

## Stakeholder Indizes

von Christoph Lautenbach und Jan Sass



Welche Kommunikationskennzahlen ermöglichen die Steuerung und belegen den Erfolg der Kommunikation? Welche Aussagekraft besitzen sie im Zusammenspiel mit anderen Einflussfaktoren des Unternehmenserfolgs? Während in den letzten Jahren neue Modelle und Verfahren des Kommunikations-Controllings die Branchendiskussion bestimmten, steht inzwischen die Frage nach praxisfähigen, möglicherweise sogar verbindlichen Kommunikationskennzahlen im Vordergrund.

Der aktuelle Aufsatz „Stakeholder-Indizes“ ist ein Beitrag zur Diskussion um Kommunikationskennzahlen. Dabei machen die Autoren Lautenbach/Sass deutlich, dass sich in Kommunikations-Indizes die Kommunikationseffekte besser isolieren lassen als in nicht allein von Kommunikation beeinflussten Spitzenkennzahlen wie Kundenbindung oder Mitarbeiter-Commitment. Da in ihnen die Kommunikationsleistung in nur einer Kennzahl verdichtet werden kann, sind Indizes geradezu prädestiniert, als Kommunikationskennzahlen eingesetzt zu werden.

Download unter: <http://www.hlv-kommunikationsmanagement.de/>