

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 dabei beachten muss.
Christian Neßler, Bettina Lis

- 03 Editorial**
06 Impressum
07 Tagcloud