Masterarbeiten an Fachhochschulen,**  
**Magister-/Masterarbeiten an Universitäten**

Für positiv beurteilte Masterthesen

1. Ist die zentrale Fragestellung der Arbeit für Public Relations relevant? Gibt es einen klaren PR-Fokus? (unabhängig von der konkreten Wortwahl in Titel und Untertitel)
2. Kommen Fragestellungen und Anspruch der Arbeit so deutlich zum Ausdruck, dass nach Durchsicht der Arbeit sowohl die Qualität der Antworten als auch die Erfüllung des Anspruches von der Jury klar beurteilt werden können?
3. Ist erkennbar, dass ein konsequenter Versuch unternommen wurde, die jeweils aktuellste wissenschaftliche und praktische Literatur aufzuspüren? (Insbesondere gilt dies für PR-wissenschaftliche Literatur im engeren Sinn.)
4. Zugleich und nicht im Widerspruch zu den oben genannten Punkten: Ist die Arbeit insgesamt „schlank“ und konzis geblieben? War die Verfasserin/der Verfasser insbesondere bei der Entfaltung des theoretischen und praktischen Vorwissens erkennbar um eine Straffung des Materials bemüht? Sind weitgehend nur solche Teile enthalten, die für das Verständnis der Gesamtarbeit sinnvoll und notwendig sind?

Zusätzlich für abgeschlossene und approbierte Magister-/ Masterarbeiten

5. Werden verschiedene Verständnisweisen von Public Relations auf hohem Niveau diskutiert und trifft die Verfasserin/der Verfasser eine begründete Entscheidung für eine dieser Sichtweisen, die ihr/ihm für die Fragestellung als besonders sinnvoll erscheint?
6. Werden ALLE eingesetzten Methoden und Vorgehensweisen so deutlich beschrieben und transparent gemacht, dass ein Dritter alle Untersuchungsschritte nachvollziehen könnte?
7. Werden Hypothesen nachvollziehbar aus einem erkennbaren theoretischen wie praktischen Vorwissen abgeleitet?
8. Werden nicht nur die Hypothesen im Einzelnen überprüft, sondern auch die Ergebnisse der Untersuchung insgesamt auf die theoretischen Teile der Arbeit rückbezogen?

## Themenschwerpunkte

1. Arbeiten über PR in einer bestimmten Branche, einem bestimmten Bereich (z.B. PR von Schulen, PR der Textilindustrie, PR von Stadtgemeinden, PR für Flughäfen): Arbeiten sind allgemein, eher theoretisch angelegt; Verweise auf ausländische Beispiele; Ehrgeiz: das gesamte vorhandene (wissenschaftliche und praktische) Wissen wird gesammelt und systematisiert. Die empirische Untersuchung (falls eine solche überhaupt gemacht wird) tritt in den Hintergrund, beschränkt sich oftmals auf eine eher oberflächliche Befragung/Analyse der betroffenen PR-Träger.

2. Ansatz wie bei 1., aber mit einer klar identifizierbaren empirischen Untersuchung, zumeist einem oder mehreren Fallbeispielen. Dies kommt üblicherweise in einem Untertitel („dargestellt am Beispiel von ...“) zum Ausdruck; z.B. „PR von Unternehmensverbänden, dargestellt am Beispiel der Handelskammer Salzburg“.

Hier tritt neben die Branchendarstellung gleichwertig die Fallstudie, wobei wichtig ist, dass es hier nicht bei der Deskription bleiben kann (etwa Beschreibung der PR-Aktivitäten einer Firma im Jahre 1991), sondern dass der Untersuchungsansatz so gewählt wird, Bewertungen der Qualität der untersuchten PR im Hinblick auf die Zielerreichung zu ermöglichen (Evaluationsforschung). Der organisationstheoretische Ansatz PR-Forschung mit der zentralen Fragestellung „Welchen Beitrag leisten PR zur Erreichung von Organisationszielen?“ ist hier sicherlich der sinnvollste.

