

Regina Göke (Wien)

Kräfte mobilisieren und Verantwortung übernehmen in der Krise – Eine vergleichende Analyse der Unternehmenskommunikation in Zeiten von Corona am Beispiel der Internet-Werbung für Textilmasken

Wie werben französische, deutsche und österreichische Unternehmen der Textilbranche, die ihr Sortiment während der Covid-19-Pandemie um Mund-Nasen-Schutzmasken erweitert haben, auf ihren Webseiten für ihre neuen Produkte und inwieweit und mit welchen sprachlichen und bildlichen Mitteln wird der gesellschaftliche Beitrag, den sie damit leisten, kommuniziert?

In der vorgestellten Studie werden ca. 100 Webseiten von französischen, deutschen und österreichischen Textilherstellern zunächst quantitativ untersucht. Darauf aufbauend werden anhand ausgewählter Unternehmen qualitative Analysen durchgeführt, bei denen die bildliche und argumentative Gestaltung der stärker in den Blick genommen wird. Der Vortrag gibt einen Einblick in das laufende Projekt und zeigt erste Ergebnisse und Erkenntnisse.