Inhaltsverzeichnis

Teil 1 Begriffsrahmen

Beat F. Schmid und Boris Lyczek
Die Rolle der Kommunikation in der Wertschöpfung der Unternehmung 3

Teil 2 Umsetzung

a) Bereiche

Günter Bentele und Markus Will
Public Relations
als Kommunikationsmanagement 149

Peter Köppl
Lobbying und Public Affairs
Beeinflussung und Mitgestaltung des gesellschaftspolitischen
Unternehmensumfeldes 183

Sabine Einwiller, Franz Klöfer und Ulrich Nies
Mitarbeiterkommunikation 217

Victor Porák, Ann-Kristin Achleitner, Christian Fieseler und Thorsten Groth
Finanzkommunikation
Die Grundlagen der Investor Relations..... 257

b) Querschnittsaufgaben

Miriam Meckel und Markus Will
Media Relations
als Teil der Netzwerkkommunikation..... 287

Diana Ingenhoff und Ulrike Röttger
Issues Management
Ein zentrales Verfahren der Unternehmenskommunikation 319

Armin Töpfer
Krisenkommunikation
Anforderungen an den Dialog mit Stakeholdern in Ausnahmesituationen 351

Claudia Mast
Change Communication
Balancieren zwischen Emotionen und Kognitionen 399

Ansgar Zerfaß
Kommunikations-Controlling
Methoden zur Steuerung und Kontrolle der Unternehmenskommunikation 431

c) Zielkonzepte

Peter Nobel
Corporate Governance und Unternehmenskommunikation 469

Manfred Bruhn
Integrierte Kommunikation 489