

Gesamtinhaltsverzeichnis

Dieses Gesamtinhaltsverzeichnis liefert eine Übersicht über alle bisher veröffentlichten und noch aktuellen Fachbeiträge. Kennzeichnung der Beiträge:

- ▶ Grundlagenbeitrag,
- ▷ Einzeldarstellung. *Im Verzeichnis aufgeführte ältere Einzeldarstellungen, die nicht in Ihrem Grundwerk enthalten sind, finden Sie auf unserer Internet-Plattform unter www.hlv-kommunikationsmanagement.de.*

Ihre gültigen Zugangsdaten entnehmen Sie bitte der Titelseite Ihres Grundwerks oder dem aktuellen Begleitschreiben Ihrer Ergänzungslieferung.

o Inhalt – Verzeichnisse

▷ So nutzen Sie Ihr Werk.....	0.01
▷ Gesamtinhaltsverzeichnis.....	0.02
▷ Stichwortverzeichnis.....	0.03
▷ Autorenverzeichnis.....	0.04
▷ Die Herausgeber.....	0.05

1 Agenda des Kommunikationsmanagements

Aufgabenfeld Kommunikation

▷ Corporate Communications – Die Disziplin für das Management von morgen (<i>Langen/Fischer</i>)....	1.01
▷ fe-male – Kommunikationsbarrieren zwischen Mann und Frau (<i>Ebert/Piwinger</i>).....	1.12

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

▷ Internationale Public Relations – How to be «glocal»? (<i>Schlicht</i>).....	1.16
▷ Public Relations – Wahrnehmung und Realität (<i>Piwinger</i>)	1.21
▷ Kommunikation im Kopf – Ökonomisch relevan- tes Wissen über Kommunikation im Kontext von Unternehmens- und Medienberichterstattung (<i>Ebert/Piwinger</i>)	1.25
▷ Kommunikation ökonomisch betrachtet (<i>Piwinger</i>)	1.27
▷ Strategisches Managementwissen über Kom- munikation – Versuch einer Systematisierung (<i>Ebert/Piwinger</i>)	1.33
▷ Marketingkommunikation – quo vadis? (<i>Jossé</i>).....	1.38
▷ Wenn aus Arbeit Kommunikationsarbeit wird (<i>Arlt</i>).....	1.40
▷ Zum Selbstverständnis der Internen Kommuni- kation heute (<i>Berq/Kalthoff-Mahnke</i>).....	1.44

Politische Kommunikation

▷ Politische Kommunikation und Public Affairs (<i>Röttger/Donges</i>)	1.19
▷ Corporate Citizenship als unternehmerische Her- ausforderung (<i>Gazdar/Kirchhoff</i>).....	1.20

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Strategische Herausforderungen

- ▷ Start-up – Der PR-Business-Plan für die Gründerzeit (*Schönborn/Kebbel*) 1.13
- ▷ Vorfeldkommunikation – Ein Plädoyer für einen Paradigmenwechsel – Teil 1: Modellskizze (*Ebert/Piwinger*) 1.14
- ▷ Vorfeldkommunikation – Teil 2: Theorie-Bausteine und Anwendungen (*Ebert/Piwinger*) 1.15
- ▷ Identity Management – Die große Herausforderung im Corporate Change (*Deekeling/Börsch*) 1.18
- ▷ Heritage Communication: Erfolgsfaktor in globalisierten Umfeldern (*Bühler/Dürig*) 1.39
- ▷ Kommunikationsmanagement im General Management – Anschlussstellen und Handlungsfelder (*Rademacher*) 1.46

Gesellschaftliches Engagement/CSR/Issues Management

- ▷ Corporate Citizenship und strategische Public Relations (*Behrent*) 1.05
- ▷ Issues Management in Unternehmen – Innovation oder alter Wein in neuen Schläuchen? (*Bentele/Rutsch*) 1.09
- ▷ Corporate Social Responsibility (CRS) – Eine neue Herausforderung für die Unternehmenskommunikation (*Steinert/Klein*) 1.17
- ▷ Corporate Social Responsibility (CSR) (*Steinert*)... 1.35
- ▷ Public Affairs Management – Potenziale, Chancen und Entwicklungen (*Bihler*) 1.37

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Ethik, Werte und Nachhaltigkeit

- ▷ Reputation Management – Die Werte aufrecht erhalten (*Bazil*)..... 1.02
- ▷ Corporate Governance – Das Grundgesetz der weichen Faktoren (*Brammer*)..... 1.03
- ▷ Sustainability Communications – Kommunikation für nachhaltige Unternehmensstrategien (*Schönborn*)..... 1.10
- ▷ Von den Besten lernen: der Einfluss der Wertekultur auf den Unternehmenserfolg (*Herrmann/Schönborn/Peetz*) 1.23
- ▷ Ethische Herausforderungen an die Unternehmensführung (*Bentele/Andres*)..... 1.26
- ▷ Werteorientierte Kommunikation (*Schönborn*) 1.41
- ▷ Tradition ist mehr als nur ein Event (*Piwinger/Schnorbus*) 1.47
- ▷ Corporate Social Responsibility (*Kirsch*) 1.48

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Veränderungen und Innovationen

- ▷ Change Communication – Kommunikation für den Wandel (*Pfannenberg*)..... 1.11
- ▷ Veränderungskommunikation – unverzichtbare Funktion im Change-Prozess (*Pfannenberg*) 1.22
- ▷ Innovationskommunikation – Strategisches Handlungsfeld für Corporate Communications (*Zerfaß/Sandhu/Huck*)..... 1.24
- ▷ Wissensbilanzierung – Ein Kommunikationsprozess für den strategischen Wandel (*Will/Alwert/Kivikas/Bornemann*)..... 1.32

Kommunikation Einzelner (Individualkommunikation)

- ▷ Impression Management – Wie aus Niemand Jemand wird (*Piwinger/Ebert*) 1.06
- ▷ Der Ton macht die Musik – Über die Funktion der Stimme in der Kommunikation (*Bazil/Piwinger*)..... 1.28
- ▷ Rhetorik der Top-Manager – Einsatz und Wirkung von bildhafter Sprache bei Auftritten vor Aktionären, Journalisten und Analysten (*Biehl*) 1.30
- ▷ Breaking News für die professionelle Kommunikation von Vorständen und Key Speaker (*Bihler*) 1.42

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Finanzkommunikation und Geschäftsberichte

- ▷ Investor Relations – Das Ziel No. 1 heißt Wertsteigerung (*Piwinger*) 1.04
- ▷ Studie: Investor Relations und Corporate Reporting (*Kirchhoff Consult*) 1.29
- ▷ Was in den Geschäftsberichten über Mitarbeiter steht (*Schnorbus/Piwinger*) 1.43
- ▷ «Ist der Ruf erst ruiniert» – Was Geschäftsberichte deutscher Konzerne über das Reputationsrisiko sagen (*Schnorbus/Piwinger*) 1.45

Markenkommunikation

- ▷ Markenführung und Markenkommunikation – Eine Marke muss von sich reden machen (*Schönborn/Molthan*) 1.07
- ▷ Design – Erfolgsfaktor und Dimension von Identität (*Schmidt*) 1.08
- ▷ Labeling: Namen schaffen Realitäten (*Bazil/Piwinger*) 1.36

