

Jörg Pfannenberg / Ansgar Zerfaß Hg.

Wertschöpfung durch Kommunikation

Wie Unternehmen den Erfolg ihrer
Kommunikation steuern und bilanzieren

Jranffurter Allgemeine Buch

Inhalt

Geleitworte

Grundlagen und Herausforderungen

Kommunikations-Controlling:

Neue Herausforderungen für das Management 14

Ansgar Zerfaß / Jörg Pfannenberg

Werte schaffen durch Kommunikation:

Was von Kommunikationsmanagern erwartet wird 27

Claudia Mast

Internationale Perspektiven des Kommunikations-Controllings 36

Christoph Lautenbach / Jan Sass

Kommunikationsprozesse optimieren und evaluieren

Reputation messen und vergleichen:

Der Reputation Quotient 48

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

Messen und Monitoren von Stakeholder-Beziehungen:

DerTRI*M-Index 60

Susanne O'Gorman / Peter Pirner

Marken-Controlling in der integrierten Kommunikation 69

Harald Josse

Integriertes Reputation Tracking 76

Rainer Mathes

Interne Kommunikation medienübergreifend messen und steuern 85

Horst Pütz

Interne Kommunikation effizienter gestalten:

Strategien und Erfahrungen bei Volkswagen 93

Birgit Ziesche

| | |
|--|------------|
| Erfolgsbeitrag von Kommunikation steuern und nachweisen | |
| Die Corporate Communications Scorecard Ansgar Zerfaß | 102 |
| Die Communication Scorecard Bernd Schuppener | 113 |
| Das CommunicationControlCockpit (CCC) Lothar Rolke | 123 |
| Kommunikations-Controlling im Value Based Management Jörg Pfannenberger | 132 |
| Wertschöpfung durch Kommunikation im Bereich DaimlerChrysler Classic Stefan Röhrig | 142 |
| | |
| • • Kommunikation bilanzieren und bewerten | |
| Bewertung weicher Faktoren im Kapitalmarkt Victor Porák / Christian Fieseier / Christian Hoffmann | 156 |
| Die finanzielle Bewertung von Marken Jutta Menninger / Sven Mussler / Stefan Herrmann | 164 |
| Markenbewertung als strategische Herausforderung: Das Beispiel der Allianz Group Hans Arnold / Christian Deuringer | 173 |
| | |
| Perspektiven für die Zukunft | |
| Wertschöpfung durch Kommunikation: Thesenpapier der DPRG Jörg Pfannenberger / Ansgar Zerfaß | 184 |
| Das Communications Value System der GPRA Mirko Lange | 199 |
| Qualifizierung für wertorientiertes Kommunikationsmanagement: Holger Sievert / Michael Thomann / Arne Westermann | 212 |
| | |
| Die Herausgeber und Autoren | 219 |