

Manfred Piwinger |
Ansgar Zerfaß (Hrsg.)

Handbuch Unternehmens- kommunikation



Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Einführung

Ansgar Zerfuß, Manfred Piwinger

Kommunikation als Werttreiber und Erfolgsfaktor.

Erster Teil:

Grundlagen der Unternehmenskommunikation

Unternehmensführung in der Mediengesellschaft

Ansgar Zerfuß

Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement:

Grundlagen, Wertschöpfung, Integration.....21

Matthias Karmasin

Stakeholder-Management als Grundlage der Unternehmenskommunikation.....71

Bertram Scheufeie

Kommunikation und Medien: Grundbegriffe, Theorien und Konzepte.....89

Anna Maria Theis-Berglmair

Meinungsbildung in der Mediengesellschaft: Grundlagen und Akteure

öffentlicher Kommunikation.....123

Axel Zitzmann, Thorsten Fischer

Informations- und Publizitätspflichten von Unternehmen.....137

Georg Franck

Jenseits von Geld und Information -Zur Ökonomie der Aufmerksamkeit.....159

Aspekte des Kommunikationsmanagements

<i>Christoph Nubig, Oliver Siemoneit</i> Vertrauen und Glaubwürdigkeit in der Unternehmenskommunikation.....	171
<i>Margit Osterloh, Antoinette Weibel</i> Vertrauensmanagement in Unternehmen: Grundlagen und Fallbeispiele.....	189
<i>Helmut Ebert, Manfred Piwinger</i> Impression Management: Die Notwendigkeit der Selbstdarstellung.....	205
<i>Eugen Büß</i> Image und Reputation - Weittreiber für das Management.....	227
<i>Klaus-Peter Konerding, Helmut Ebert</i> Organisationskultur und Verhaltensstile von Unternehmen: Einflussgrößen für die Kommunikationsstrategie.....	245
<i>Cornelius Muth, Dirk Immetsberger</i> Das Unternehmen als Marke.....	265

Zweiter Teil:

Wertschöpfungsstufen der Kommunikation

Analyse von Umfeld und Meinungsbildung

<i>Peter M. Wiedemann, Klaus Peter Ries</i> Issues Management und Issues Monitoring.....	285
<i>Michael Kuhn, Frank Ruff</i> Corporate Foresight und strategisches Issues Management: Methoden zur Identifikation der Trends und Themen von morgen.....	303
<i>Klaus-Peter Wiedmann, Charles J. Fombrun, Cees B. M. van Riel</i> Reputationsanalyse mit dem Reputation Quotient.....	321
<i>Ingwer Borg</i> Mitarbeiterbefragungen als Führungsinstrument.....	339

Zieldefinition und Planung der Kommunikation

<i>Günter Bentele, Howard Nothhaft</i> Konzeption von Kommunikationsprogrammen.....	357
<i>Ulrike Röttger</i> 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 Unternehmenskommunikation.....419

Vazrik Bazil

Redemanagement: Worte scharfen Werte.....429

Kurt Weichler

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

Manfred Piwinger

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

Klaus Viedebrant

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

Dieter Herbst

Eventkommunikation: Strategische Botschaften erlebbar machen.....477

Klaus Schmidt

Design als strategischer Erfolgsfaktor und Dimension von Identität.....487

Thomas Mickleit

Das Intranet der dritten Generation.....499

Thomas Pleil, Ansgar Zerfuß

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

Wertbestimmung und Evaluation

Viktor Poräk, Christian Fieseier, Christian Haffmann

Methoden der Erfolgsmessung von Kommunikation.....535

Klaus Merten

Umfragen als Instrument der Unternehmenskommunikation.....557

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 Pfsler</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 Putten</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

Marco A Uhaus

Public Affairs und Lobbying.....797

Konzepte für besondere Kommunikationssituationen

Jörg Pfannenber

Veränderungskommunikation: Unterstützung von Change-Prozessen.....819

Karl Nessmann

Personality-Kommunikation: Die Führungskraft als Imageträger.....833

Ansgar Zerfuß, Simone Huck

Innovationskommunikation: Neue Produkte, Technologien und Ideen
erfolgreich positionieren.....847

Andreas Georg Scherer, Dorothee Baumann

Corporate Citizenship: Herausforderung für die Untemehmskommunikation.....859

Peter Hobel

Kommunikation in Krisen - Krisen in der Kommunikation?.....875

Simone Huck

Internationale Unternehmenskommunikation.....891

Die Herausgeber.....907

Die Autoren.....909

Stichwortverzeichnis.....923