

Inhaltsverzeichnis

Teil I Einführung	1
Unternehmenskommunikation in der digitalisierten Wirtschaft und Gesellschaft	3
Ansgar Zerfaß, Manfred Piwinger und Ulrike Röttger	
Teil II Grundlagen, Konzepte und Herausforderungen	27
Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder und Wertschöpfung	29
Ansgar Zerfaß	
Kommunikation, Medien und Massenmedien: Grundbegriffe und Konzepte für die Unternehmenskommunikation	89
Bertram Scheufele	
Meinungsbildung in der Mediengesellschaft: Akteure und Prozesse öffentlicher Kommunikation in der digitalen Welt	125
Anna Maria Theis-Berglmair	
Strategische Kommunikation: Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen aus internationaler Perspektive	145
Howard Nothhaft und Ansgar Zerfaß	
Von der Kommunikationshoheit zur Polyphonie: Steuerungsverlust und Vielstimmigkeit in der Unternehmenskommunikation	173
Christine Viertmann, Lena Schneider und Ansgar Zerfaß	
Internationale Unternehmenskommunikation: Herausforderungen und Strategien	189
Christof Ehrhart	
Kommunikationsmanagement als Profession: Strukturen, Handlungsfelder, empirische Befunde	205
Ansgar Zerfaß und Lisa Dühring	
	XI

Teil III Rahmenbedingungen des Kommunikationsmanagements	233
Corporate Governance und Corporate Social Responsibility: Grundlagen und Konsequenzen für die Unternehmenskommunikation	235
Joachim Schwalbach und Anja Schwerk	
Ethische Aspekte der Unternehmenskommunikation: Problemfelder und Selbstregulierung	253
Lars Rademacher	
Rechtliche Rahmenbedingungen der Unternehmenskommunikation ...	273
Werner Süß	
Digitalisierung, Big Data und soziale Medien als Rahmenbedingungen der Unternehmenskommunikation	289
Stefan Stieglitz und Christian Wiencierz	
Journalismus und Unternehmenskommunikation: Strukturen und Wandel der Zusammenarbeit	311
Cornelia Wolf und Alexander Godulla	
Influencer und Meinungsführer als Herausforderung für die Unternehmenskommunikation	329
Nils S. Borchers und Nadja Enke	
Teil IV Soziologische, kulturelle und psychologische Einflussfaktoren	349
Vertrauen und Glaubwürdigkeit in der Unternehmenskommunikation	351
Ulrike Röttger	
Reputation und Image in der Unternehmenskommunikation: Grundlagen, Einflussmöglichkeiten, Management	371
Sabine Einwiller	
Branding und Unternehmenskommunikation: Marken im öffentlichen Diskurs	393
Jürgen Häusler	
Organisationstheoretische Aspekte der Unternehmenskommunikation	411
Peter Winkler und Dennis Schoeneborn	
Organisationskultur und Unternehmenskommunikation	431
Christian Fieseler	

Psychologische Dimensionen der Unternehmenskommunikation	447
Christian Pieter Hoffmann und Sabine Einwiller	
Teil V Zieldefinition, Planung und Evaluation der Unternehmenskommunikation	467
Strategische Ausrichtung der Unternehmenskommunikation: Zieldefinition, Alignment mit Organisationszielen und Wertbeitrag	469
Ansgar Zerfaß und Sophia Charlotte Volk	
Konzeption von Kommunikationsprogrammen in der Unternehmenskommunikation	493
Howard Nothhaft und Günter Bentele	
Kommunikationskampagnen planen und steuern: Thematisierungsstrategien in der Öffentlichkeit	519
Ulrike Röttger	
Content-Strategien in der Unternehmenskommunikation: Themensetzung, Storytelling und Newsrooms	541
Jens Seiffert-Brockmann und Sabine Einwiller	
Impression Management: Identitätskonzepte und Selbstdarstellung in der Wirtschaft	557
Manfred Piwinger und Vazrik Bazil	
Corporate Listening und Issues Management in der Unternehmenskommunikation	577
Diana Ingenhoff, Maria Borner und Ansgar Zerfaß	
Evaluation und Controlling der Unternehmenskommunikation	595
Lothar Rolke, Alexander Buhmann und Ansgar Zerfaß	
Teil VI Strukturen, Prozesse und Akteure des Kommunikationsmanagements	617
Organisation der Kommunikationsfunktion: Grundmodelle und Benchmarking	619
Ansgar Zerfaß, Christoph Lautenbach und Jan Erik Sass	
Positionierung von Kommunikationsabteilungen und Kommunikatoren: Leistungsbeitrag, Rollen und Selbstverständnis . . .	639
Sophia Charlotte Volk und Ansgar Zerfaß	
Managementtools für die Unternehmenskommunikation: Einsatzmöglichkeiten und Überblick	663
Ansgar Zerfaß und Daniel Ziegele	

