

Ralf Hering
Bernd Schuppener
Mark Sommerhalder

Die Communication Scorecard

Eine neue Methode
des Kommunikationsmanagements

Haupt Verlag
Bern · Stuttgart · Wien

Vorwort

Paradigmenwechsel in der Unternehmensführung – Kommunikation schafft harte Fakten	9
--	----------

Einleitung

Das Dilemma der Unternehmenskommunikation	11
---	-----------

Teil I

Eine Standortbestimmung: Anforderungsprofil, Krise und Potenzial der Unternehmenskommunikation	17
---	-----------

1. Anforderungsprofil: Das Paradigma der Wertorientierung	17
1.1. Der neue Standard: wertorientierte Unternehmensführung	17
1.2. Die Nivellierung von Wettbewerbsvorteilen	20
1.3. Das Differenzierungspotenzial: Intangible Assets und „weiche“ Faktoren	22
1.4. Das Wertschöpfungspotenzial der Kommunikation	24
2. Krise: Kommunikation und Marke im Konflikt von Theorie und Praxis	26
2.1. Die Krise der Unternehmenskommunikation	26
2.2. Die Krise der Marke	30
2.3. Die Krise der Kommunikationsbudgets	32
3. Potenzial: Kommunikation als Schlüsselfaktor der wertorientierten Unternehmensführung	35

Teil II

Ein neues Modell des Kommunikationsmanagements: Communication Scorecard **39**

1. Kommunikationsstrategie als Funktion der Unternehmensstrategie **39**
 - 1.1. Der Ansatz der Balanced Scorecard **40**
 - 1.2. Das Kommunikationsdefizit der Balanced Scorecard **44**
 - 1.3. Schlüssige Ableitung kommunikativer Werttreiber aus operativen Zielen **49**
2. Struktur und Funktionsweise der Communication Scorecard **51**
 - 2.1. Modell und Grundbegriffe **51**
 - 2.2. Initialisierung **59**
 - 2.3. Deduktion **62**
 - 2.4. Scoring **68**
 - 2.5. Konzeption **75**
 - 2.6. Implementierung **83**
 - 2.7. Evaluation **90**
 - 2.8. Konsolidierung **95**

Teil III

Die Zukunftsperspektive: Strategische Kommunikationsplanung auf Basis betriebswirtschaftlicher Parameter **105**

1. Die Vorteile der Communication Scorecard **105**
2. Die Communication Scorecard als Steuerungsinstrument **113**
3. Die Communication Scorecard als Messinstrument **120**

Ausblick

Ein neuer Orientierungsrahmen für die Praxis **127**