Kommunikation und Medien

- ▷ Führen im Netz: keine Selbstverständlichkeit – Kommunikation mit elektronischen Medien lässt oft noch Chancen offen (*Hein*) 1.31
- ▷ Der öffentlich-rechtliche Rundfunk im 21. Jahrhundert (*Lucht*) 1.34

2 Strategie des Kommunikationsmanagements

Strategische Grundüberlegungen

- ▷ Ungleiche Schwestern in der Kommunikationspolitik (*Daub*) 2.04
- ▷ Jenseits von Geld und Information – Zur Ökonomie der Aufmerksamkeit (*Franck*) 2.07
- ▷ Investor Relations sind eine Bereicherung für die Kommunikationsdisziplin (*Piwinger/Strauss*) 2.08
- ▷ Die Bedeutung von Sprache und Geschlecht für die Unternehmenskommunikation (*Ebert/Piwinger/Henneke*) 2.19
- ▷ Strukturwandel der Kommunikation - Herausforderungen für Unternehmen und Kommunikationsagenturen (*Zerfaß/Buchele*)..... 2.27
- ▷ Strategisches Kommunikationsmanagement (*Storck*) 2.38
- ▷ Strategiefähigkeit wirtschaftlicher und politischer Organisationen (*Arlt*) 2.42
- ▷ Interim Management in der PR und Unternehmenskommunikation (*Griepentrog*) 2.50
- ▷ Kommunikation für Energie und Umwelt (*Achelis*) 2.52
- ▷ Von der Entscheidungs- zur Organisationskommunikation (*H.-J. Arlt/F. Arlt*)..... 2.63
- ▷ Kooperation im Kommunikationsmanagement (*Griepentrog*)..... 2.64

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Kommunikationsstrategien und -konzepte

- ▷ Höflichkeit als Strategie der Unternehmenskultur und -kommunikation (*Ebert*) 2.01
- ▷ Leitbild, Kultur und Image – Erfolgsfaktoren und Nutzen der Leitbildarbeit (*Ebert*) 2.03
- ▷ Stakeholder Management in der politischen Kommunikation (*Wittke/Conzelmann/Schlicht*) ... 2.14
- ▷ Strategische Public Relations – eine formelhafte Verdichtung (*G. Brauer*) 2.21
- ▷ Der Einsatz des Portfoliogedankens in der Unternehmenskommunikation (*Herkenhoff*) 2.26
- ▷ Unternehmenspositionierung – Ein strategisches PR-Instrument zum Aufbau von Wettbewerbsvorteilen (*Klenk*) 2.30
- ▷ Guerilla und Kommunikation (*Neujahr/Mänz*) 2.32
- ▷ Impression Management (*Piwinger/Bazil*) 2.35
- ▷ Community Relations (*Schlicht*) 2.37
- ▷ Das Kommunikationskonzept als Steuerungsinstrument strategischer Unternehmenskommunikation (*Kirf*) 2.39
- ▷ Wertschöpfung durch Verteidigungskommunikation (*Kebbel/Jakobs*) 2.45
- ▷ Litigation-PR (*Rademacher/Wawrzinek*) 2.46
- ▷ Strategie und Kommunikationsmanagement (*Merten*) 2.48
- ▷ Das Deproblemtisierungs-Syndrom (*Brauer*) 2.49
- ▷ Wutbürger: Wie Unternehmen die Herausforderung bewältigen (*Gazdar*) 2.51

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

- ▷ Der Siebenhürdenlauf erfolgreicher Kommunikation (*Fabian Arlt/Hans-Jürgen Arlt*) 2.53
- ▷ Public Relations und die Suche nach der Zukunftsrolle (*Ruisinger*) 2.54
- ▷ Litigation-PR: Im Namen des Volkes – die Öffentlichkeit der Justiz (*G. Brauer*) 2.57

Corporate Identity

- ▷ Total Global – Multikulturelle Heraus- und Anforderungen an Corporate Identity (*Schmidt*) 2.05
- ▷ Corporate Identity (*Dujic/Johanssen*) 2.23
- ▷ Unternehmenssprache und Identitätsmanagement (*Ebert*) 2.24

Issue Management

- ▷ Issue Management (*Avenarius*) 2.02
- ▷ Corporate Issues Management – Chancen entdecken und umsetzen (*Ingenhoff*) 2.18

Risiken der Kommunikation

- ▷ Gerüchte: Aktionen und Reaktionen (*Bazil/Piwinger*) 2.20
- ▷ Kommunikationsrisiken (*Böl/Kretschmer*) 2.31
- ▷ Corporate Transparency: Wege aus der Vertrauenskrise (*Klenk*) 2.33
- ▷ Communication Risk Management und Social Media (*Bihler*) 2.55
- ▷ Sachverständige im Rechtsstreit (*Scheben*) 2.60
- ▷ Der Shitstorm (*Spiller/Hintzen*) 2.61

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Wertekommunikation

- ▷ Kommunikation wird zunehmend als Werttreiber erkannt (*Piwinger*) 2.06
- ▷ Unternehmenskommunikation als Treiber des Wertmanagements (*Neuwald/Würzberg*) 2.12
- ▷ Reputation und Reputationsmanagement in Unternehmen (*Neujahr*) 2.47
- ▷ Vermehrung von Reputation (*Merten*) 2.58
- ▷ Compliance-Kommunikation (*Rademacher*) 2.62

Einsatz neuer Medien

- ▷ Kommunikationsmanagement als Netzwerkmanagement – Ein Modell für die Integration von Stakeholdern über ein Kommunikationsnetzwerk (*Weder*) 2.25
- ▷ Web-Plattform second life (*S. Brauer*) 2.29
- ▷ Web 2.0 (*Bucher/Fieseler/von Kaenel*) 2.34
- ▷ Integrierte Kommunikation im Zeichen von Social Media (*Josse*) 2.36
- ▷ Public Engagement: Neue Realität und Evolution von Public Relations (*Kunze*) 2.40
- ▷ Social-Media-Kommunikation (*Linke/Zerfaß*) 2.56

Politische Kommunikation

- ▷ Was kann die Wirtschaft von der politischen Kommunikation lernen? (*Radunski*)..... 2.13
- ▷ Issues Management als Instrument politischer Kommunikation (*Dujic/Johanssen*) 2.22

Internationale Kommunikation

- ▷ Internationale Kommunikation (*Hückmann/Rost-Hein*) 2.17
- ▷ Erfolgsfaktoren der internationalen Zusammenarbeit in Kommunikationsabteilungen (*K. Wimmer/M. Wimmer*) 2.44

Integrierte Kommunikation

- ▷ Integrierte Kommunikation als Unternehmensaufgabe und Gestaltungsprozess – Teil 1 (*Bruhn*).. 2.09
- ▷ Integrierte Kommunikation als Unternehmensaufgabe und Gestaltungsprozess – Teil 2 (*Bruhn*) 2.10
- ▷ Positionen der Integrierten Kommunikation – Ansprüche, Reichweite und Grenzen (*Rademacher*) 2.11
- ▷ Integrierte Kommunikation als Kommunikationsmanagement (*Szyszka*) 2.15
- ▷ Die vier Perspektiven der integrierten Kommunikation – Durch richtige Emotionalisierung zur Akzeptanz (*Kirsch*) 2.41

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Spezielle Zielgruppen

- ▷ Jugendliche und junge Erwachsene – Die meist gewollte und meist verfehltete Zielgruppe (*Nitzschner*) 2.16
- ▷ Kommunikation 50plus – Tabus brechen und Trends setzen (*Prött*) 2.28
- ▷ Kommunikation 75plus (*Prött*)..... 2.43
- ▷ PR-Zielgruppe Kinder und Jugendliche (*G. und S. Brauer*)..... 2.59

