

Lehrveranstaltungen WS 2006

Kommunikations-Controlling (S)

KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFT (MAGISTER), HAUPTSTUDIUM

Dienstag 15-17 Uhr, Städtisches Kaufhaus SKH 0-210, Beginn: 17.10.2006
Prof. Dr. Ansgar Zerfuß

Thematik

Die Steuerung und Evaluation der Kommunikation ist derzeit eines der wichtigsten Themen für Entscheider in Unternehmen und Agenturen. Denn mit dem steigenden Bewusstsein für die strategische Bedeutung der PR, wachsenden Etats und einer zunehmenden Ausdifferenzierung des Instrumentariums von der Pressearbeit über Corporate Publishing und Events bis hin zur digitalen Kommunikation geht die doppelte Notwendigkeit einher, sowohl die Kommunikationsprozesse selbst nachweisbar effizient zu gestalten als auch den Beitrag von (gelungener) Kommunikation zur Wertschöpfung des Unternehmens zu belegen. In dem Seminar werden einerseits neueste, insbes. auch internationale Konzepte, Methoden und Praxistools sowie ausgewählte Fallbeispiele des Kommunikations-Controlling recherchiert und kritisch diskutiert. Darüber hinaus erstellen alle Seminarteilnehmer gemeinsam eine Internetplattform, die das Know-how zum Thema systematisch bündelt und mit Unterstützung des Branchenverbands DPRG als zentrale Anlaufstelle für alle Aspekte des Kommunikations-Controlling im deutschsprachigen Raum positioniert werden soll.

Leistungsnachweis

Es wird ein benoteter Seminarschein vergeben, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- regelmäßige Teilnahme (Anwesenheitsliste, max. 2 Termine dürfen mit Entschuldigung versäumt werden)
- Präsentation eines Seminarthemas
- Hausarbeit (theoretisch-konzeptioneller Überblick, Recherche Marktübersicht, ggf. Dokumentation Fallstudie)
- aktive Mitwirkung am Internetprojekt communicationcontrolling.de (insbes. Verfassen und Veröffentlichen eines Kurztexts zu den behandelten Methoden/Fallstudien)

Bei überdurchschnittlicher Mitarbeit am Internetprojekt wird zusätzlich eine Bestätigung über die Projektarbeit mit einer praxisorientierten Darstellung des Gesamtergebnisses ausgestellt.

Themenbearbeitung und Beurteilungskriterien

Jedes Seminarthema wird von ein oder zwei Studierenden bearbeitet.

In der Präsentation wird das Thema dargelegt und strukturiert; gleichzeitig sind die später schriftlich darzustellenden Methoden und ggf. Fallstudien zu skizzieren (insgesamt 20 min.) Die Präsentation muss auf Basis vorab eingereicherter Unterlagen rechtzeitig in der Sprechstunde (Di 11 bis 12.30h, Voranmeldung) besprochen werden. Neben der inhaltlichen Argumentation wird auch die Vermittlung, insbes. Dramaturgie, freies Sprechen, Unterstützung durch Medien bewertet.

Anschließend erstellt jede Gruppe eine schriftliche Hausarbeit (20 bis 30 Seiten zzgl. Deckblatt, Inhalt, Quellen, Abbildungen, Anhang). Im Hinblick auf das gemeinsame Seminarziel – die Präsentation der Ergebnisse auf der Internetplattform communicationcontrolling.de – wird besonderer Wert auf umfassende Recherchen und die stringente Darstellung von Methoden, Praxisbeispielen, evtl. Fallstudien, weiterführenden Informationsquellen etc. gelegt. Jede Hausarbeit muss neben der ausführlichen Darstellung eine bzw. mehrere für die Online-Publikation geeignete Kurzdarstellung der Methoden/Fallstudien enthalten. Abgabetermin für die Hausarbeiten ist der 30.01.2007.

