

# **Kommunikations- steuerung**

Wie Unternehmenskommunikation in der digitalen  
Gesellschaft ihre Ziele erreicht

Herausgegeben von  
Lothar Rolke und Jan Sass

**DE GRUYTER  
OLDENBOURG**

# **Inhalt**

**Lothar Rolke und Jan Sass**

**Herausforderungen und Benefits der Kommunikationssteuerung in der digitalen Gesellschaft – eine Einführung — 1**

## **Teil I: Grundlagen**

**Kommunikationssteuerung zwischen Anspruch und Verwirklichung**

**Lothar Rolke**

**Kommunikationssteuerung nach dem Stakeholder-Kompass –  
Wertschöpfung durch Wirkungsmanagement —17**

**Jan Sass**

**Kommunikations-Controlling in der digitalen Praxis — 39**

**Christopher Storck**

**Die Integration des Kommunikationsmanagements in den Strategieprozess von  
Unternehmen — 51**

**Ansgar Zerfaß und Christine Viertmann**

**Strategische Aufgaben des Kommunikationsmanagements  
in der digitalen Gesellschaft — 67**

## **Teil II: Zentrale und dezentrale Kommunikationssteuerung**

**Christof Ehrhart**

**Kommunikationssteuerung in Zeiten der Postmoderne — 81**

**Heike Bernard und Mark-Steffen Buchele**

**Step by Step –  
Der Weg zur zielorientierten Kommunikationssteuerung der Siemens AG — 93**

**Dorothee Hutter**

**Im Zusammenspiel liegt die Stärke –  
Von zentraler und dezentraler Kommunikation bei der GIZ —103**

**Christoph Lautenbach**

**Unternehmenskommunikation stakeholdergerecht organisieren –  
Weiterentwicklung von Strukturen und Prozessen der  
Kommunikationsfunktion 113**

**Jürgen Kornmann**

**Need for speed –**

**Warum Unternehmenskommunikation kampagnenfähig sein muss —127**

### **Teil III: Steuerung der Mitarbeiter- und Führungskräftekommunikation**

**Ariana Fischer und Anja Kaup**

**Interne Kommunikation als Innovationstreiber —145**

**Matthias Eberle**

**Die Rolle der internen Kommunikation bei der Weiterentwicklung einer  
dialoggesteuerten Unternehmenskultur—159**

**Stefan Kantzenbach und Andreas Cezanne**

**Interne Kommunikation in der Kaskade – Regeln und Formate —171**

**Katharina Simon**

**Die Rolle der Unternehmenskommunikation als Business Partner —181,**

**Gerhard Rickes**

**Kapitäne steuern – Lenkungsstrukturen in der Vorstandskommunikation —193**

### **Teil IV: Steuerung der Kommunikationsfunktion**

**Themen, Kanäle, Ressourcen**

**Jan Dietrich Müller**

**Drehmoment entfalten –**

**Strategie als Instrument der Selbsttransformation einer Zentralfunktion — 207**

**Philip Müller**

**Veränderte Anforderungen und Qualifikationsprofile für Kommunikatoren in der  
digitalen Gesellschaft — 221**

**Ulrich Ott**

**Agenda Setting oder Agenda Sharing? –  
Neue Möglichkeiten für Übergreifendes Themenmanagement, digitales Netzwerken  
und interne strategische Beratung — 233**

**Michael Schlechtriem**

**Unternehmenskommunikation als Treiber der Digitalisierung — 245**

**Rainer Pollmann**

**Ressourcen der Unternehmenskommunikation systematisch auf die Strategie  
ausrichten 255**

## **Teil V: Analyse, Strategie und KPIs im Kommunikationsmanagement**

**Jan Sass**

**Steuerung und Bewertung des Maßnahmen-Mixes: Von der Relevanzanalyse  
bis zur Überprüfung der Strategieanbindung — 269**

**Uwe Berlinghoff und Thomas Breuer**

**Planen. Messen. Steuern.**

**Das integrierte Kommunikations-Controlling bei der Mainova AG — 283**

**JanJanzen**

**Cross-Channel-Measurement –**

**Digitalisierung und kausale Attribution als Schlüssel modernen Kommunikations-  
Controllings — 293**

**Eike Tolle**

**Von der Strategie zum KPI in Zeiten des Medienwandels — 307**

**Lothar Rolke**

**Webmonitoring next level –**

**Benchmark-orientiertes Performance- und Response-Measurement in den  
Kommunikationsräumen des Internets — 319**

**Autorenverzeichnis — 333**

**Stichwortverzeichnis — 339**