3 Praxisfelder

Personen-PR

- ▷ Personen-PR – Personenbezogene Öffentlichkeitsarbeit (*Nessmann*) 3.34
- ▷ Chancen und Risiken der CEO-Kommunikation (*Becker/Müller*) 3.31
- ▷ Verhaltensregeln als Selbstdarstellungsregeln (*Bazil/Piwinger*) 3.42
- ▷ Wirkung von Reden – Inhalt oder Schau (*Bazil*) .. 3.49
- ▷ Persönlichkeit und Charisma – ein Beitrag zur CEO-Kommunikation (*Ebert*)..... 3.66
- ▷ Managerportraits –Die Funktion und Wirkung von Vorstandsfotografien (*Piwinger/Biehl-Missal*) 3.78
- ▷ Selbstpräsentation in Fernseh-Talkshows: Chancen, Risiken, Strategien (*Dörner/Vogt*) 3.84
- ▷ Darstellung und Selbstdarstellung über den Tod hinaus (*Bazil/Piwinger*) 3.103

Internationale PR

- ▷ Internationales Kommunikationsmanagement (*Sieder*) 3.60
- ▷ Internationale PR in der Globalisierung – Eine theoretische und empirische Studie (*Andres*) 3.32
- ▷ Internationale Codices für die Unternehmenskommunikation (*Brauer*) 3.43
- ▷ Internationale Kommunikation – Worauf ist zu achten? (*Achelis*) 3.68
- ▷ Aufbau der Unternehmenskommunikation in einer anderen Kultur – das Beispiel China (*Marell/Pfannenberg*) 3.70
- ▷ Interkulturelle Kommunikation (*Haghirian*) 3.86

Unternehmenskultur

- ▷ Kommunikationsverhalten und Unternehmenskultur (*Piwinger*) 3.27
- ▷ Gestaltung von Unternehmenskulturen (*Ebert/Piwinger*) 3.56
- ▷ Inside Outsourcing (*Gerharz*) 3.61
- ▷ Führungskräftekommunikation (*Kinter*) 3.62
- ▷ Netzwerke in der Führungskräftekommunikation (*Voß*) 3.81
- ▷ Unternehmenskultur im Wandel (*Schönborn/Mathes*) 3.83
- ▷ Unternehmenskultur als stabilisierender Faktor in krisenhaften Situationen (*Piwinger*) 3.89
- ▷ Kulturcodes in der internationalen Unternehmenskommunikation (*Herbst*) 3.92
- ▷ Visionen, Leitbilder und Mission Statements (*Ebert*) 3.99

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Veränderungskommunikation

- ▷ Kommunikation in Veränderungsprozessen
(*Piwinger/Bierhoff*) 3.52
- ▷ Kommunikationsarbeit ist gefragt – Befragung
zum Thema Fusionen (*Peetz*) 3.01
- ▷ Wie funktioniert Veränderung? Interne Kommunikation
als Schlüsselfaktor (*Buchholz*) 3.19
- ▷ Mitarbeiterbindung in Zeiten der Unsicherheit
(*Buchholz*) 3.41
- ▷ Kommunikationsmanagement bei einem
Change-Projekt (*Strikker/Bongartz*) 3.44
- ▷ Change happens – Kommunikationsmanagement
im sozialen Dilemma (*Beckenkamp*) 3.47
- ▷ Veränderungskommunikation für Führungskräfte
(*Voß/Röttger*) 3.55
- ▷ Kommunikation durch Führungskräfte in
Veränderungsprozessen (*Auert/Röpnack*) 3.63
- ▷ Kommunikation im Change-Prozess (*Ebert-Stein-
hübel*) 3.93

Unternehmens-, Marken- und Produkt-PR

- ▷ Die Bedeutung der PR für die Markenpolitik
(*Bentele/Hoepfner*)..... 3.28
- ▷ Unternehmenskommunikation im Wandel
(*Rager*)..... 3.04

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

▷ Marken-Management als Wettbewerbsfaktor (<i>Demuth</i>)	3.05
▷ Marken-Design-Prozesse (<i>Koppelman</i>)	3.06
▷ Die Marke: eine eigene Persönlichkeit (<i>Olins</i>)	3.07
▷ Die Marke – Ein Erfolgskonzept für den Aktienmarkt (<i>Schmidt</i>)	3.29
▷ Produkt-PR (<i>Szyszka</i>)	3.30
▷ Employer Branding (<i>Deppe/Scharfenkamp/ Schneider/Turra</i>)	3.45
▷ Kommunikative Beziehungsarbeit: Der Weg von Markenbekanntheit zu Markentreue (<i>Grüttemeier/Hecker</i>)	3.51
▷ Eventkommunikation und Eventkultur (<i>Buß</i>)	3.54
▷ Kundenfokussierte Kommunikation (<i>Schüller</i>)	3.57
▷ Die Formen der markenbezogenen Public Relations (<i>Hoepfner</i>)	3.58
▷ Internal Branding (<i>Zerfaß/Mumprecht</i>)	3.67
▷ Agenda-Surfing in der Werbung (<i>Hoepfner</i>)	3.71
▷ Corporate Social Responsibility und Verant- wortungskommunikation (<i>Ebert, A./Ebert, H.</i>)	3.77
▷ Change Branding (<i>Viedt/Ehspanner</i>)	3.91
▷ PR für Human Resources (<i>Gazdar</i>)	3.100
▷ Human-Capital-Kommunikation (<i>Gazdar</i>)	3.101
▷ Der Weg zur Markenstrategie im Social Web (<i>Ruisinger</i>)	3.105

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Interne Kommunikation

- ▷ Checkliste für das Umsetzen von Aufträgen an die Mitarbeiterkommunikation (*Nies*)..... 3.02
- ▷ Neue Wege der Mitarbeiterkommunikation über das Intranet (*Fey/Martin*)..... 3.03
- ▷ Internationale Mitarbeiterbefragung im Intranet (*Hey*) 3.20
- ▷ Mitarbeiterbefragungen (*Domsch/Ladwig*)..... 3.27
- ▷ Interne Unternehmenskommunikation im Wandel der Zeit (*Buchholz*) 3.69
- ▷ Interne Kommunikation – die Bedeutung für das Employer Branding (*Geiger/Kaup*)..... 3.74
- ▷ Das Kundenkontaktpunkt-Management (*Schüller*) 3.76
- ▷ Mitarbeiterkommunikation für Herz, Hirn und Hand (*Strauss*) 3.79
- ▷ Mitarbeitermedien in Deutschland (*Berg*) 3.87
- ▷ Interne Kommunikation zwischen Anspruch und Wirklichkeit (*Schwender/Zeichhardt*) 3.88
- ▷ Interne Unternehmenskommunikation aus der Perspektive organisationaler Resilienz (*Knorre*)... 3.90
- ▷ Digitales Kommunikationsmanagement für effiziente Management-Kommunikation (*Bihler*) 3.94
- ▷ Wie das Web 2.0 die interne Kommunikation verändert (*Jörg Pfannenberger/Jan Christopher Tesch*) 3.95
- ▷ Interne Kommunikation – Stellenwert und Neuausrichtung (*Spachmann/Huck-Sandhu*) 3.96
- ▷ E-Mail-Kommunikation in Organisationen (*Zeichhardt*) 3.98

