UNIVERSITÄT LEIPZIG

PROFESSOR DR. ANSGAR ZERFASS NOVEMBER 2026

Prof. Dr. Ansgar Zerfass
Professor and Chair of Strategic Communication
Institute of Communication and Media Studies
Leipzig University, Germany

E-Mail zerfass@uni-leipzig.de
Linkedin www.linkedin.com/in/ansgarzerfass
Website www.zerfass.de
Website www.communicationmanagement.de



Research project database of the Chair https://fob.uni-leipzig.de/public/ou/309/forschungsprojekt?lang=en
Publication database of the Chair https://fob.uni-leipzig.de/public/ou/309/publikation?lang=en

RESEARCH IMPACT

h-index	(number of publications that have been cited at least h times)	74
i10-index	(number of publications that have been cited by at least 10 other publications)	237
Citations	(number of references in other sources to any publication of the author)	19,862

Source: Google Scholar, September 2026

Worldwide impact ranking among all authors listed by Google Scholar in key research fields (based on h-index):
Strategic Communication #1, Corporate Communication(s) #1, Communication Management #1, Public Relations #2

LIST OF PUBLICATIONS

	Page	Count
Books and editions	**2**	
Monographs and edited books; forthcoming		3
Monographs and edited books; published		44
Special journal issues (edited)		3
Books about the author		1
Articles and chapters	**5**	
Journal articles and book chapters; forthcoming		2
Journal articles and book chapters; published		380
Research reports	**26**	
Study reports; forthcoming		1
Study reports; published		88
Short reports / White papers	**31**	26

BOOKS AND EDITIONS (51)

Monographs and edited books, forthcoming (3)

Titles and authors will be disclosed later; contracts have been signed.

Monographs and edited books, published (44)

Moreno, A., Zerfass, A., Fuentes-Lara, C., Verčič, D., Zurro-Antón, N., Verhoeven, P., & Tench, R. (2023). *Excelencia en comunicación. Cómo desarrollar, dirigir y liderar comunicaciones excepcionales.* Barcelona: Editorial UOC.
[Communication excellence: How to develop, manage and lead exceptional communication; Spanish edition]

Tench, R., Verčič, D., Zerfass, A., Moreno, A., & Verhoeven, P. (2023). *Komunikacijska odličnost: Kako razvijati, upravljati in voditi izjemno komuniciranje* (Prev. P. Kofol). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede & Slovensko društvo za odnose z javnostmi.
[Communication excellence: How to develop, manage and lead exceptional communication; Slovenian edition]

Tench, R., Verčič, D., Zerfass, A., Moreno, A., & Verhoeven, P. (2023). *Izvrsnost komunikacije: kako razviti, upravljati i voditi izuzetne komunikacije* (Transl. L. Aškić). Zagreb: Hrvatska udruga za odnose s javnošću.
[Communication Excellence: How to develop, manage and lead exceptional communication; Croatian edition]

Zerfaß, A., Piwinger, M., & Röttger, U. (Hrsg.) (2022). *Handbuch Unternehmenskommunikation. Strategie – Management – Wertschöpfung (3. Aufl.)*. Wiesbaden: Springer Gabler.
Book (2022): https://doi.org/10.1007/978-3-658-22932-0
Living reference version (2020): https://doi.org/10.1007/978-3-658-03894-6
[Handbook corporate communications. Strategy – Management – Value Creation (3rd ed.)]

