

1	Einführung	1
	Literatur	5
2	Grundlagen des Kommunikationscontrollings	7
2.1	Der Begriff Kommunikationscontrolling	7
2.2	Effektivität und Effizienz von Kommunikationsmaßnahmen	9
2.3	Systematisierung von Kommunikationsmaßnahmen anhand von Wirkungsstufenmodellen	11
2.4	Was Sie aus diesem Kapitel mitnehmen können	15
	Literatur	16
3	Behördenkommunikation im digitalen Wandel	19
3.1	Behördenkommunikation als Organisations- kommunikation	19
3.2	Entwicklung und Definition digitaler Behörden- kommunikation	21
3.3	Digitale Behördenkommunikation als gesetzlicher Auftrag	23

3.4	Digitale Behördenkommunikation als Reaktion auf gesellschaftliche Entwicklungen	27
3.5	Veränderung von Kommunikationsbeziehungen durch digitale Behördenkommunikation	30
3.6	Blick in die Praxis: Verknüpfung von Kommunikationsstrategie und Kommunikationscontrolling am Beispiel des Bundesverwaltungsamts	33
3.7	Was Sie aus diesem Kapitel mitnehmen können	40
	Literatur	42
4	Leistungsmessung digitalisierter Behördenkommunikation	45
4.1	Strategisches Management von Kommunikationsprozessen	45
4.2	Situationsanalyse	48
4.3	Formulierung strategischer Ziele als Kommunikationsstrategie	51
4.4	Maßnahmenplanung und deren operative Umsetzung	53
4.5	Erfolgskontrolle	55
4.6	Blick in die Praxis: Monitoring und Controlling von externen Kommunikationsmaßnahmen am Beispiel der Universität der Bundeswehr München	58
4.7	Was Sie aus diesem Kapitel mitnehmen können	61
	Literatur	62
5	Herausforderungen für das Kommunikationscontrolling digitaler Behördenkommunikation	65
5.1	Ableitung geeigneter Kennzahlen für die Zielsetzungen digitaler Behördenkommunikation	65
5.2	Sicherstellung der Datenintegrität bei steigenden Datenmengen	71
5.3	Gewährleistung der Datenaktualität bei der Nutzung digitaler Kommunikationsmittel	76

5.4	Berücksichtigung von Datenschutz und Informationssicherheit im Rahmen des Controllings digitaler Kommunikation	80
5.5	Einbindung des Kommunikationscontrollings in ein integriertes Steuerungsmodell für Behörden	85
5.6	Blick in die Praxis: Die Balanced Scorecard als Steuerungsmodell für die Kommunikation einer Behörde am Beispiel der Kassenärztlichen Vereinigung Bayerns	90
5.7	Was Sie aus diesem Kapitel mitnehmen können	95
	Literatur	96
6	Anwendung des ‚Three Places Modells‘ für das Controlling digitaler Kommunikation	99
6.1	Vorstellung des ‚Three Places Modells‘	99
6.2	Typologie von Kennzahlen in digitalen Kommunikationsräumen	101
6.3	Digitaler Kommunikationsraum ‚Owned Place‘	105
6.4	Digitaler Kommunikationsraum ‚Open Place‘	110
6.5	Digitaler Kommunikationsraum ‚Outing Place‘	115
6.6	Blick in die Praxis: Das ‚Three Places Modell‘ zur Steuerung digitaler Kommunikationsmaßnahmen des Bayerischen Staatsministeriums des Innern, für Sport und Integration in Bezug auf die Covid-19-Pandemie	120
6.7	Was Sie aus diesem Kapitel mitnehmen können	128
	Literatur	129
7	10 Tipps für die Einführung eines erfolgreichen Kommunikationscontrollings in Ihrer Behörde	131
	Literatur	139
	Abkürzungsverzeichnis/Glossar	141