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Investor Relations/Finanzkommunikation

- ▷ Strategische Bedeutung der Investor Relations (IR) (*Piwinger/Kirchhoff*) 3.08
- ▷ Leadership reloaded: Führungskommunikation in resilienten Organisationen (*Buchholz/Knorre*) .. 3.102

Investor Relations/Finanzkommunikation

- ▷ Strategische Bedeutung der Investor Relations (IR) (*Piwinger/Kirchhoff*) 3.08
- ▷ Der Börsengang – Rechtliche Rahmenbedingungen der Finanzmarktkommunikation (*Zitzmann/Fischer/Decker*) 3.17
- ▷ Ad-hoc-Publizität: Anforderungen und Überforderungen (*Leis*) 3.22
- ▷ Investor Relations im World Wide Web (*B. Piwinger*) 3.09
- ▷ Die Equity Story als durchgängige Kommunikationsstrategie (*Kirchhoff*) 3.10
- ▷ Die Pressearbeit als Teil der Investor Relations (*Schwarz*) 3.11

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

- ▷ «... sei behutsam im Reden» (*Strauss*) 3.14
- ▷ Der Aktionärsbrief – Eine ungenutzte Chance für Imagegewinne (*Piwinger/Ebert*) 3.15
- ▷ Gerüchte in der Finanzkommunikation (*Dunant*) 3.18
- ▷ Textsorte Aktionärsbrief – Wie man Textqualität messen und optimieren kann (*Ebert/Piwinger*) 3.24
- ▷ Die Jahreshauptversammlung als Inszenierung. Eine Untersuchung der Performance zwischen Theater und Management (*Biehl*) 3.25
- ▷ Erfolgsfaktor Service – Mehr Effizienz in der Finanzkommunikation durch interaktive Investor Relations (*Hoewner/Bocks*) 3.26
- ▷ Warum Unternehmen gute Analysten und Coverage brauchen (*Frank*) 3.33

(Fortsetzung S. 17)

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

▷ Aufwändige Kür – Geschäftsberichte nicht-börsennotierter Unternehmen (<i>Strauss</i>)	3.36
▷ Veränderte Anforderungen an die Kommunikation durch Basel II (<i>Dose</i>)	3.37
▷ Viele Wege führen an die Börse – Goldene Kommunikationsregeln zum Börsendebüt (<i>Strauss</i>)	3.38
▷ M&A Communications Monitor (<i>Kebbel/Günnewig</i>)	3.40
▷ Investor Relations als Kommunikationsdisziplin im Spiegel von Selbstdeutungen und Selbstbeschreibungen (<i>Ebert/Piwinger</i>)	3.46
▷ Corporate Governance und Investor Relations (<i>Zöllner</i>).....	3.48
▷ Zukunftsfähigkeit richtig kommunizieren (<i>Alwert/Wuscher/Will</i>).....	3.59
▷ Riskante und kompetente Kommunikation in Aktionärsbriefen (<i>Ebert/Piwinger</i>)	3.64
▷ Bewertung und Kommunikation immaterieller Vermögenswerte (<i>Piwinger/Möller</i>)	3.65
▷ Das Zusammenwirken von Unternehmens- und Investor-Relations-Strategie (<i>Möckesch</i>)	3.72
▷ Journalistisches Sensemaking (<i>Hoffmann/Dünnenberger</i>)	3.75
▷ Dual-Track-Kommunikation (<i>von Haacke/Steiner</i>)	3.80
▷ Informationsschichten im Aktionärsbrief (<i>Ebert, H./Piwinger, M.</i>)	3.97
▷ Investor Relations im Social Web (<i>Böhm/Pfannenberg</i>)	3.104

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Public Affairs

- ▷ Lobbying – der Einfluss der Interessen (*Nickel*) ... 3.12
- ▷ Organisation des Lobbying (*Nickel*) 3-13
- ▷ Professionalisierung der Politikberatung in Deutschland (*Schlicht*) 3-35
- ▷ Public Affairs – Definitionen, Aufgaben und Elemente (*Schlicht*) 3-39
- ▷ Risiken des Agenda Setting im politischen Prozess (*G. Brauer*) 3-50
- ▷ Lobbying in Berlin (*Zerfaß/Bentele/von Oehsen*) .. 3-53
- ▷ Lobbying in der Champions League: Strukturen, Image und Ziele der Interessenvertretung auf EU-ropäischer Ebene (*Beyrl/Filzmaier*) 3-73
- ▷ Informationspflichten und Kommunikationsaufwand in der Kapitalmarktkommunikation (*Piwinger/Biel*) 3.82
- ▷ Prominenz, Elite, Charisma – ein Beitrag zur Bedeutung in der Politik (*Zielmann*) 3.85

4 Planung und Methoden

Kommunikationsplanung/produktion

- ▷ Briefing-Basis für Erfolg oder Misserfolg
(*Biedermann*) 4.01
- ▷ Konzeptions-Modell für gesellschaftsorientierte Public Relations (*Schulze-Fürstenow*) 4.02
- ▷ Formen und Funktionen unternehmenspolitischer und unternehmensphilosophischer Texte
(*Ebert*) 4.03
- ▷ Der Technische Redakteur in PR und Marketing
(*Brock*) 4.04
- ▷ Ghostwriter in Öffentlichkeitsarbeit und PR:
Der Redenschreiber (*Franken*) 4.05
- ▷ Erfolgreich konzipieren – erfolgreich kommunizieren (*Sieg/Schäfers*) 4.08
- ▷ Wandel der Organisationskultur durch gesteuerte Kommunikation (*Ebert/Konerding*) 4.15
- ▷ Wertschöpfende Unternehmenskommunikation nach dem Stakeholder-Kompass (*Rolke*) 4.16
- ▷ Der Rang des Designs in der PR (*Brauer*) 4.18
- ▷ Kommunikationsplanung – Prozess, Inhalte und Umsetzungsbeispiele (*Schlicht*) 4.25
- ▷ Vorschlag für ein Prozessmodell der Kommunikation (*Piwinger*) 4.26
- ▷ Kreativität in der PR-Arbeit (*Achelis*) 4.39

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Evaluation/Controlling/Wirkungsforschung

- ▶ Die Corporate Communications Scorecard
(*Zerfaß*) 4.17
- ▶ Kommunikationsorientierte Rechnungslegung
und Intellektuelles Kapital (*Will*) 4.28
- ▷ Instrumente zur Kontrolle strategischer Marken-
führung und Unternehmens positionierung
(*Urban*) 4.07
- ▷ Messen und Bewerten in der PR –
Grundlagen in der Erfolgs- und Wirkungs-
kontrolle (*Naundorf*) 4.06
- ▷ Reputationsanalyse als Grundlage für ein
erfolgreiches Kommunikationsmanagement
(*Peetz/Plauschinat/Stein*) 4.09
- ▷ Marken und die Bestimmung des Marken wertes
(*Buchele/Hoepfner*) 4.10
- ▷ Cultural Due Diligence: Ansatzpunkt für die
Bewer tung von Kommunikationsleistungen
(*Pfannenberg*) 4.11
- ▷ Bausteine für ein Kommunikations- und
Image-Controlling (*Ebert/Piwinger*) 4.12
- ▷ Die Plananalyse: Eine Evaluationsmethode für
Impression Management (*Bazil*) 4.13
- ▷ Das CommunicationControlCockpit:
Ein strategisches Kennziffersystem für die
wertorientierte Unternehmenskommunikation
(*Rolke*) 4.14

