

21.1.2004

Gutachten

über die Diplomarbeit von Robert Ingo Maurer: „**Public Relations bei Markteinführungen. Theoretische Analysen und Modelle sowie eine Erhebung der Praxis bei 30 innovativen Unternehmen**“. Salzburg 2004. 384 Seiten (plus 27 Seiten Anhang).

In einer Typologie von studentischen Abschlußarbeiten im Bereich Public Relations und Unternehmenskommunikation würde es sich hier um eine handeln, die einen bestimmten *Public Relations-Programm- bzw. Anwendungsbereich* (hier: Public Relations bei Markteinführungen) in den Mittelpunkt der Überlegungen stellt, wobei es im konkreten Fall um die Frage geht, ob bzw. wie dieser Programmbereich einen Beitrag zum Erfolg der Public Relations eines Unternehmens oder einer Organisation leisten kann. Andere Programmbereiche wären beispielsweise Mitarbeiterkommunikation, Presse- und Medienarbeit, Educational Relations, Lobbying etc. Methodisch können Arbeiten dieser Art entweder (a) theoretisch im Sinne einer Literaturlaufarbeitung, (b) mehr oder weniger breit und "flächendeckend" (z.B. „Gesamterhebung“ der einschlägigen unternehmerischen Praxis in einem geographisch definierten Gebiet oder in einer bestimmten Branche) konzipiert sein oder (c) in Form einer Einzelfallstudie oder aber auch als – theoretisch oder empirisch geleitete – Untersuchung eines Einzelaspektes des in Frage stehenden Programmbereichs. Der Verfasser hat insofern einen Mix aus den beiden ersten Formen gewählt, als er einerseits die vorhandene aktuelle Literatur zum gegenständlichen Thema systematisierend zusammengestellt und eine Reihe eigenständiger Konzepte entwickelt und andererseits mittels mündlicher Befragung die Praxis bei 30 führenden – zum größeren Teil österreichischen – Unternehmen in Österreich¹ erhoben hat.

¹ Porsche Holding, Palfinger, Residenz-Verlag, Puma, 3M, Pfizer, Ärzte ohne Grenzen, Brau Union, Unilever, Daimler Chrysler, Austria Tabak, Palmers, Steyr-Männlicher, Columbia Tristar, Vis-Vitalis, Sony, Alpenmilch Salzburg, Römerquelle, Loeger Sportartikel, Coca-Cola Company, Microsoft, Siemens Österreich, TUI, Raiffeisenverband Salzburg, EZA3Welt, Milupa, Caritas, Nestlé, McDonalds.

Maurers Arbeit ist systematisch und schlüssig aufgebaut; sie spricht – in Form von Einzelkapiteln – die wesentlichen Aspekte an, die man erwarten würde: Einleitung, Kommunikation und Modelle, Public Relations-Theorie, Innovation und Neuheiten, Grundlagen zum Thema Produkt, Marketing, Prozess der Markteinführung, schließlich die beiden zentralen Kapitel „Marktkommunikation bei Markteinführungen“ (S. 220-248) und „Public Relations bei Markteinführungen“ (S. 249-344) sowie eine Gesamtzusammenfassung (S. 345-364).

An der Arbeit fällt positiv auf, u.a. die klare und souveräne Form der Literaturlaufarbeitung, die gleichermassen umfassend und aktuell gelungen ist; das Geschick des Verfassers, dem es gelungen ist, aussagekräftige Antworten von (fast) allen der von ihm kontaktierten Unternehmen und Organisationen zu erhalten (was m.E. für die Relevanz des Themas auch für die Berufspraxis spricht) sowie die übersichtliche Darstellung dieser Ergebnisse; der eigentliche Wert der Arbeit liegt allerdings in dem für eine Diplomarbeit ungewöhnlichen Maß an wissenschaftlicher Eigenständigkeit bzw. an den Eigenleistungen des Verfassers: mindestens zehn eigene Definitionen bzw. Begriffsabgrenzungen wurden entwickelt (z.B. Abgrenzung Produkt-PR zu Produkt-Publicity, Definition von Public Relations bei Markteinführungen, Definition von Begriffen wie Produktneueinführung, Produktwiedereinführung, Produktinnovation etc), eigene Modelle wurden erstellt (z.B. Modell der Einflussfaktoren auf Public Relations) und eine Reihe von Konzeptionsstrategien wurden für Zwecke der Arbeit neu zusammengestellt (z.B. Ausarbeitung des PR-Mehraufwands von Produktneu- zu Produkt- und Produktwiedereinführungen). Kritisch fällt eigentlich nur auf, dass die vorbereitenden Theoriekapitel etwas überbordend ausgefallen sind und in den jeweiligen Kapiteleinführungen nicht immer ausreichend argumentiert wurde, warum sie in diesem Umfang zum Verständnis der Gesamtarbeit unbedingt notwendig seien.

Insgesamt handelt es sich bei Maurers Diplomarbeit um eine, die in der Beurteilungspraxis dieses Betreuers deutlich der Gruppe der mit

-sehr gut-(1)

benoteten Arbeiten zugeordnet ist.

