

Schmidl, Michaela (2012):

**Die Bedeutung der Unternehmenskommunikation und Public Relations für
Personalberatungsunternehmen im Kontext der Branche
„Unternehmensberatung“**

Dargestellt an einer Online-Befragung von österreichischen Personalberatungsunternehmen sowie an einer Analyse und konzeptionellen Empfehlungen für die Unternehmenskommunikation von „DIE PERSONALBERATUNG Höllermeier & Partner KG“

Die vorliegende Magisterarbeit beschäftigt sich mit der Bedeutung der Unternehmenskommunikation und Public Relations für Personalberatungsunternehmen im Kontext der übergeordneten Branche „Unternehmensberatung“. Neben theoretischen Grundlagen zur Unternehmenskommunikation, Public Relations, Web 2.0, Unternehmensberatung im Allgemeinen und Personalberatung im Speziellen, steht vor allem der empirisch-praktische Teil im Fokus. Darin wird dem Leser nicht nur eine Online-Befragung zur Unternehmenskommunikation und Public Relations in österreichischen Personalberatungsunternehmen geboten, sondern auch ein interessanter Einblick in die Kommunikationspraxis eines Salzburger Personalberatungsunternehmens gewährt. Im Mittelpunkt des Forschungsinteresses steht vor allem die Frage nach den Besonderheiten der Dienstleistung Unternehmensberatung, wie z.B. die damit verbundene Immaterialität, und inwiefern diese einen Einfluss auf die Unternehmenskommunikation von Unternehmensberatungen/Personalberatungen haben können.

Mit ihren Forschungsfragen und der transdisziplinären Perspektive auf die Personalberatung will die Autorin „Pionierarbeit“ leisten. Während bis dato ein erhebliches Forschungsdefizit zur Unternehmenskommunikation von (Personal-)Beratungsunternehmen festgestellt werden muss, vereint die vorliegende Arbeit sowohl kommunikationswissenschaftliche, als auch betriebswirtschaftliche und soziologische Ansätze, die sich für die theoretische und praktische Erforschung der Bedeutung der Unternehmenskommunikation als nützlich erweisen.