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

▷ Erfolgsfaktor Organisation – Unternehmenskommunikation in Aufbau- und Prozessorganisation (<i>Klewes/Pütten</i>)	4.19
▷ Erfolgsmessung in der Internen Kommunikation (<i>Pütz</i>)	4.20
▷ Attraktivität als kommunikativer Werttreiber – Auch Kommunikation braucht Sex-Apeal (<i>Piwinger/Rosumek</i>)	4.21
▷ Internationale Entwicklungen im Kommunikations-Controlling (<i>Lautenbach/Sass</i>)	4.22
▷ Stakeholder-Indizes (<i>Lautenbach/Sass</i>)	4.23
▷ Das «Communications Value System» der GPRA (<i>Lautenbach/Severin</i>)	4.24
▷ Vision und Realität des Kommunikations-controllings (<i>Sommer</i>)	4.27
▷ Angewandtes Controlling integrierter Kommunikation: Das Communication Information System (<i>Jossé</i>)	4.29
▷ Strukturanalyse der Kommunikationsbeziehungen (<i>Will</i>)	4.30
▷ Reputationsorientierte Medien-Resonanzanalyse (<i>Stein</i>)	4.31
▷ Systematisierung der Sponsoring-Wirkungskontrolle (<i>Hewelt</i>).....	4.32
▷ Reporting im Kommunikationscontrolling: Daten aufbereiten, visualisieren und kommunizieren (<i>Lautenbach/Sass</i>)	4.33

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

- ▷ Erfordernisse zur Weiterentwicklung aktueller Verfahren des Kommunikations-Controllings (*Preusse/Thummes*) 4.34
- ▷ Integriertes Kommunikationscontrolling (*Pollmann*) 4.35
- ▷ Kostentransparenz für Kommunikationsmaßnahmen (*Pollmann*) 4.36
- ▷ Der Corporate Communication Cluster Vienna (*Bruckner*) 4.37
- ▷ Exzellenz in der Unternehmenskommunikation – Ein Bewertungsansatz auf Basis des EFQM Excellence Modells (*Huhn/Sass*) 4.38
- ▷ Nachweis und Optimierung der Kommunikationseinsätze durch ökonomisches Modelling (*Lang/Preuß*) 4.40
- ▷ Wirkungsorientierte Budgetierung (*Pollmann*) 4.41
- ▷ Der Stakeholder-Kompass (*Rolke*) 4.42
- ▷ Kommunikationsdiagnostik (*Ebert/Piwinger*) 4.43

(Anschluss Seite 23)

5 How to do – die Instrumente

Presse- und Medienarbeit

- ▷ Der Umgang mit Gegendarstellungsansprüchen in der Öffentlichkeitsarbeit (*Baerns*) 5.02
- ▷ Presse-Präsentationen planen (*Förster*) 5.01
- ▷ Praxistipps für die Medienarbeit (*Bosch*) 5.03
- ▷ Pressemitteilungen strategisch formulieren (*Ebert/Konerding*) 5.13
- ▷ Informationsrechte und Auskunftspflichten (*Baerns*) 5.14
- ▷ Elektronisches Presse-Clipping (*von Arnim*) 5.17
- ▷ Advertorials (*Hoepfner*) 5.18
- ▷ Fachpressekonferenzen (*Christoffel*) 5.27
- ▷ Kommunikation bei der Abspaltung von Konzerntöchtern – Ergebnisse aus zwölf Fallstudien (*Strauss*) 5.28
- ▷ Antworten und Ausweichen – Kunstgriffe in Interviewsituationen (*Biehl*) 5.29
- ▷ Erfolgsfaktoren der Eventkommunikation (*Ebert*) 5.33
- ▷ Medien-Coaching (*Wiechmann*) 5.50
- ▷ Wirtschaftsjournalistische Hinweise und Wünsche an die Unternehmenskommunikation (*Biel*) 5.57
- ▷ Bilder in die Pressearbeit – Auswahl Gestaltung und Einsatz (*Herbst*) 5.60

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Online- und multimediale Kommunikation

- ▶ Online-PR (*Ruisinger*) 5.43
- ▶ Online-Pressebereich (*Ruisinger*) 5.45
- ▶ Online-Pressearbeit (*Ruisinger*) 5.46
- ▷ Multimedia, Polymedia, digitale Identität und Co.
– Basisprinzipien für Medienentwicklung und
Kommunikationsmanagement (*Groebel*) 5.06
- ▷ Online-Werbung (*Vahrenwald*) 5.04
- ▷ Wie mache ich meine Website bekannt (*Müller-
Grote*) 5.05
- ▷ Online-Relations – Ein neues Verfahren der
Öffentlichkeitsarbeit und seine Problemfelder
(*Wehmeier*) 5.15
- ▷ Kommunikation im Internet (*B. Piwinger*) 5.16
- ▷ Weblogs als Meinungsmacher (*Zerfaß*) 5.20
- ▷ Weblogs und Public Relations – Die Bedeutung
der Blogosphäre für Journalismus und PR
(*Brauer*) 5.24
- ▷ Monitoring von Internet-Foren als Frühwarnsys-
tem – Am Beispiel der Ford Werke Deutschland
GmbH (*Fank/Riecke*) 5.32
- ▷ Corporate Podcasting als PR- und Marketinginst-
rument (*Tretow*) 5.34
- ▷ Mobile Unternehmenskommunikation
(*Wimmer*) 5.40
- ▷ Formen und Einsatz mobiler Kommunikation
(*Peterka/Schäfer*) 5.41
- ▷ Die Bedeutung von Twitter für die Unterneh-
menskommunikation (*Hoepfner*) 5.42

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

- ▷ Webresonanzanalyse und Webforschung (Perry) . 5.44
- ▷ Online Trust Management (Hoffmann/
von Kaenel) 5.47
- ▷ Der Einsatz von Facebook in der Unternehmens-
kommunikation (Hoepfner) 549
- ▷ Der E-Mail-Newsletter – Erfolgskriterien eines
traditionellen Kommunikationsinstrumentes –
auch im Social-Media-Zeitalter (Ruisinger) 5.51
- ▷ Die Social-Media-Strategie (Ruisinger) 5.61
- ▷ Unternehmenskommunikation mit bewegten Bil-
dern (Achelis) 5.62
- ▷ Die Zukunft der Kommunikation (Ruisinger) 5.64

Reden und Rhetorik

- ▷ Die Rede als PR-Instrument (Bazil) 5.12
- ▷ Storytelling - Mit Geschichten Abstraktes
zum Leben erwecken (Faust)..... 5.23
- ▷ Wirtschaftsrhetorik – Perspektiven und Bau-
steine (Bazil/Wöller) 5.26
- ▷ Die Sprache als Arbeitsmittel in Zeiten der
Globalisierung (Brauer)..... 5.30
- ▷ Die Sprache als Stützpfeiler der Organisations-
kultur (Brauer/Brauer) 5.31
- ▷ «Organizational Storytelling» – narrative Dimen-
sion in der Unternehmenskommunikation
(Harringer/Maier)..... 5.35
- ▷ Schweigen als Teil der Kommunikation
(Bazil/Piwinger)..... 5.38