Hoffmann, C. P., Schiereck, D., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (2022). *Handbuch Investor Relations und Finanzkommunikation.* Wiesbaden: Springer Gabler.
Book (2022): https://doi.org/10.1007/978-3-658-23149-1
Living reference version (2021): https://doi.org/10.1007/978-3-658-23389-1
[Handbook Investor Relations and Financial Communication]

Röttger, U., Donges, P., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (2021). *Handbuch Public Affairs: Politische Kommunikation für Unternehmen und Organisationen*. Wiesbaden: Springer Gabler.
Book (2021): https://doi.org/10.1007/978-3-658-22931-3
Living reference version (2020): https://doi.org/10.1007/978-3-658-23391-4
[Handbook public affairs: Political communication for corporations and organisations]

德瑞娜·霍尔兹豪森及安斯格·策法斯主编 (2021). 战略传播手册。北京：中国传媒大学出版社.
[Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (Eds.). (2021). *Handbook of strategic communication (Chinese edition).* Bejing: Communication University of China Press]

Einwiller, S., Sackmann, S., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (2021). *Handbuch Mitarbeiterkommunikation: Interne Kommunikation in Unternehmen.* Wiesbaden: Springer Gabler.
Druckausgabe (2021): https://doi.org/10.1007/978-3-658-23152-1
Living-Reference-Ausgabe (2019): https://doi.org/10.1007/978-3-658-23390-7
[Handbook Employee Communication: Internal Communication in Corporations]

安斯格·策法斯、陈先红、洪君如、拉尔夫·滕奇、德扬·维奇、安吉丽斯·莫雷诺、皮埃特·弗洛文 (2021). 卓越传播: 全球战略传播与公共关系。北京: 中国传媒大学出版社.
[Zerfass, A., Chen, X., Hung-Baesecke, F., Tench, R., Verčič, D., Moreno, A., & Verhoeven, P. (2021). *Communication excellence – How to manage strategic communication and public relations in a global world.* Bejing: Communication University of China Press].

Nothhaft, H., Verčič, D., Werder, K. P., & Zerfass, A. (Eds.) (2020). *Future directions of strategic communication.* New York, NY: Routledge.

Zerfaß, A., & Volk, S. C. (2019). *Toolbox Kommunikationsmanagement. Denkwerkzeuge und Instrumente für die Steuerung der Unternehmenskommunikation.* Wiesbaden: Springer Gabler.
[Toolbox Communication Management: Thinking Tools and Instruments for Managing Corporate Communication]

Tench, R., Verčič, D., Zerfass, A., Moreno, A., & Verhoeven, P. (2017). *Communication excellence – How to develop, manage and lead exceptional communications.* Cham: Palgrave Macmillan.

Brønn, P. S., Romenti, S., & Zerfass, A. (Eds.) (2016). *The management game of communication.* Bingley: Emerald.

Zerfaß, A., & Pleil, T. (Hrsg.) (2015). *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web (2. Aufl.).* Konstanz, München: UVK.
[Handbook online public relations. Strategic communication on the internet and social web (2nd ed.]

Catellani, A., Zerfass, A., & Tench, R. (Eds.) (2015). *Communication ethics in a connected world.* Brussels: P.I.E. Peter Lang.

Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (Eds.). (2015). *The Routledge handbook of strategic communication.* New York: Routledge. (Paperback edition 2019)

Zerfaß, A., & Kiesenbauer, J. (2014). *Strategen, Visionäre und Netzwerker der Unternehmenskommunikation. Kommunikationschefs und Protagonisten der nächsten Generation in Nahaufnahme* Münster: Monsenstein + Vannerdat.
[Strategists, visionaries and networkers of corporate communications. A close-up view on Chief Communication Officers and next-generation protagonists]

Zerfaß, A., & Piwinger, M. (Hrsg.) (2014). *Handbuch Unternehmenskommunikation (2. Aufl.).* Wiesbaden: Springer Gabler.
[Handbook Corporate Communications (2nd ed.)].

Sriramesh, K., Zerfass, A., & Kim, J.-N. (Eds.) (2013). *Current trends and emerging topics in public relations and communication management.* New York, NY: Routledge.

Zerfaß, A., Rademacher, L., & Wehmeier, S. (Hrsg.) (2013). *Organisationskommunikation und Public Relations. Forschungsparadigmen und neue Perspektiven* Wiesbaden: Springer VS.
[Organisational communication and public relations. Research paradigms and new perspectives]

Zerfaß, A., & Pleil, T. (Hrsg.) (2012). *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web.* Konstanz: UVK.
[Handbook online public relations. Strategic communication on the internet and social web].

