

KURZZUSAMMENFASSUNG ZUR MAGISTERARBEIT

**„DIE ROLLE UND ARBEITSWEISEN VON PUBLIC
RELATIONS-EINZELBERATERN UND
PR-KLEINSTAGENTUREN.
EINE ÖSTERREICHWEITE ERHEBUNG UND ANALYSE“**

an der Kultur- und Geisteswissenschaftlichen Fakultät
der Universität Salzburg

eingereicht von VERENA STIENITZKA
im Februar 2008, an der Universität Salzburg
Gesamtseitenanzahl der Arbeit: 297

Zentrales Forschungsobjekt der wissenschaftlichen Auseinandersetzung im Rahmen meiner Magisterarbeit sind österreichische Public Relations Agenturen, die in kleinstem Rahmen betrieben werden – sprich Ein-Personen-Unternehmen bzw. Einzelberater, aber auch Kleinstagenturen.

Für das zentrale Forschungsvorhaben wurde im Sommer 2006 per Email eine österreichweite, quantitative schriftliche Befragung von PR-Einzelberatern inkl. Kleinstagenturen sowie qualitative Leitfadenbefragung von Experten durchgeführt. Ebenso wurden mittlere und große PR-Agenturen sowie Kunden von PR-Einzelberatern befragt, um die Situation von anderen Perspektiven zu betrachten.

Zur theoretischen Ausgangssituation ist festzuhalten, dass es hinsichtlich der Anzahl der Ein-Personen-Unternehmen in der PR-Branche keine exakten Zahlen und Daten gibt. Es ist jedoch anzunehmen, dass es sich bei der Mehrheit aller Unternehmen in diesem Bereich um Firmen mit keinen bis wenigen Mitarbeitern handelt. In der Literatur wird diese spezifische Berufsgruppe immer wieder erwähnt, jedoch sind die Aussagen dazu meist sehr allgemein gehalten.

Ziel der Arbeit war es in erster Linie herauszufinden, wie PR-Einzelberater bzw. Kleinstagenturen arbeiten und welche Rolle sie in der gesamten Agenturlandschaft einnehmen. Durch das Thema der Arbeit an sich sowie die generelle Zielsetzung wird im wesentlichen bereits das zentrale Forschungsvorhaben ausgedrückt, das sich konkret wie folgt formulieren lässt:

Welche Rolle spielen Public Relations-Einzelberater bzw. PR-Kleinstagenturen in der gesamten Agenturlandschaft und wie gestaltet sich ihre Arbeitsweise?

Als Forschungsmethode wurde die quantitative schriftliche Befragung gewählt, durch die eine breit angelegte und flächendeckende, österreichweite Erhebung gewährleistet werden konnte. Zusätzlich wurden die Ergebnisse durch eine qualitative Leitfadenbefragung von Experten gestützt. Es wurden PR-Einzelberater, mittlere bzw. große PR-Agenturen und Kunden von PR-Einzelberatern befragt und die daraus gewonnenen Daten und Erkenntnisse als Selbstbild und Fremdbild dar- bzw. gegenübergestellt.

Abschließend kann festgehalten werden, dass durch die Arbeit ein grundlegendes und umfassendes Daten- und Informationsmaterial über das Segment der im kleinsten Rahmen tätigen PR-Praktiker in Österreich erhoben und dargestellt werden konnte, die eine gute Ausgangsbasis für weitere Forschungsvorhaben bildet.