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

- ▷ Redenschreiber: Aufgaben und Anforderungen
(*Bazil*) 5.54
- ▷ Wie Sie Ihre Reden mit Anekdoten, Geschichten
und Zitaten würzen (*Franken*) 5.56
- ▷ Die Stimme – ein «vokaler Personalausweis»
(*Bazil/Piwinger*) 5.58
- ▷ Kommuniziere ich – und wenn ja: Wie viele?
(*Strauss*) 5.66
- ▷ Digital Brand Storytelling (*Herbst*) 5.70
- ▷ Die Rede zwischen Präsenz und Präsentation
(*Bazil*) 5.72
- ▷ Eröffnung von Kommunikation (*Merten*) 5.73

Sponsoring

- ▷ Sponsoring als Kommunikationsinstrument –
Teil 1: Grundlagen und strategische Ausrichtung
(*Bruhn*) 5.21
- ▷ Teil 2: Maßnahmenplanung und Integration in
den Kommunikationsmix (*Bruhn*) 5.22
- ▷ Fundraising – Spendenwerbung für soziale Auf-
gaben und Public Relation (*Knauthe*) 5.07
- ▷ PR und Stiftung: Die Alternative zum Sponsern
(*Weger*) 5.08
- ▷ Kunstsponsorship als Instrument der Unterneh-
menskommunikation (*Schmitt*) 5.48

(Anschluss Seite 26a)

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Eigene Publikationstätigkeit/Corporate Publishing

- ▷ Der Geschäftsbericht als Imageträger (*Piwinger*) .. 5.10
- ▷ Unternehmen verstärken Corporate Publishing (*Martini*)..... 5.09
- ▷ Publikumszeitschriften in der PR-Arbeit (*Busch*) . 5.11
- ▷ Auffallend gut: Porträtfotos als Instrument des Impression Management (*Rosumek*)..... 5.19
- ▷ Schreibstil des Geschäftsberichts – Empfehlungen zur Verbesserung der Sprach- und Textqualität (*Ebert*)..... 5.25
- ▷ Der Mensch: Vom kreativen Leistungs-träger zum Humankapital (*Piwinger/Biehl-Missal*)..... 5.39
- ▷ Markenbezogenes Corporate Publishing (*Hoepfner*) 5.52
- ▷ Corporate Publishing – Nutzung von verkaufsfördernden und werblichen Strategien (*Hoepfner*) ... 5.53
- ▷ Vom Umweltbericht zum Integrated Report (*Severin*) 5.55
- ▷ Der Geschäftsbericht – Information und Präsentation (*Piwinger*) 5.63
- ▷ Diversity Management in Geschäftsberichten (*Biehl-Missal/Piwinger*) 5.65
- ▷ PR-Texte als Produkte, Produktionen und Prozesse (*Helmut Ebert*) 5.67
- ▷ Profilierung durch Nachhaltigkeits-Reporting (*Gazdar*)..... 5.37
- ▷ Corporate Publishing, Content Marketing – oder was? (*Liebert*) 5.71

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

▷ Studien als PR-Instrument (*Allgäuer/Larisch*) 5-75

(Anschluss Seite 27)

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Spezielle Instrumente der Kommunikation

- ▷ Symbolische Kommunikation (*Wimmer*) 5:36
- ▷ Witz und Humour in der Kommunikation (*Bazil/
Piwinger*)..... 5:59
- ▷ Nachhaltigkeits-Reporting (*Gazdar*)..... 5:68
- ▷ Kommunikation und Körpersprache (*Bazil/
Piwinger*)..... 5:69
- ▷ Wettbewerbe als spielerisches Agenda-Setting
(*Kirsch*) 5:74

(Anschluss Seite 28)

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

6 Cases

- ▷ Die Leipziger Messe als Kommunikationsereignis: Zur Entwicklung der Messekommunikation und ihrer Medien (*Bentele*) 6.01
- ▷ Living the Brand (*Deekeling/Barghop*)..... 6.02
- ▷ Kommunikation in einer sich wandelnden Immobilienwirtschaft (*Ihlau*) 6.03
- ▷ Von der Nischenmarke zur Massenmarke (*Dolatre*) 6.04
- ▷ Intranet – Tageszeitung als Drehscheibe der internen (und externen) Kommunikation (*Wichmann*) 6.05
- ▷ Krisenkommunikation am Beispiel Lipobay – Risiken und Nebenwirkungen (*Brouwers*) 6.06
- ▷ Sponsoring in der Formel 1 (*Molthan*) 6.07
- ▷ Impression Management – Man ist, wofür man gilt (*Bazil*)..... 6.08
- ▷ Das Kruppsche Generalregulativ aus dem Jahre 1872 (*Ebert*) 6.09
- ▷ Der Einfluss von PR auf das Kaufverhalten: Eine Fallstudie aus dem Kalendermarkt (*Hoepfner/Wilhelm*) 6.12
- ▷ Innovationskommunikation (*Garn/Kalt*) 6.15
- ▷ Vertrauensverluste: Der Fall Gerster – Eine deutsche Fallstudie über Interdependenzen zwischen Prozessen öffentlicher Kommunikation und öffentlichen Vertrauens (*Sommer/Bentele*)..... 6.17

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

▷ Kampagnen im Rahmen des Kommunikationsmanagements von Gewerkschaften (<i>Janke/Endruweit</i>)	6.21
▷ Unternehmensauftritte im Internet: Eine Benchmarkanalyse im Mobilfunksektor (<i>Jünger/Wehmeier</i>)	6.22
▷ Werteprozesse leben durch die Partizipation der Mitarbeiter (<i>Goldbeck/Loriz</i>)	6.23
▷ Theaterkunst als Risiko und Inspiration für die Unternehmenskommunikation (<i>Biehl-Missal</i>)	6.25
▷ Vom Heiligen zum Halunken: Klaus Zumwinkel als Objekt der Empörungskommunikation (<i>Harden/Kocks/Heidenreich</i>)	6.27
▷ Kommunikationsarbeit in der Lebensmittelbranche (<i>Sprotte</i>)	6.28
▷ Das Verhältnis erfolgreicher deutscher Familienunternehmen zur Presse (<i>Tölle/Schumann</i>)	6.30
▷ Die Münchner Bewerbung für die olympischen Winterspiele 2018 (<i>G. Brauer</i>)	6.31
▷ Nachhaltigkeit als wesentlicher Reputationsfaktor bei der ContiTech AG (<i>Graf/Neujahr</i>)	6.32
▷ Die Vertrauenskrise des deutschen Komitees für UNICEF (<i>Bentele/Wohlgemuth</i>)	6.33
▷ Kommunikation von Non-Profit-Organisation (<i>Ebert</i>).....	6.35
▷ NOlympia – Große Mythen ziehen nicht mehr (<i>G. Brauer</i>)	6.38

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Unternehmensreports

- ▷ Der Stellenwert der Kommunikation bei der Neuorganisation und Fusion von Raab Karcher und VEBA IMMOBILIEN (*Beuth*) 6.10
- ▷ Value Based Communication – Ein Ansatz der DaimlerChrysler AG (*Splittgerber*) 6.11
- ▷ Neue Wege der Öffentlichkeitsarbeit am Beispiel des Ford FanAward (*Fank/Riecke*) 6.16
- ▷ Eine Strategie- und wertorientierte Mitarbeiterkommunikation modelliert für die AUDI AG (*Piesbergen*) 6.18
- ▷ Die Entwicklung einer Employer Brand am Beispiel der Galeria Kaufhof (*Köster/Becker*) 6.19
- ▷ Employer Branding bei Vodafone (*Klawikowski*) . 6.20
- ▷ Das Themen- und Issues-Management der Audi AG (*Brettschneider/Melfi*) 6.26
- ▷ Die Krisenkommunikation der Lufthansa Cargo AG (*Haupt/Biebrach*) 6.29
- ▷ Reputationsrisiko-Management (*Beil/Merl*) 6.36