Zerfaß, A., & Radojković, M. (Eds.) (2011). *Menadžment Političkih Komunikacija* Belgrade: Konrad-Adenauer-Stiftung.
[Political communication management – A reader in Serbian language]

Süss, W., Zerfaß, A., & Dühring, L. (2011). *Corporate Branding im Spannungsfeld von Unternehmens- und Marketingkommunikation. Grundlagen, Fallstudien und empirische Erkenntnisse in Commodity-Branchen.* Wiesbaden: Gabler.
[Corporate branding between corporate communications and marketing communications]

Zerfaß, A. (2010). *Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmens-kommunikation und Public Relations (3. Aufl.).* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
[Corporate management and public relations. A theory of corporate communication and public relations (3rd ed.)]

Pfannenberg, J., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (2010). *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis (2. Aufl.).* Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
[Value based communication. Communication controlling in business practice (2nd ed.)]

Möller, K., Piwinger, M., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (2009). *Immaterielle Vermögenswerte: Bewertung, Berichterstattung und Kommunikation*. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel – Edition Handelsblatt.
[Immaterial Assets: Evaluation, reporting and communication]

Zerfaß, A., & Möslein, K. M. (Hrsg.) (2009). *Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement – Strategien im Zeitalter der Open Innovation*. Wiesbaden: Gabler.
[Communication as a success factor in innovation management – Strategies in the age of open innovation]

Zerfass, A., van Ruler, B., & Sriramesh, K. (Eds.) (2008). *Public relations research. European and international perspectives and innovations.* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
[Communication as a success factor in innovation management – Strategies in the age of open innovation]

Zerfaß, A., Welker, M., & Schmidt, J. (Hrsg.) (2008). *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 1: Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum.* Köln: Herbert von Halem.
[Communication, participation and effects of the social web. Volume 1: From society to the individual]

Zerfaß, A., Welker, M., & Schmidt, J. (Hrsg.) (2008). *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik, Publizistik.* Köln: Herbert von Halem.
[Communication, participation and effects of the social web. Volume 2: Strategies and applications: Perspectives for business, politics and the media]

Piwinger, M., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (2007). *Handbuch Unternehmenskommunikation*. Wiesbaden: Gabler.
[Handbook Corporate Communications]

Mast, C., Huck, S., & Zerfaß, A. (2006). *Innovationskommunikation in dynamischen Märkten. Empirische Ergebnisse und Fallstudien*. Berlin: LIT.
[Innovation communication in dynamic markets. Empirical insights and case studies]

Zerfaß, A., & Boelter, D. (2005). *Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien*. Graz: Nausner & Nausner.
[The new opinion-makers. Weblogs as a challenge for campaigns, marketing, public relations and the media]

Mast, C., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (2005). *Neue Ideen erfolgreich durchsetzen. Das Handbuch der Innovations-kommunikation*. Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
[Bringing new ideas across – The handbook of innovation communication]

Pfannenberg, J., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (2005). *Wertschöpfung durch Kommunikation. Wie Unternehmen den Erfolg ihrer Kommunikation steuern und bilanzieren*. Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
[Value based communication. How corporations manage and assess communication success]

Bruck, P. A., Buchholz, A., Karssen, Z., & Zerfass, A. (Eds.). (2005). *E-Content – Technologies and perspectives for the European market.* Berlin, Heidelberg, New York: Springer.

Zerfaß, A. (2004). *Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmens-kommunikation und Public Relations* (2. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
(Reprinted 2005 and 2006).
[Corporate management and public relations. A theory of corporate communication and public relations (2nd edition)]

Haasis, K., Strommer, W., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (2002). *Digitale Wertschöpfung. Internet und E-Business als Chance für den Mittelstand* (2. Aufl.). Heidelberg: dpunkt.
[Digital added value. Internet and e-business in small and medium sized companies (2nd ed.)]

