

Inhaltsverzeichnis

Teil 1 Begriffsrahmen

Beat F. Schmid und Boris Lyczek

Die Rolle der Kommunikation in der Wertschöpfung der Unternehmung 3

Teil 2 Umsetzung

a) Bereiche

Günter Bentele und Markus Will

Public Relations

als Kommunikationsmanagement 149

Peter Köppl

Lobbying und Public Affairs

Beeinflussung und Mitgestaltung des gesellschaftspolitischen

Unternehmensumfeldes 183

Sabine Einwiller, Franz Klöfer und Ulrich Nies

Mitarbeiterkommunikation 217

Victor Porák, Ann-Kristin Achleitner, Christian Fieseler und Thorsten Groth

Finanzkommunikation

Die Grundlagen der Investor Relations..... 257

b) Querschnittsaufgaben

Miriam Meckel und Markus Will

Media Relations

als Teil der Netzwerkkommunikation..... 287

Diana Ingenhoff und Ulrike Röttger

Issues Management

Ein zentrales Verfahren der Unternehmenskommunikation 319

Inhaltsverzeichnis

Armin Töpfer

Krisenkommunikation

Anforderungen an den Dialog mit Stakeholdern in Ausnahmesituationen..... 351

Claudia Mast

Change Communication

Balancieren zwischen Emotionen und Kognitionen..... 399

Ansgar Zerfaß

Kommunikations-Controlling

Methoden zur Steuerung und Kontrolle der Unternehmenskommunikation 431

c) Zielkonzepte

Peter Nobel

Corporate Governance und Unternehmenskommunikation..... 469

Manfred Bruhn

Integrierte Kommunikation 489