Länderberichte

- ▷ Länderbericht: Kommunikationsmarkt China (*G. Brauer*) 6.13
- ▷ Länderbericht: Kommunikationsmarkt Polen (*G. Brauer*) 6.14
- ▷ Kommunikationsmarkt Indien (*G. Brauer*) 6.24
- ▷ Länderbericht Myanmar (*G. Brauer*) 6.37

7 Kommunikation von Institutionen

Politische Kommunikation

- ▷ Prêt-à-penser, Prêt-è-présenter. Zur Konfektionierung politischer Kommunikation (*Meckel*) 7.06
- ▷ Die Öffentlichkeitsarbeit der deutschen Landesparlamente (*Bentele/Mäder*) 7.08
- ▷ Politische Öffentlichkeitsarbeit im Wandel? Adenauer als Vorreiter des Medienkanzlers (*Rosumek*) 7.11
- ▷ Europäischer Stil – Über die Sprache der EU-Verfassung und die Notwendigkeit einer demokratischen Kommunikationskultur (*Ebert*) 7.12
- ▷ Wahlreden (*Bazil*) 7.21
- ▷ Das Europa der Bürger – Herausforderung EU-Kommunikation (*S. Brauer*) 7.23
- ▷ Politikberatung und Bürgerdialog (*G. Brauer*) 7.24
- ▷ Regierungssprecher – ein Schleudersitz (*G. Brauer*) 7.25
- ▷ Die Zivilgesellschaft im kommunalen Dialog (*G. Brauer/S. Brauer*) 7.29
- ▷ Das Bürgerbild in politischen Reden (*Bazil/Ebert*) 7.30
- ▷ Regierungs-PR im Wandel der Zeit (*Zielmann*)..... 7.35
- ▷ Politische Kommunikation in Unterhaltungskontexten (*Dörner/Vogt*) 7.36
- ▷ Mutbürger – Dialog von Kommunen und Bürgern (*Gernot Brauer*) 7.37
- ▷ Politische PR (*Preusse*) 7.43

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Kommunikation von Kommunen, Behörden und Verwaltung

- ▷ Fremdsprache Behördendeutsch? Verwaltungstexte als journalistische Herausforderung
(*Ebert*)..... 7.04
- ▷ Stadtgespräche - Was Städte sind und wie Stadtkommunikation gelingen kann (*Ebert*) 7.07
- ▷ Public Change und interne Kommunikation
(*Haupt*) 7.09
- ▷ Schreiben in der öffentlichen Verwaltung als Imagearbeit «Wer schreibt, der bleibt.»
(*Ebert*)..... 7.10
- ▷ Klimaschutz als kommunale Kommunikationsaufgabe (*S. Brauer*) 7.14
- ▷ Sprache und Kommunikation als Schlüssel bürgernaher Verwaltung (*Ebert*)..... 7.18
- ▷ Verständlichkeit und Vertrauen in der Sprache des Rechts und der Verwaltung (*Ebert*) 7.20
- ▷ Zukunft der Verwaltungssprache: Von Problemfeldern zu Innovationspotenzialen (*Ebert*)..... 7.27
- ▷ Geschichts-Kommunikation von Gemeinden, Städten und Regionen (*Liebert*) 7.31
- ▷ Verständliche Verwaltungskommunikation
(*Brettschneider/Kercher/Haseloff*) 7.38
- ▷ Kassel und die documenta (*G. Brauer*) 7.41
- ▷ Kommunale Öffentlichkeitsarbeit zwischen Leuchtturm-PR und Bürgerpartizipation
(*Liebert*) 7.45
- ▷ Streitfall Stromnetze (*S. Brauer*) 7.46

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

- ▷ Kommunikation bei Infrastrukturprojekten
(*Schlicht*) 7.47

Sport und Kommunikation

- ▷ Nationale Reputation und der Sport
(*S. und G. Brauer*) 7.16
- ▷ Auswirkungen der Fußball-WM 2006 auf das internationale Deutschlandbild
(*S. Brauer*) 7.17

Wissenschaftskommunikation

- ▷ Neue Wege der Wissenschaftskommunikation
(*Nesslerer*) 7.05
- ▷ PR an Deutschlands Hochschulen
(*Bühler/Naderer*) 7.13
- ▷ Die besten Geschäftsberichte deutscher Hochschulen – Vom Rechenschaftsbericht zum Marketing-Instrument (*Voß/Piwinger*) 7.15

Gesundheitsmarkt

- ▷ Kommunikationsmanagement im Krankenhaus
(*Sisignano*) 7.03
- ▷ Gesundheitskommunikation im Web 2.0-Zeitalter
(*Rademacher/Remus*) 7.26
- ▷ Markenbildung für Krankenhäuser
(*Lüttecke*) 7.28
- ▷ Medizinische Kommunikation (*Spranz-Fogasy/Winterscheid*) 7.42

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

Agenturen, Presse, Verbände und Organisationen

- ▷ Die Public Relations der Presse
(*Avenarius*) 7.01
- ▷ Public Relations für Agenturen: Oft ein vernachlässigtes Feld (*Stegmaier*)..... 7.02
- ▷ Kommunikationsmanagement der Gewerkschaften (*Janke/Endruweit*)..... 7.19
- ▷ Kommunikationsmanagement von Interessenverbänden der Wirtschaft (*Zielmann/Preusse*) 7.22
- ▷ Kommunikation und Image der Agrarwirtschaft (*Liebert*)..... 7.32
- ▷ Themenmanagement für Verbände – Verbände als Themenmanager für Unternehmen (*Kirsch*)... 7.33
- ▷ Die kommunikative Programmatik kirchlicher Akademien (*G. Brauer*) 7.34
- ▷ Medialisierung von Wirtschaftsverbänden (*Preusse*) 7.40
- ▷ Grundlagen der Verbandskommunikation (*G. und S. Brauer*) 7.44

8 Theorie & Reflexion

- ▷ Information und Kommunikation sind nicht dasselbe (*Piwinger*) 8.02
- ▷ Public Relations – Ein Forschungsüberblick (Bentele)..... 8.05
- ▷ Der Deutsche Rat für Public Relations, seine Aufgaben, sein Wirken, seine Grenzen (*Avenarius*) 8.19
- ▷ Was sind Public Relations? (*Merten*) 8.27
- ▷ Das Berufsfeld PR – Auf dem Weg zu einer Frauendomäne (*R. Fröhlich*) 8.01
- ▷ Krankenhäuser unter Druck – Krisen kommunikation für Krankenhäuser (*Lüttecke*) 8.03
- ▷ Wenn zwei sich Missverstehen – Das Missverständnis in der Kommunikation (*Piwinger/Christoffel*) 8.04
- ▷ Regionale Identität und Image Management (*Ebert*) 8.06
- ▷ Sympathie, Kommunikation und Verhalten (*Bergler*) 8.07
- ▷ Ethos und Routine (*Röttgers*) 8.08
- ▷ Die Entwicklung von Unternehmensleitbildern in Deutschland (*Blombach*) 8.09
- ▷ Politik in der Mediengesellschaft (*Merten*) 8.10
- ▷ Corporate Imagery: Bilderwelten für Unternehmen (*Herbst*)..... 8.11
- ▷ Berührungsflächen von Marketing und Öffentlichkeitsarbeit/PR (*Brauer*) 8.12

