

Beat F. Schmid/Boris Lyczek (Hrsg.)

# **Unternehmens- kommunikation**

Kommunikationsmanagement  
aus Sicht der Unternehmensführung



**GABLER**

# 1 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 Beutele 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 Poräk, Ann-Kristin Achleitner, Christian Fieseier 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 Ingenhoffund Ulrike Röttger*

Issues Management  
Ein zentrales Verfahren der Untemehmenskommunikation.....319

*Inhaltsverzeichnis*

<i>Armin Töpfer</i> Krisenkommunikation Anforderungen an den Dialog mit Stakeholdern in Ausnahmesituationen.....	351
<i>Claudia Mast</i> Change Communication Balancieren zwischen Emotionen und Kognitionen.....	399
<i>Ansgar Zerfuß</i> Kommunikations-Controlling Methoden zur Steuerung und Kontrolle der Unternehmenskommunikation.....	431
 <i>c) Zielkonzepte</i>	
<i>Peter Nobel</i> Corporate Governance und Unternehmenskommunikation.....	469
<i>Manfred Bruhn</i> Integrierte Kommunikation.....	489