Haasis, K., & Zerfass, A. (Hrsg.) (1999). *Digitale Wertschöpfung. Multimedia und Internet als Chance für den Mittelstand*. Heidelberg: dpunkt.
[Digital added value. Multimedia and internet in small and medium sized companies]

Krzeminski, M., & Zerfass, A. (Hrsg.) (1998). *Interaktive Unternehmenskommunikation. Internet, Intranet, Datenbanken, Online-Dienste und Business-TV als Bausteine erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit.* Frankfurt a. M.: F.A.Z.-Institut. (Reprinted 1999)
[Interactive corporate communications. Internet, intranet, databases, online services and business tv as elements of public relations]

Zerfaß, A. (1996). *Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmens-kommunikation und Public Relations*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
[Corporate management and public relations. A theory of corporate communication and public relations]

Bentele, G., Steinmann, H., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (1996). *Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Grundlagen – Praxiserfahrungen – Perspektiven*. Berlin: Vistas.
[Corporate communications and dialogue. Theoretical foundations – case studies – perspectives]

Ahrens, R., Scherer, H., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (1995). *Integriertes Kommunikationsmanagement. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Erfahrungen.* Frankfurt a. M.: F.A.Z.-Institut.
[Integrated communications. Conceptual foundations and empirical evidence]

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (1991). *Selbstmedikation bei Erkältungskrankheiten. Grundlagen und Ergebnisse eines Dialogprogramms*. Stuttgart: Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft.
[Self medication with common colds. Results of a dialogue program]

Special journal issues (edited) (3)

Nothhaft, H., Verčič, D., Werder, K. P., & Zerfass, A. (Eds.) (2018). *Future directions of strategic communication* (Special Issue of the International Journal of Strategic Communication, Vol. 12, No. 4). Philadelphia, PA: Routledge.

Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (Eds.) (2011). *The status of strategic communication practice in 48 countries on three continents* (Special Issue of the International Journal of Strategic Communication, Vol. 5, No. 2). Philadelphia, PA: Routledge.

Zerfass, A. (Ed.) (2009). *Institutionalization of strategic communication - Theoretical analysis and empirical evidence* (Special Issue of the International Journal of Strategic Communication, Vol. 3, No. 2). Florence, KT: Routledge.

Books about the author (1)

Dühring, L., Krebber, F., Melzer, A., Seiffert-Brockmann, J., & Oliveira, E. (2025). *Kommunikation als Strategie. Beiträge zur Kommunikationsforschung in Organisationen. Festschrift für Ansgar Zerfaß zum 60. Geburtstag.* Springer Gabler.
[Communication as a strategy. Contributions to communication research in organisations. Commemorative publication for Ansgar Zerfass on the occasion of his 60th birthday].

ARTICLES AND CHAPTERS (382)

Journal articles and book chapters, accepted for publication (2)

Zerfass, A., & Brockhaus, J. (2027). Digital corporate communication and the AI-driven transformation of communication functions and organizations. In V. Luoma-aho & M. Badham (Eds.), *Handbook on digital corporate communication* (2nd ed.). Cheltenham: Edward Elgar.

Wloka, M., & Zerfass, A. (2026). Leveraging neurotechnology in communication management. *Public Relations Journal, 19.*

Journal articles and book chapters, published (380)

Stumpf, J., & Zerfaß, A. (2026). Kommunikative Vorbereitung auf die Cyberkrise. Ein READINESS-Framework zur strategischen Vorbereitung der Unternehmens- und Organisationskommunikation. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Hrsg.), *Kommunikationsmanagement* (Loseblattwerk, Nr. 2.123, S. 1–58). Köln: Luchterhand.

Zerfass, A., Siegel, L., Bonin, A.-K., & Limpert, L. (2026). Vom Bauchgefühl zu echten Kennzahlen. Ein neues Management-Framework macht Ziele und Erfolg von Corporate-Influencer-Programmen systematisch mess- und steuerbar. *Kommunikationsmanager, 22*(3), 42–45.

