

# Sonderheft

## 2 | 2014

## Interne Kommunikation

- 08 Weichenstellung für eine starke interne Kommunikation**  
Was macht interne Kommunikation als Führungsinstrument besonders erfolgreich? Fünf Faktoren sind entscheidend.  
*Wolfgang Griepentrog*
- 14 Der Schlüssel zur erfolgreichen Umsetzung der Strategie**  
Informationen aus dem Controlling sind wesentlich, wenn es um die Umsetzung von Strategien im Unternehmen geht. Entscheidend ist, wie sie vermittelt werden.  
*Gernot Mödritscher, Friederike Wall*
- 20 Organisationen eine Stimme geben**  
Manchmal hakt es zwischen Controllern und Managern. Führungsexperimente können dazu beitragen, den Dialog im Unternehmen zu verbessern.  
*Hans A. Wüthrich, Philipp D. Schaller*
- 26 Professionelles Controlling mit Empathie**  
In der Zusammenarbeit mit Führungskräften hilft Controllern oftmals Empathie. Sie richtig einzusetzen, kann trainiert werden.  
*Christiano Jesus Feliciano*
- 34 Mit Anreizsystemen richtig motivieren**  
Anreizsysteme haben die Funktion, strategische Ziele an alle Akteure im Unternehmen zu vermitteln. Oft könnten sie wirkungsvoller eingesetzt werden.  
*Eberhard Steiner, Miriam Landes*
- 42 Durch Management Reporting kommunizieren**  
Wenn Management Reports bestimmte Voraussetzungen erfüllen, lassen sie sich nutzbringend für die Vermittlung von Botschaften einsetzen.  
*Marcus Pack, Anja Linge, Marc Meschede*

# Externe Kommunikation

# Rubriken

- 50 Trends und Perspektiven in der Unternehmenskommunikation**  
Die Unternehmenskommunikation muss sich neuen Herausforderungen stellen – und mit ihr das Controlling, das die Inhalte liefert.  
*Jörg E. Allgäuer, Matthias Larisch*
- 56 Verändert Integrated Reporting die Unternehmenskommunikation?**  
Wenn Finanzkommunikation nach außen erfolgreich sein soll, muss sie intern perfekt abgestimmt sein. Zusammenarbeit ist gefordert.  
*Ralf Jaspert, Lisa Just, Christoph Weigel*
- 62 Aktionäre durch Online Communities einbinden**  
Auch die Finanzkommunikation kann neue Medien erfolgreich einsetzen. Immer mehr Unternehmer und Anbieter nutzen so das Web.  
*Christian Pieter Hoffmann*
- 68 M&A: Heiße Zeit für die Finanzkommunikation**  
Fingerspitzengefühl, perfektes Timing und professionelle Vorbereitung sind gefragt, wenn eine Übernahme kommuniziert wird.  
*Frank Borowicz*
- 74 Veränderungsprozesse wirkungsvoll vermitteln**  
Der CEO muss Visionär sein, der CFO muss für Kontinuität sorgen. In Veränderungsprozessen müssen ihre Botschaften sorgsam aufeinander abgestimmt sein.  
*Steffen Rinas*
- 78 Mit Hard Facts und guter Kommunikation zu besseren Ratings**  
In Kreditverhandlungen mit Banken spielt der CFO eine entscheidende Rolle. Fehler in der Kommunikation wären hier fatal.  
*Richard Guserl*
- 84 Signale setzen mit CSR-Reporting**  
Mit der Signaling-Theorie lässt sich erklären, warum Nachhaltigkeitsberichterstattung so wichtig ist und was man dabei beachten muss.  
*Christian Neßler, Bettina Lis*

- 03 Editorial**
- 06 Impressum**
- 07 Tagcloud**