

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	1
Einführung	
<i>Ansgar Zerfaß, Manfred Piwinger</i>	
Kommunikation als Werttreiber und Erfolgsfaktor	5
Erster Teil:	
Grundlagen der Unternehmenskommunikation	
Unternehmensführung in der Mediengesellschaft	
<i>Ansgar Zerfaß</i>	
Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement: Grundlagen, Wertschöpfung, Integration	21
<i>Matthias Karmasin</i>	
Stakeholder-Management als Grundlage der Unternehmenskommunikation	71
<i>Bertram Scheufeles</i>	
Kommunikation und Medien: Grundbegriffe, Theorien und Konzepte	89
<i>Anna Maria Theis-Berglmair</i>	
Meinungsbildung in der Mediengesellschaft: Grundlagen und Akteure öffentlicher Kommunikation	123
<i>Axel Zitzmann, Thorsten Fischer</i>	
Informations- und Publizitätspflichten von Unternehmen	137
<i>Georg Franck</i>	
Jenseits von Geld und Information – Zur Ökonomie der Aufmerksamkeit.....	159

Aspekte des Kommunikationsmanagements

Christoph Hubig, Oliver Siemoneit

Vertrauen und Glaubwürdigkeit in der Unternehmenskommunikation 171

Margit Osterloh, Antoinette Weibel

Vertrauensmanagement in Unternehmen: Grundlagen und Fallbeispiele 189

Helmut Ebert, Manfred Piwinger

Impression Management: Die Notwendigkeit der Selbstdarstellung 205

Eugen Buß

Image und Reputation – Werttreiber für das Management 227

Klaus-Peter Konerding, Helmut Ebert

Organisationskultur und Verhaltensstile von Unternehmen: Einflussgrößen für die Kommunikationsstrategie 245

Cornelius Muth, Dirk Immetsberger

Das Unternehmen als Marke 265

Zweiter Teil:

Wertschöpfungsstufen der Kommunikation

Analyse von Umfeld und Meinungsbildung

Peter M. Wiedemann, Klaus Peter Ries

Issues Management und Issues Monitoring 285

Michael Kuhn, Frank Ruff

Corporate Foresight und strategisches Issues Management: Methoden zur Identifikation der Trends und Themen von morgen 303

Klaus-Peter Wiedmann, Charles J. Fombrun, Cees B. M. van Riel

Reputationsanalyse mit dem Reputation Quotient 321

Ingwer Borg

Mitarbeiterbefragungen als Führungsinstrument 339

Zieldefinition und Planung der Kommunikation

Günter Bentele, Howard Nothhaft

Konzeption von Kommunikationsprogrammen 357

Ulrike Röttger

Kampagnen planen und steuern: Inszenierungsstrategien in der Öffentlichkeit 381

Umsetzung und Kommunikationsmittel

Norbert Schulz-Bruhdoel

Pressearbeit: Gute Geschäfte auf Gegenseitigkeit.....399

Hermann Orgeldinger

Radio und TV in der Unternehmenskommunikation419

Vazrik Bazil

Redemanagement: Worte schaffen Werte.....429

Kurt Weichler

Corporate Publishing: Publikationen für Kunden und Multiplikatoren.....441

Manfred Piwinger

Geschäftsberichte als Mittel der Information und Beziehungspflege.....453

Klaus Viedeblatt

Die Mitarbeiter-Zeitschrift als Führungsinstrument.....465

Dieter Herbst

Eventkommunikation: Strategische Botschaften erlebbar machen477

Klaus Schmidt

Design als strategischer Erfolgsfaktor und Dimension von Identität487

Thomas Mickleit

Das Intranet der dritten Generation.....499

Thomas Pleil, Ansgar Zerfuß

Internet und Social Software in der Unternehmenskommunikation.....511

Wertbestimmung und Evaluation

Viktor Porák, Christian Fieseler, Christian Hoffmann

Methoden der Erfolgsmessung von Kommunikation.....535

Klaus Merten

Umfragen als Instrument der Unternehmenskommunikation557

Lothar Rolke

Kennzahlen für die Unternehmenskommunikation.....575

Hans-Werner Bierhoff

Wahrnehmung als Kommunikationsergebnis.....587

Karl-Heinz Maul

Der Jahresabschluss als Medium der Information und Kommunikation.....599

<i>Markus Will, Kay Alwert, Mart Kivikas</i> Wissensbilanzierung – Strategische Kommunikationsprozesse bewerten und steuern.....	615
<i>T. Flemming Ruud, Jan Pfister</i> Kostenerfassung der Unternehmenskommunikation	631

Bereitstellung von Organisation und Kompetenz

<i>Ralf Reichwald, Jutta Hensel</i> Kommunikation als Teil der Führungsaufgabe	649
<i>Manfred Bruhn, Mareike Ahlers</i> Organisation der Kommunikationsfunktion: Teamarbeit als Erfolgsfaktor	661
<i>Oliver Klein</i> Zusammenarbeit mit Kommunikationsagenturen: Auswahl, Briefing, Kosten, Erfolgskontrolle.....	677
<i>Joachim Klewes, Sabrina van der Pütten</i> Personalmanagement und Unternehmenskommunikation: Kompetenzen für Kommunikationsmanager.....	691
<i>Helmut Ebert, Manfred Piwinger, Katrin Henneke</i> Androgyne Kommunikationskompetenz: Kommunikation in der Geschlechterrolle	703

Dritter Teil: Handlungsfelder der Unternehmenskommunikation

Strategien für zentrale Bezugsgruppen

<i>Klaus Rainer Kirchhoff, Manfred Piwinger</i> Kommunikation mit Kapitalgebern: Grundlagen der Investor Relations	723
<i>Peter Szyszka</i> Kommunikation mit dem Kunden: Marken-PR und Produkt-PR als Instrumente der Marktkommunikation.....	741
<i>Claudia Mast</i> Interne Unternehmenskommunikation: Der Dialog mit Mitarbeitern und Führungskräften.....	757
<i>Susanne Fengler, Stephan Ruß-Mohl</i> Unternehmenskommunikation und Journalismus – ökonomische Analyse einer ungleichen Partnerschaft.....	777

<i>Marco Althaus</i>	
Public Affairs und Lobbying	797
Konzepte für besondere Kommunikationssituationen	
<i>Jörg Pfannenber</i>	
Veränderungskommunikation: Unterstützung von Change-Prozessen	819
<i>Karl Nessmann</i>	
Personality-Kommunikation: Die Führungskraft als Imageträger	833
<i>Ansgar Zerfaß, Simone Huck</i>	
Innovationskommunikation: Neue Produkte, Technologien und Ideen erfolgreich positionieren	847
<i>Andreas Georg Scherer, Dorothee Baumann</i>	
Corporate Citizenship: Herausforderung für die Unternehmenskommunikation	859
<i>Peter Höbel</i>	
Kommunikation in Krisen – Krisen in der Kommunikation?	875
<i>Simone Huck</i>	
Internationale Unternehmenskommunikation	891
Die Herausgeber	907
Die Autoren	909
Stichwortverzeichnis	923