Zerfass, A., Siegel, C., Buhmann, A., Laborde, A., Tench, R., Moreno, A., & Romenti, S. (2026). Excellence through learning: Exploring managerial learning practices of chief communication officers based on an international study. *Journal of Communication Management, 30*. https://doi.org/10.1108/JCOM-10-2025-0291

Brockhaus, J., Zerfass, A., & Rüth, A. (2025). Between cluelessness and (dis)satisfaction: What C-level executives, middle managers and employees know and think about corporate communications in their organizations. *Journal of Communication Management, 30*(2), 271–286.

Zerfass, A., & Siegel, C. (2026). Talentmanagement in Kommunikationsabteilungen. Herausforderungen und Lösungsansätze der Top-Unternehmen in Europa. *PR Magazin, 46*(2), E1–E7.

Buhmann, A., Zerfass, A., Laborde, A., Moreno, A., Romenti, S., Tench, R., & Siegel, C. (2026). „We're right in the foothills": The adoption of artificial intelligence in corporate communication departments. *Corporate Communications – An International Journal, 31.* https://doi.org/10.1108/CCIJ-09-2025-0296

Reiby, K. M., Tam, L., Buhmann, A., & Zerfass, A. (2025). Extending the technology acceptance model: Videoconferencing as a tool for stakeholder engagement. *Information, Communication & Society.* https://doi.org/10.1080/1369118X.2025.2588347

Siegel, C., & Zerfass, A. (2025). Communication maturity: The next big thing? A critical review of maturity models in strategic communication and their contribution to measurement & evaluation and excellence. *International Journal of Strategic Communication, 19,* https://doi.org/10.1080/1553118X.2025.2549551

Zerfass, A., & Brockhaus, J. (2025). Why communication departments need to enhance their positioning. *Corporate Communication Review, 1*(1), 11–16.

Zerfass, A., & Lautenbach, C. (2025). Corporate communications as a strategic partner. *Communication Director,* Spring 2025, 10–13.

Ziegele, D., Siegel, C., & Zerfass, A. (2025), Does quality matter? Understanding quality of communication consulting from a client and consultant perspective. *Public Relations Review*, 52, 102563

Link, J., Vaassen, F., Lautenbach, C, & Zerfass, A. (2025). A mixed-method approach to assess business models of communication departments: insights from a pilot study. *Frontiers in Communication, 10,* 1547040.

Ziegele, D., Doberts, S., Zerfass, A., & Verčič, D. (2025). Quality and conflicts of communication consulting: Demystifying the concept and current practices based on a study of consultants and clients across Europe. *Communications: The European Journal of Communication Research, 50*(2), 368–39.

Zerfaß, A., & Siegel, C. (2025). Was bewegt die führenden Köpfe der Unternehmenskommunikation? Erkenntnisse aus dem European Communication Monitor 2024/25. *PR Magazin, 45*(2), E1–E8. https://prmagazin.de/TuP-02-2025/

Zerfass, A., Ziegele, D., Clausen S., & Stieglitz, S. (2024). Trend research in communication management: Introducing an interdisciplinary approach based on futures research methodology. *Communication Management Review,* 9(2), 6–24.

Weber, E., & Zerfass, A. (2024). Business intelligence in communication management: A framework for data-driven listening and internal consulting. *Sinergie – Italian Journal of Management, 42*(3), 41–60.

Volk, S. C., & Zerfaß, A. (2024). Kommunikationscontrolling und PR-Evaluation. In: P. Szyszka, R. Fröhlich & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (4. Aufl., S. 925–943). Wiesbaden: Springer VS.

Einwiller, S., & Zerfass, A. (2024). Co-leadership activator. Mapping the field of employee communication. In S. Romenti (Ed.), *Inside Nuvola Lavazza: A hub for strategic communication, company values, and vision* (pp. 163–184). Milan: Bocconi University Press.

