

# Inhalt

<b>Die Entwicklung des strategischen Kommunikations-Controllings in Deutschland</b>	7
Ansgar Zerfaß und Jörg Pfannenber	

## **I** Konzeptionelle Grundlagen

<b>Das Modell des Unternehmens in der modernen Managementtheorie</b>	16
Jörg Pfannenber	
<b>Controlling und Kommunikations-Controlling aus Sicht der Unternehmensführung</b>	28
Ansgar Zerfaß	
<b>Wirkungsdimensionen der Kommunikation</b>	50
Lothar Rolke und Ansgar Zerfaß	
<b>Strategisches Kommunikations-Controlling mit der Balanced Scorecard</b>	61
Jörg Pfannenber	
<b>Reporting im Kommunikations-Controlling</b>	84
Christoph Lautenbach und Jan Sass	

## **II** Standardwerkzeuge des Kommunikations-Controllings

<b>Medienanalysen als Steuerungs- und Evaluationsinstrument für die Unternehmenskommunikation</b>	98
Rainer Mathes und Ansgar Zerfaß	
<b>Website-Nutzung und Usability: Evaluationsmethoden und Kennzahlen</b>	112
Wolfgang Schweiger	
<b>Akzeptanzmessung von Corporate-Publishing-Medien und Events</b>	127
Ansgar Zerfaß und Lisa Duhring	
<b>Markenbewertung: Methoden und Standards</b>	140
Jutta Menninger	

<b>Reputation messen und bewerten – Grundlagen und Methoden</b>	153
Kerstin Liehr, Paul Peters und Ansgar Zerfaß	
<b>Die Messung von Mitarbeiter Einstellungen und -verhalten</b>	168
Eva Fuhlrott und Jessica Durst	
<b>Erfolgsmessung der Finanzkommunikation: Inhalte und Perzeption</b>	181
Boris Bolwin und Ralf Frank	

### **III Best-Practice-Beispiele**

<b>Globale Kommunikationssteuerung und Controllingsystem bei Henkel</b>	194
Ernst Primosch und Simone Gleumes	
<b>Das Communication Performance Management der Deutschen Telekom AG</b>	203
Peter Rutz und Jan Sass	
<b>Hoerbiger: Balanced-Scorecard-System für die integrierte Kommunikation und das Kommunikationsmanagement</b>	215
Ludwig Schönefeld, Susanne Reichelt und Jörg Pfannenbergl	
<b>Cognis: Scorecard-System für die integrierte Kommunikation und das Kommunikationsmanagement</b>	228
Susanne Marell und Arne Borgards	
<b>Integriertes Reputationsmanagementsystem der Telekom Austria</b>	239
Diana Ingenhoff und Martin Bredl	
<b>Prozessorientierte Steuerung und Evaluation der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit bei Union Investment</b>	251
Stefan Kantzenbach	
<b>Regressionsanalyse in der Medienarbeit: Center Parcs</b>	261
Stefan Thurau, Joachim Klewes und Rainer Lang	
<b>Controlling der digitalen Unternehmenskommunikation bei B. Braun mit WebXF</b>	269
Bernadette Tillmanns-Estorf, Christian Bachem und Wolfgang Schrammel	
<b>Die Autoren und Herausgeber</b>	282