

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Analyse: Rahmen und Fakten klären</b> .....	1
1.1 Kommunikation im Kontext von Strategie und Wertschöpfung .....	1
1.1.1 Betriebswirtschaftlicher Rahmen .....	2
1.1.2 Gesellschaftlicher Rahmen .....	4
1.1.3 Strategische Geschichtskommunikation .....	5
1.2 Analyse und Recherche .....	5
1.2.1 SWOT-Analyse .....	6
1.2.2 Stakeholder-Analyse .....	8
Literatur .....	9
<b>2 Konzeption: Ziele, Zielgruppen, Themen, Botschaften und Medien bestimmen</b> .....	11
2.1 Ziele und Zielgruppen .....	11
2.2 Wirkungen und Ziele im Zielehaus Geschichtskommunikation .....	13
2.2.1 Marktkommunikation: Differenzierung und Einzigartigkeit .....	16
2.2.2 Interne Kommunikation: Identifikation und Motivation .....	17
2.2.3 Gesellschaftsorientierte Kommunikation: Legitimation und Verantwortung .....	18
2.3 Strategisches in der Geschichtskommunikation .....	19
2.3.1 Perspektivität .....	20
2.3.2 Selektivität .....	21
2.3.3 Konstruktivität .....	21
2.4 Themen und Botschaften .....	24
2.5 Medien und Kanäle .....	27
2.6 Integrierte Strategische Geschichtskommunikation .....	29
Literatur .....	31

<b>3 Evaluation: Wirkungen messen und Kommunikation steuern</b> .....	33
3.1 Daten, Kommunikationskanäle, Journey und Reporting .....	33
3.2 Das DPRG/ICV-Wirkungsstufenmodell zur Evaluation und Steuerung der Unternehmenskommunikation .....	36
3.3 Die Wirkungsstufen – Kanäle – Matrix .....	39
Literatur .....	41
<b>4 Praxis: Strategie, Konzeption, Messung und Steuerung am Beispiel erklärt</b> .....	43
4.1 Der Praxis-Case im Überblick .....	43
4.2 Ziele nach Stakeholdern im Zielehaus .....	45
4.3 Messung und Optimierung der Kommunikation in den Wirkungsstufen im Praxiscase .....	46
<b>Was Sie aus diesem <i>essential</i> mitnehmen können</b> .....	51
<b>KPI Glossar (Auswahl)</b> .....	53