Personalmanagement und Kompetenzentwicklung in der Unternehmenskommunikation	681
Juliane Kiesenbauer	
Agilität und Unternehmenskommunikation: Herausforderungen und Handlungsoptionen	699
Lisa Dühring	
Exzellenz von Kommunikationsabteilungen: Grundlagen und empirische Ergebnisse	725
Markus Wiesenberg, Ralph Tench und Dejan Verič	
Kommunikationsagenturen als Dienstleister und Berater: Auswahl, Rollen, Normen und Konflikte	743
Reinhold Fuhrberg	
Dienstleister für die Unternehmenskommunikation: Analyse, Distribution, Organisation, Evaluation	759
Lars Harden	
Unternehmenskommunikation in der digitalen Transformation	779
Thomas Pleil und Pia Sue Helferich	
Teil VII Zentrale Handlungsfelder und Bezugsgruppen	797
Kommunikation mit Kapitalgebern: Grundlagen von Finanzkommunikation und Investor Relations	799
Manfred Piwinger und Christian Pieter Hoffmann	
Marketingkommunikation als Teil der Unternehmenskommunikation ...	817
Jörg Tropp	
Interne Unternehmenskommunikation: Mitarbeiter und Führungskräfte informieren und motivieren	839
Claudia Mast	
Gesellschaftsorientierte Unternehmenskommunikation: Stakeholderorientierung und Legitimation als Ziel der Public Relations	859
Swaran Sandhu	
Public Affairs: Strategische Kommunikation von Unternehmen im politischen Raum	881
Birte Fähnrich und René Mono	
Kommunikation mit Journalisten und Influencern: Multiplikatoren als Bezugsgruppen der Unternehmenskommunikation	899
Olaf Hoffjann	

Teil VIII Anwendungsbereiche der Unternehmenskommunikation 923
Veränderungskommunikation im Corporate Change:**Herausforderungen für die externe und interne****Unternehmenskommunikation** 925

Jörg Pfannenber

Transformationskommunikation von Unternehmen:**Kommunikative Unterstützung von Restrukturierungen und****Mergers & Acquisitions** 943

Phoebe Kebbel und Tina Kunath

Krisenkommunikation: Vorbereitung, Umsetzung, Erfolgsfaktoren ... 963

Andreas Schwarz und Martin Löffelholz

CEO-Kommunikation für Vorstände und Geschäftsführer:**Profilierung und Personalisierung in der****Unternehmenskommunikation** 981

Markus Talanow

Innovations- und Technologiekommunikation: Komplexe**Themen vermitteln und positionieren** 1003

Stephan Fink und Michael Grupe

CSR-Kommunikation von Unternehmen: Grundlagen der**Verantwortungskommunikation** 1023

Kerstin Thummes

Litigation und Kommunikation: Die Zusammenarbeit von**Unternehmenskommunikation und Rechtsabteilungen** 1039

Volker Boehme-Neßler

Das Reputationsrisiko: Herausforderungen und Bedeutung für die**Unternehmensführung** 1051

Manfred Piwinger