

Die Rolle der Public Relations im Issues Management.

Theoretische Aufarbeitung und empirische Analyse der organisationalen sowie funktionalen Implementierung von Issues Management in österreichischen Unternehmen.

Eine Befragung der Top 500 Unternehmen Österreichs sowie ein vertiefendes Fallbeispiel

Magisterarbeit, Universität Salzburg 2009, 248 Seiten plus 12 Seiten Anhang

Die vorliegende, 2009 an der Universität Salzburg erstellte Magisterarbeit beschäftigt sich mit der Rolle der Public Relations im Issues Management, und untersucht die organisationale sowie funktionale Implementierung des Verfahrens in österreichischen Unternehmen. Die Untersuchung bediente sich – neben einer klassischen Literaturanalyse – auch zweier empirischer Methoden. Zusätzlich zu einer stark strukturierten schriftlichen Befragung per E-Mail-Fragebogen, die sich an das vom Wirtschaftsmagazin *Trend* im Juni 2008 publizierte Ranking der Top 500 Unternehmen Österreichs richtete, kam als zweiter empirischer Bestandteil ein vertiefendes Fallbeispiel beim Verbund-Konzern zur Anwendung.

Die schriftliche Befragung – bei der eine Rücklaufquote von 14,75 Prozent erzielt werden konnte – ergab, dass 89,7 Prozent der befragten Unternehmen den Begriff Issues Management kennen. Rund **76,5 Prozent** gaben an, das Verfahren auch **aktiv zum Einsatz zu bringen**. Überdies zeigte sich, dass Issues Management in österreichischen Unternehmen eine **Domäne der Public Relations** ist: bei 59,6 Prozent zeichnete die PR-Abteilung für das Verfahren verantwortlich, bei weiteren 25 Prozent ließ sich eine geteilte Verantwortlichkeit von Public Relations und Vorstand diagnostizieren – ein Indiz für den hohen Stellenwert, der dem Zugang in heimischen Organisationen augenscheinlich beigemessen wird. Ferner konnte gezeigt werden, dass im Rahmen des Issues Management **vielfältige Instrumente der Public Relations** zur Anwendung gelangen – von Medienresonanzanalysen über Gespräche mit Journalisten bis hin zu Datenbankrecherchen und Lobbying. Auch scheint Issues Management in Österreich **tendenziell von großen Unternehmen betrieben zu werden**, die Verwendungshäufigkeit in merklichem Ausmaß von der Branchenzugehörigkeit abzuhängen.

Das **Fallbeispiel beim Verbund-Konzern** diente dazu, die konkrete Ausgestaltung des Issues Management in einem österreichischen Unternehmen exemplarisch nachzuzeichnen. Wiewohl der **Begriff als solcher** in der Verbund-Praxis **nicht verwendet** wird, schreiben die zuständigen Kommunikationsmanager dem dahinterstehenden Verfahren nichtsdestotrotz **große Relevanz** zu. Das Issues Management wird indes auch im Verbund von der für **Public Relations** zuständigen Abteilung verantwortet. Die Notwendigkeit, das Verfahren zu betreiben resultiert dabei aus dem heterogenen Aufgabenfeld des Energieversorgers, der Tätigkeit in einer sensiblen Branche sowie der komplexen Eigentümerstruktur.

Mag. Alexander Tahedl

Lüfteneggerstr. 11, 4020 Linz; alex.tahedl@gmx.at