

Lothar Rolke, Jan Sass (Hrsg.)

KOMMUNIKATIONSSTEUERUNG

Wie Unternehmenskommunikation in der digitalen Gesellschaft ihre Ziele erreicht

- Neue Impulse für die Kommunikationsplanung und -prüfung sowie Praxisbeispiele für Kommunikationssteuerung und Wertschöpfung u.a. aus den Unternehmen Deutsche Bahn, Deutsche Post DHL, Deutsche Telekom, GIZ, ING-DiBa, Lufthansa Group, MAN Diesel & Turbo, Mainova, SAP, Siemens und Union Investment

Das Buch behandelt die wichtigsten Fragen zur erfolgreichen Steuerung von Unternehmenskommunikation in der Praxis und schließt dabei die Grundlegendiskussion um Kommunikation als Wertschöpfung ein.

Kommunikationssteuerung wird als zielorientierter und revolvierender Managementprozess gezeigt, der einen fortlaufenden Dialog und die kontinuierliche Auswertung von Daten ebenso erfordert wie die persönliche Kommunikations- und Managementkompetenz. Dabei korrespondiert die Zielplanung mit dem Wirkungsmanagement: der Ergebniserfassung, seinen Interventionen und Nachsteuerungen.

Neben einigen theoretisch angelegten Beiträgen bietet das Buch eine Vielzahl von Praxisbeispielen für Kommunikationssteuerung und Wertschöpfung.

Renommierte Autoren aus Wissenschaft und Praxis erläutern aus verschiedenen Perspektiven den Fortschritt in der Debatte um den Wertschöpfungsbeitrag von Kommunikation und vermitteln praxisorientiertes Erfahrungswissen über die kommunikativen Steuerungsmöglichkeiten von Unternehmen.

Herausgegeben von Prof. Dr. Lothar Rolke (Hochschule Mainz)
und **Dr. Jan Sass** (LAUTENBACH SASS)

Jetzt bestellen! orders@degruyter.com



VIII, 342 S.

Gebunden:

Ladenpreis *€ [D] 89.95
UVP *US\$ 126.00 / *GBP 67.99
ISBN 978-3-11-044047-8

eBook:

Ladenpreis *€ [D] 89.95
UVP *US\$ 126.00 / *GBP 67.99
PDF ISBN 978-3-11-043204-6
EPUB ISBN 978-3-11-043212-1

Erscheinungstermin: Oktober 2016

Publikationssprache: Deutsch

Fachgebiete:

Betriebswirtschaft > Management,
Organisation und Unternehmensführung,
Grundsätze der Unternehmensführung

Unternehmenskommunikation, Public
Relations, Stakeholderbeziehungen

Marketing, Vertrieb

*Preise in US\$ nur für Bestellungen aus Nord- und Südamerika. Preise in GBP nur für Bestellungen aus Großbritannien. Die €-Preise bezeichnen, sofern nicht anders angegeben, die in Deutschland verbindlichen Ladenpreise. Preise zuzüglich Versandkosten. Preisänderungen vorbehalten.

INHALTSÜBERSICHT

Einleitung

- Herausforderungen und Benefits der Kommunikationssteuerung in der digitalen Gesellschaft – eine Einführung (*Lothar Rolke, Jan Sass*)

Teil I: Grundlagen: Kommunikationssteuerung zwischen Anspruch und Verwirklichung

- Kommunikationssteuerung nach dem Stakeholder-Kompass – Wertschöpfung durch Wirkungsmanagement (*Lothar Rolke*)
- Kommunikations-Controlling in der digitalen Praxis (*Jan Sass*)
- Die Integration des Kommunikationsmanagements in den Strategieprozess von Unternehmen (*Christopher Storck*)
- Strategische Aufgaben des Kommunikationsmanagement in der digitalen Gesellschaft (*Ansgar Zerfuß, Christine Viertmann*)

Teil II: Zentrale und dezentrale Kommunikationssteuerung

- Kommunikationssteuerung in Zeiten der Postmoderne (*Christof Ehrhart*)
- Step by Step – Der Weg zur zielorientierten Kommunikationssteuerung der Siemens AG (*Heike Bernard, Mark-Steffen Buchele*)
- Im Zusammenspiel liegt die Stärke – von zentraler und dezentraler Kommunikation bei der GIZ (*Dorothee Hutter*)
- Unternehmenskommunikation stakeholdergerecht organisieren – Weiterentwicklung von Strukturen und Prozessen der Kommunikationsfunktion (*Christoph Lautenbach*)
- Need for Speed – Warum Unternehmenskommunikation kampagnenfähig sein muss (*Jürgen Kornmann*)

Teil III: Steuerung der Mitarbeiter- und Führungskräftekommunikation

- Interne Kommunikation als Innovationstreiber (*Ariana Fischer, Anja Kaup*)
- Die Rolle der Internen Kommunikation bei der Weiterentwicklung einer dialoggesteuerten Unternehmenskultur (*Matthias Eberle*)
- Interne Kommunikation in der Kaskade – Regeln und Formate (*Stefan Kantzenbach, Andreas Cezanne*)
- Die Rolle der Unternehmenskommunikation als Business Partner (*Katharina Simon*)
- Kapitäne steuern – Lenkungsstrukturen in der Vorstandskommunikation (*Gerhard Rickes*)

Teil IV: Steuerung der Kommunikationsfunktion: Themen, Kanäle, Ressourcen

- Drehmoment entfalten – Strategie als Instrument der Selbsttransformation einer Zentralfunktion (*Jan Dietrich Müller*)
- Veränderte Anforderungen und Qualifikationsprofile für Kommunikatoren in der digitalen Gesellschaft (*Philip Müller*)
- Agenda Setting oder Agenda-Sharing? Neue Möglichkeiten für übergreifendes Themenmanagement, digitales Netzwerken und interne strategische Beratung (*Ulrich Ott*)
- Unternehmenskommunikation als Treiber der Digitalisierung (*Michael Schlechtriem*)
- Ressourcen der Unternehmenskommunikation systematisch auf die Strategie ausrichten (*Rainer Pollmann*)

Teil V: Analyse, Strategie und KPIs im Kommunikationsmanagement

- Steuerung und Bewertung des Maßnahmen-Mixes: Von der Relevanzanalyse bis zur Überprüfung der Strategieanbindung (*Jan Sass*)
- Planen. Messen. Steuern. Das integrierte Kommunikations-Controlling bei der Mainova AG (*Uwe Berlinghoff, Thomas Breuer*)
- Cross-Channel-Measurement. Digitalisierung und kausale Attribution als Schlüssel modernen Kommunikations-Controllings (*Jan Janzen*)
- Von der Strategie zum KPI in Zeiten des Medienwandels (*Eike Tölle*)
- Webmonitoring next level. Benchmark-orientiertes Performance- und Response-Measurement in den Kommunikationsräumen des Internets (*Lothar Rolke*)

Jetzt bestellen! orders@degruyter.com