3. Eine rein theoretische Arbeit (ohne empirische Feldforschung); gemeint ist Grundlagenforschung, beispielsweise über verschiedene historische Aspekte („Gibt es eine deutsche PR-Geschichte vor 1945?“); Fragestellungen unter Verwendung des gesellschaftstheoretischen Ansatzes der PR-Forschung mit der Frage „Welchen Beitrag leisten PR zur Funktion von (westlich-pluralistischen oder anderen) Gesellschaften?; PR-Literaturanalysen im Sinne von „Meta-Forschung“ (z.B. Analyse aller österreichischen PR-Abschlussarbeiten seit 1975); Arbeiten über den wissenschaftstheoretischen Standort einer künftigen PR-Wissenschaft; Fundamentalkritik an PR auf unterschiedlichen Ebenen; Analysen der Beziehungen zwischen PR- und Journalismus; Werbung; Marketing; Corporate Identity; Propaganda; Anwendung aktueller berufssoziologischer Professionalisierungstheorien auf PR; bisher unbekannte Forschungsansätze.

4. Detailanalysen von PR-Instrumenten allgemein: z.B. der PR-Film; die Messe/die Konferenz/das Seminar als PR-Medium; das Foto/die Illustration als PR-Medium; die Pressekonferenz; die Presseaussendung; die Mitarbeiterzeitung; Video News Release; die Nutzung des Hörfunks für PR; Advertorials; Online-PR etc.

Das jeweilige Ziel: Sammlung und Systematisierung des „gesamten“ vorhandenen wissenschaftlichen und praktischen Wissens zum jeweiligen Thema.

5. die unter 4. genannten Detailanalysen von PR-Instrumenten können eher theoretisch/überblicksartig dargestellt werden oder mit einem „harten“ empirisch-durchrecherchierten Fallbeispiel z.B. „Das PR-Medium Film am Beispiel der Schulfilme der österreichischen Elektrizitätswirtschaft“ (in einem solchen Fall: detaillierte Inhaltsanalysen und Evaluationsforschung erforderlich).

6. Eher theoretische Überblicksarbeiten (wiederum: Sammlung, Systematisierung und Aufbereitung des „gesamten“ Wissens) über einen bestimmten PR-Bereich, wie z.B. Medienarbeit, lokale PR, integrierte Kommunikation, Financial Relations, Investor Relations, Consumer Relations, Customer Relations, Educational Relations, Economic Education, Public Affairs, Issues Management, Lobbying, Krisen-PR, Corporate Social Responsibility, Produkt-PR, Unternehmenskommunikation, Kommunikations-Controlling etc.

oder

7. solche unter 6. genannte Bereichsarbeiten mit einem „harten“ empirischen Fallbeispiel (inkl. Evaluationsforschung).

8. Arbeiten mit Schwerpunkt in den verschiedenen Phasen der PR-Konzeption, z.B. Image Analyse, Wirkungsanalyse, Evaluationsforschung, Budgetanalyse, Implementierungsanalyse, Reputationsmanagement. Diese Arbeiten sind zumeist methodologisch orientiert, ihr Ehrgeiz ist es, das vorhandene sozialwissenschaftliche Methodenwissen (z.B. Demoskopie, Inhaltsanalyse) für PR nutzbar zu machen.

9. Arbeiten mit Schwerpunkt auf den Menschen, die PR machen, z.B. Berufsrollen, Professionalisierung, Ausbildung, Arbeitszufriedenheit, etc. Diese Arbeiten sollten sinnvollerweise eine etwa 50%-Balance zwischen der Darstellung vorhandenen Wissens und der Erhebung neuen Wissens im Rahmen einer empirischen Untersuchung anstreben.

10. Zur Gänze praktische Arbeiten im Sinne einer (theoriegeleiteten) Erarbeitung einer PR-Konzeption für ganz konkrete Organisationen, Unternehmen bzw. Anliegen inklusive der Präsentation und (selbst-)kritischen Reflexion der Erfahrungen im Hinblick auf Theorie-Praxis-Kooperation (Konfrontation).

### **Checkliste zur Einreichung**

Eine Bewerbung muss folgende Unterlagen enthalten:

- Das ausgefüllte Bewerbungsformular
- Kurzfassung in 8-facher Ausführung:  
Einzel geklammert und gelocht (ohne zusätzliche Fixierung, Mappe etc.)
- Ein Abstract im Umfang von max. 1.500 Zeichen (mit Leerzeichen):  
In der Überschrift müssen Vor- und Zuname sowie Titel und Untertitel der Arbeit enthalten sein.
- In elektronischer Form (PDF):  
Ein Exemplar der Arbeit sowie der Kurzfassung und des Abstracts; diese sind entweder auf einem Datenträger der Einreichung beizulegen oder per E-Mail an [wissenschaft@prva.at](mailto:wissenschaft@prva.at) zu senden.