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

- ▷ Du sollst nicht lügen – Grenzbereiche des Impression Management von Personen und Organisationen (*Rosumek*) 8.13
- ▷ Das Image der Image-(Re-)Konstrukteure – Ergebnisse einer repräsentativen Studie zum Image der Public Relations in der deutschen Bevölkerung und eine Journalistenbefragung (*Bentele/Seidenglanz*)..... 8.14
- ▷ Rechtliche Aspekte der Schleichwerbung (*Haake*) 8.15
- ▷ «PR: Industry's No. 1 Job» – historisches Dokument (*Garret/Piwinger*) 8.16
- ▷ «Das hab' ich nicht so gemeint» – Rechtfertigungsrituale als kommunikative Kunstform (*Bazil/Piwinger*) 8.17
- ▷ Menschenbilder in der Wirtschaftssprache (*Ebert*) 8.18
- ▷ Einstellung und Verhalten – Prinzipien und Regeln der erfolgreichen Kommunikation (*Bierhoff*) 8.20
- ▷ Architektur und Kommunikation – Gebaute und gelebte Verständigung (*G. Brauer*) 8.21
- ▷ Einige grundlegende Erkenntnisse der Neurowissenschaften und deren Bedeutung für die PR (*Herbst*)..... 8.22
- ▷ Die Universalität des Reputationsbegriffs (*Rademacher*) 8.23
- ▷ Zweifel am Qualifikationsprofil für Public Relations (*Merten*) 8.24

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

▷ Die Grenzen(losigkeit) der Aufmerksamkeit in- der strategischen Organisationskommunikation (<i>Hoffjann</i>)	8.25
▷ Stimmungen sind die Wünschelrute der Kommunikation (<i>Piwinger</i>)	8.26
▷ Wie Menschen auf uns wirken – und warum Verstellen langfristig nichts bringt (<i>Herbst</i>)	8.28
▷ Einstellungsänderung durch Kommunikation (<i>Bierhoff</i>)	8.29
▷ Unternehmenskultur: Paradigmenwechsel mit Wertschöpfungspotenzial (<i>Ebert/Piwinger</i>)	8.30
▷ Wirkungen von Kommunikation (<i>Merten</i>)	8.31
▷ Psychologie des ersten Eindrucks (<i>Bergler</i>)	8.32
▷ Public Relations in der Gesellschaft (<i>Hoffjann</i>)	8.33
▷ Ethik der Public Relations (<i>Bentele</i>).....	8.34
▷ Autorität: Funktion und Wirkung in der Kommunikation (<i>Bazil/Piwinger</i>)	8.35
▷ Authentizität – die überschätzte Kategorie (<i>Zielmann/Preusse</i>)	8.36
▷ Politische Sprache (<i>Bazil</i>)	8.37
▷ Narzissmus in der Kommunikation (<i>Bierhoff</i>)	8.38
▷ Web und Zeitung im Wettbewerb um Aufmerksamkeit (<i>Brauer, G./Brauer, S.</i>)	8.39
▷ Qualitäts- und Bürgerjournalismus im Web (<i>Brauer, S.</i>)	8.40
▷ Chancen der direkten Demokratie: Kommuni kation mit dem Bürger (<i>Brauer</i>)	8.41
▷ Über Vorurteile und Stereotypen (<i>Bazil/Piwinger</i>)	8.42

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

▷ Legende und Mythos – ein Thema für die Kommunikation? (<i>Christoffel/Piwinger</i>)	8.43
▷ Kommunikation in der Geschlechterrolle (<i>Ebert/Piwinger</i>)	8.44
▷ Architektur als Kommunikationsinstrument (<i>Biehl-Missal</i>)	8.45
▷ Geistiges Eigentum: Das Eigentum im Text (<i>Röttgers</i>)	8.46
▷ Medialität (<i>Röttgers</i>)	8.47
▷ Terrorismus und Medien – eine symbiotische Beziehung (<i>G. Brauer</i>)	8.48
▷ Image und Reputation (<i>Merten</i>).....	8.49
▷ Zur digitalen Zukunft der PR (<i>H.-J. Arlt/F. Arlt</i>)	8.50
▷ Kommunikationsfähigkeit (<i>Biel/Piwinger</i>)	8.51
▷ Baustellen der Kommunikation (<i>Merten</i>)	8.52
▷ Propaganda (<i>Liebert</i>)	8.53
▷ PR-Ethik – Plädoyer für eine Erweiterung der Debatte (<i>Zielmann</i>)	8.54
▷ Aktualität von Ereignissen (<i>Merten</i>)	8.55
▷ Netzpolitik – Aktuelle Diskussionen und Perspektiven in Deutschland (<i>Brauer, G./Brauer, S.</i>)	8.56
▷ «Management» von Gerüchten in der Kommunikation (<i>Merten</i>)	8.57
▷ Kommunikationsarbeit in Wirtschaft und Öffentlichkeit (<i>Arlt/Arlt</i>)	8.58
▷ Erzeugung von Überzeugung (<i>Merten</i>)	8.59

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

▷ Der Trennungsgrundsatz von Journalismus und Werbung und die PR – ein erweitertes Intereffikationsmodell (<i>Liebert</i>)	8.60
▷ Öffentlichkeit und öffentliche Meinung (<i>Merten</i>)	8.61
▷ Authentizität in Sozialen Netzwerken (<i>S. Brauer/G. Brauer</i>)	8.62
▷ Kommunikation und Gedächtnis – eine fast vergessene Verbindung (<i>Bazil</i>)	8.63
▷ Rundfunk als trimediales Programmangebot (<i>G. Brauer</i>)	8.64
▷ Propaganda und Persuasion (<i>Merten</i>)	8.65
▷ Propaganda: Überzeugung von Überzeugung (<i>Merten</i>)	8.66
▷ Die Parteien im Internet (<i>G. Brauer/S. Brauer</i>)	8.67
▷ Die Parteien im Social Web (<i>G. Brauer/S. Brauer</i>)	8.68
▷ Der Mythos von PR als interner Berater (<i>Hoffjann/Hachmeister</i>)	8.69
▷ Rituale in der Kommunikation (<i>Bazil/Piwinger</i>) ..	8.70
▷ Stirbt die Tagespresse? (<i>Merten</i>)	8.71
▷ Digitale Risiken in der Zivilgesellschaft (<i>S. Brauer/G. Brauer</i>)	8.72
▷ Wer die Kommunikation hat, hat die Zukunft (<i>Merten</i>)	8.73
▷ Issues Management (<i>Merten</i>)	8.74
▷ Leichte Sprache (<i>G. Brauer</i>)	8.75

Ältere ▷ Einzeldarstellungen: www.hlv-kommunikationsmanagement.de

9 Services

9.1 Buchbesprechungen

9.2 Neuerscheinungen *(in Vorbereitung)*

9.3 Verbände und Organisationen

9.4 Aus- und Weiterbildung *(in Vorbereitung)*

9.5 Messen, Kongresse, Tagungen *(in Vorbereitung)*

9.6 Awards