Zeitplan und Themen

Einführung

17.10.	Seminarüberblick – Einleitungsreferat – Ziele und Ablauf des Projektseminars – Zulassung der Teilnehmer und Themenvergabe	Ansgar Zerfaß
24.10.	Kommunikations-Controlling in Theorie und Praxis – Diskussion der Grundlagentexte (siehe Seminarordner) – Konkretisierung der einzelnen Themen (Fokus, Recherche, Fallstudien)	Alle Alle

Controlling von Maßnahmen und Instrumenten der Kommunikation I

07.11.	Medien-Analysen Print: Vom Monitoring zur Medienresonanz	Janine Hammer
14.11.	Umfragen und Befragungen in der Unternehmenskommunikation Fokusgruppen und Diskussionsformate als Controllingtool	Anne Neumann Dmitry Martiouchev

Exkurs: Projektierung der Informationsplattform

21.11.	Konzeption und Projektmanagement Informationsplattform (Struktur/Design/CMS Website)	Sebastian Deißner Tobias Spaeing
	Kommunikations-Controlling im Überblick: Konzepte, Literatur, Links (Methoden-Übersichten und Fallstudien, Basistexte Website)	Andrea Gaal Aaron Galliner

Controlling von Maßnahmen und Instrumenten der Kommunikation II

28.11.	Medien-Analysen TV/Hörfunk im Kommunikationsmanagement	Christian Gneupel Tobias Spaeing
	Medien-Analysen Internet: Monitoring von Websites und Weblogs	Felix Gebauer Stephan Kühl

05.12.	Evaluation von Publikationen: Kunden- und Mitarbeitermedien optimieren	Bianca Peev Cathleen Schubert
	Quantitative und qualitative Methoden der Event-Evaluation	Annekatriin Buhl
	Anzeigen-Evaluation: Bewertungskriterien aus Sicht der PR	Juliane Ameringer
12.12.	Websites analysieren und optimieren	Gitta Baumann Maria Förster
	E-Mail-Kommunikation: Steuerung, Kontrolle, Optimierung	Silke Breithaupt Katja Reszel

Controlling von Kampagnen und Kommunikationsprogrammen

19.12.	Konzeptions- und Prozessevaluation als Baustein des Kommunikations-Controllings	Henrik Sprink Frederik Stuber
--------	---	----------------------------------

Controlling von Strategien und Wertschöpfung

19.12.	Scorecards und Strategy Maps im Kommunikations-Controlling	Lisa Schönmeier Lars Schaller
	Reputations- und Imagemessung	Christian Kolacny
09.01.	Markenbewertung und Communication Due Diligence	Daniela Kunze Annett Zornik
	Wissensbilanzierung und Intangible Assets	Daniel Oppitz

Exkurs: Detailplanung der Informationsplattform

09.01.	– Update Website (Konzeption, Projektmanagement, Basistexte) – Struktur der Methoden-Übersichten und Fallstudien – Update und Aktualisierung Projektplan	s. o. Alle Alle
--------	--	-----------------------

Controlling des Kommunikationsmanagements

16.01.	Qualitätsmanagement und Audits	Matthias Bartmann Eva Becker
	Reporting als Aufgabe des Kommunikations-Controlling: Dashboards und Cockpits	Franziska Grimm

Integrierte Steuerungs- und Kennzahlensysteme mit Fallbeispielen

23.01	Integrierte Steuerungssysteme in Theorie und Praxis: Scorecards, CVS, Index Interne Kommunikation	Susanne Jager Anke Reuter
	Kennzahlensysteme im kritischen Vergleich: CIS, CCC, Reputation Index	Kristin Köhler Matthias Harenburg
30.01.	Zusammenführung der Ergebnisse und Abschlussdiskussion	Alle

Literatur und Recherchequellen

Die nachfolgende, für alle Seminarteilnehmer relevante Basisliteratur steht als Kopiervorlage in einem Seminarordner im Bibliothekarischen Handapparat des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft bereit:

- DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft (2000): PR-Evaluation. Messen, Analysieren, Bewerten – Empfehlungen für die Praxis, Bonn.
- Lautenbach, Christoph/Sass, Jan (2006): Internationale Entwicklungen im Kommunikations-Controlling, in: Bentele, Günter/Piwinger, Manfred/Schönborn, Gregor (Hrsg.) (2001ff.): Kommunikationsmanagement (Loseblattwerk), München, Nr. 4.22, S. 1-27.
- Merten, Klaus (2007): Umfragen als Instrument der Unternehmenskommunikation, erscheint in: Piwinger, Manfred/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.): Handbuch Unternehmenskommunikation, Wiesbaden.
- Porák, Victor/Fieseler, Christian/Hoffmann, Christian (2007): Methoden der Erfolgsmessung von Kommunikation, erscheint in: Piwinger, Manfred/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.): Handbuch Unternehmenskommunikation, Wiesbaden.
- Rolke, Lothar (2006): Kommunikations-Controlling – Die Steuerung eines weichen Erfolgsfaktors. Von der Medienresonanzanalyse zu Scorecards, Value Links und Cockpits, in: Update – Forschung und Wirtschaft, Magazin des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der FH Mainz, Nr. 3 (WS 06/07), S. 12-22.
- Rolke, Lothar (2007): Kennzahlen für die Unternehmenskommunikation, erscheint in: Piwinger, Manfred/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.): Handbuch Unternehmenskommunikation, Wiesbaden.
- Ruud, T. Flemming/Pfister, Jan (2007): Kostenerfassung der Unternehmenskommunikation, erscheint in: Piwinger, Manfred/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.): Handbuch Unternehmenskommunikation, Wiesbaden.
- Will, Markus/Alwert, Kay/Kivikas, Mart (2007): Wissensbilanzierung – Strategische Kommunikationsprozesse bewerten und steuern, erscheint in: Piwinger, Manfred/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.): Handbuch Unternehmenskommunikation, Wiesbaden.
- Zerfaß, Ansgar (2006): Kommunikations-Controlling: Methoden zur Steuerung und Kontrolle der Unternehmenskommunikation, in: Schmid, Beat/Boris Lyczek (Hrsg.) (2006): Unternehmenskommunikation: Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. Wiesbaden, S. 431-465.

Als weiterführende Literatur und Einstieg zu den einzelnen Seminarthemen wird empfohlen:

- Baerns, Barbara (Hrsg.) (1995): PR-Erfolgskontrolle. Messen und bewerten in der Öffentlichkeitsarbeit, Frankfurt am Main.
- Besson, Nanette A. (2004): Strategische PR-Evaluation. Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit, 2. Auflage, Wiesbaden.
- Hering, Ralf/Schuppener, Bernd/Sommerhalder, Mark (2004): Die Communication Scorecard: Eine neue Methode des Kommunikationsmanagements, Bern/Stuttgart/Wien.
- Pfannenber, Jörg/Ansgar Zerfaß (Hrsg.) (2005): Wertschöpfung durch Kommunikation. Wie Unternehmen den Erfolg ihrer Kommunikation steuern und bilanzieren, Frankfurt am Main.
- Piwinger, Manfred/Victor Pórák (Hrsg.) (2005): Kommunikations-Controlling: Kommunikation und Information quantifizieren und finanziell bewerten, Wiesbaden.
- Pütz, Horst (2006): Kommunikation managen. Von der gefühlten Kommunikation zur Kennzahl, Wiesbaden.
- Stacks, Don W. (2002): Primer of Public Relations Research, New York/London.
- Watson, Tom/Noble, Paul (2005): Evaluating Public Relations, London/Sterling.
- Welker, Martin/Werner, Andreas/Scholz, Joachim (2005): Online-Research. Markt- und Sozialforschung mit dem Internet, Heidelberg.
- Internet-Plattformen: www.themeasurementstandard.com, www.instituteforpr.org/index.php/ipr/research/measurement, www.thenewpr.com/wiki/pmwiki.php?pagename=PRMeasurement.HomePage

Die Literatur zu den einzelnen Seminarthemen ist selbstständig zu recherchieren. Da viele aktuelle Methoden noch nicht systematisch in der Literatur dokumentiert sind, ist es unverzichtbar, einschlägige Berichte und Anbieterübersichten in Fachzeitschriften und im Internet – auch international – auszuwerten, aktiv bei Anbietern im Markt zu recherchieren sowie in benachbarten Disziplinen publizierte Ergebnisse auf die Unternehmenskommunikation/PR zu übertragen. Die Recherche und Dokumentation von Fallstudien wird durch den Seminarleiter und den Arbeitskreis „Wertschöpfung durch Kommunikation“ der DPRG unterstützt.