**BEWERBUNG**  
**um den Franz-Bogner-Wissenschaftspreis für Public Relations**

Persönliche Daten der Verfasserin/des Verfassers:

Titel:.....Vorname:.....

Nachname:..... Suffix:.....

Geb.-Datum: ..... Staatsbürgerschaft: .....

Anschrift: .....

.....

Tel.-Nr.: ..... E-Mail: .....

- |  |                       |
|--|-----------------------|
| Masterthese an Universitäts-/Fachhochschullehrgang | <input type="radio"/> |
| Masterarbeit an Fachhochschule                     | <input type="radio"/> |
| Magister-/ Masterarbeit an Universität             | <input type="radio"/> |

Titel/Thema: .....

.....

.....

Datum der Beurteilung/Approbation: .....

Name des betreuenden Professors/Dozenten: .....

.....

Universität/Institut/Fachhochschulstudiengang: .....

.....

Ich akzeptiere die in der Ausschreibung für den „Franz-Bogner-Wissenschaftspreis für Public Relations“ festgelegten Teilnahmebedingungen und garantiere mit meiner Unterschrift für die Richtigkeit meiner Angaben.

Datum: ..... Unterschrift: .....

## **Kriterien für die Kurzfassung**

### **I. Deckblatt und Inhaltsverzeichnis der eingereichten Arbeit**

### **II. Zusammenfassung (max. 10.000 Zeichen mit Leerzeichen):**

Vor- und Zuname, Titel und Untertitel, Erscheinungsort und –jahr, Seitenanzahl

#### **1. GEGENSTAND**

Definition des Forschungsobjektes: Was steht im Mittelpunkt der wissenschaftlichen Auseinandersetzung? – Kurzbeschreibung des Untersuchungsgegenstandes, bei empirischen Arbeiten: des analysierten Fallbeispiels.

#### **2. THEORIE**

Nennung des theoretischen Zugriffs: Unter welchen theoretischen, verallgemeinerbaren Aspekten wird der gewählte Untersuchungsgegenstand analysiert? - Im Detail: Welche Theorie(n)/theoret. Ansätze, welche aus der Literatur bereits bekannte(n) Hypothese(n) und/oder empirischen Befunde werden als Analysegrundlage herangezogen? - Knappe Bezugnahme auf diesen Forschungskontext, auf die gewählte Problemperspektive und auf die untersuchungsleitende Relevanz der jeweiligen Ansätze (ev. auch: Nennung zentraler Autoren).

#### **3. ZIEL / FRAGESTELLUNG(EN) / HYPOTHESE(N)**

Deklaration des Untersuchungszieles: Worin besteht das Ziel der Arbeit? - Begründung der Auswahl des Untersuchungsgegenstandes mit Blick auf die im Mittelpunkt der Arbeit stehende Problematik (und möglichst mit Theoriebezug). Insb. bei empirischen Arbeiten: Nennung der zentralen untersuchungsleitende(n) Fragestellung(en)/Hypothesen.

#### **4. FORSCHUNGSDESIGN**

Wahl der Methode, Darstellung des Untersuchungsablaufes: Welche methodische Vorgehensweise wird gewählt? Wie wird sie begründet? Darstellung des methodischen Instrumentariums (Inhaltsanalyse, Befragung, Beobachtung, Experiment, Literaturanalyse. Bei empirischen Arbeiten: Einblick in den Operationalisierungsvorgang), Angaben zur Durchführung der Untersuchung (Untersuchungszeitraum, Untersuchungssample, ev. Schwierigkeiten/Besonderheiten der Empirie, etc.)

#### **5. ERGEBNISSE**

Darstellung des Ertrags: Worin bestehen die zentralen Erkenntnisse der Arbeit? Unter expliziter Bezugnahme auf die (in Pkt. 3 genannten) Vorgaben: Ziel/Fragestellung(en)/Hypothese(n).

#### **6. LITERATUR**

Einige wenige (3 - 5) ausgewählte Literaturhinweise, die aus der gewählten Forschungsperspektive als besonders wichtig erachtet werden.

#### **7. SCHLAGWORTKATALOG**

Liste zentraler Stichworte, unter denen die Arbeit aufgefunden werden sollte.