Zerfaß, A. & Sass, J. (2024). Unternehmenskommunikation als strategischer Partner für Vorstand und Aufsichtsrat. *Audit Committee Quarterly,* III/2024, 14–16.

Zerfaß, A., & Brockhaus, J. (2024). Interne Positionierung als Schlüssel zum Erfolg von Kommunikationsabteilungen. Empirische Erkenntnisse und Handlungsmöglichkeiten für die Praxis. *Kommunikationsmanager, 21*(3), 22–25.

Ziegele, D., & Zerfass, A. (2024). The evolution of communication consulting: A long-term comparison of service quality in strategic communication. *International Journal of Strategic Communication, 18*(5), 445–468.

Benz, L., & Zerfaß, A. (2024). Metaverse für die interne Unternehmenskommunikation. Studie zu Anwendungs-szenarien und zur Nutzungsbereitschaft von Mitarbeitenden. *Kommunikationsmanager, 21*(1), 46–49.

Hagelstein, J., & Zerfass, A. (2024). Brand communities. In K. Podnar (Ed.), *Elgar encyclopedia of corporate communication* (pp. 433–436). Cheltenham: Edward Elgar.

Brockhaus, J., & Zerfass, A. (2024). Corporate influencers. In K. Podnar (Ed.), *Elgar encyclopedia of corporate communication* (pp. 426–432). Cheltenham: Edward Elgar.

Volk, S. C., & Zerfass, A. (2024). Communication strategy. In K. Podnar (Ed.), *Elgar encyclopedia of corporate communication* (pp. 309–315). Cheltenham: Edward Elgar.

Viertmann, C., & Zerfass, A. (2024). Communication management. In K. Podnar (Ed.), *Elgar encyclopedia of corporate communication* (pp. 302–308). Cheltenham: Edward Elgar.

Hagelstein, J., Volk, S. C., Zerfass, A., Athaydes, A. S., Macnamara, J., Meng, J, Hung-Baesecke, C.-J. F. (2024). Ethical challenges of digital communication: A comparative study of public relations practitioners in 52 countries. *International Journal of Communication, 18*(2024), 1072–1093.

Zerfass, A., & Link, J. (2024). Business models for communication departments: A comprehensive approach to analyzing, explaining and innovating communication management in organizations. *Journal of Communication Management, 28*(3), 384–403.

Zerfaß, A. (2023). Vertrauensaufbau und Zielorientierung bleiben Schlüsselthemen. Empirische Erkenntnisse aus 15 Jahren europaweiter Forschung. *Kommunikationsmanager, 20*(4), 11–12.

Saxinger, F., Brockhaus, J., & Zerfaß, A. (2023). Kommunikationsabteilungen in der CommTech-Transformation, Hürden und Erfolgsfaktoren bei der Einführung digitaler Technologien. *PR Magazin, 44*(10), E1–E8.

Link, J., & Zerfaß, A. (2023). Ethische Dilemmata in der digitalen Kommunikation: Eine empirische Untersuchung zum Umgang mit potenziellen Grenzüberschreitungen in Entscheidungsprozessen. In T. Koch, J. Beckert, B. Viererbl & N. Denner (Hrsg.), *Grenzen, Entgrenzung und Grenzüberschreitungen der Public Relations und Organisationskommunikation* (S. 219–241). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A. & Brockhaus, J. (2023). CommTech und die digitale Transformation von Kommunikationsabteilungen: Konzeptionelle Grundlagen und empirische Erkenntnisse. In T. Mickeleit & J. Forthmann (Hrsg.), *Erfolgsfaktor CommTech: Die digitale Transformation der Unternehmenskommunikation* (S. 25–43). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfass, A., & Brockhaus, J. (2023). Digital corporate communication and the digital transformation of communication functions and organizations. In V. Luoma-aho & M. Badham (Eds.), *Handbook on digital corporate communication* (pp. 238–252). Cheltenham: Edward Elgar.

Brockhaus, J., Buhmann, A., & Zerfass, A. (2023). Digitalization in corporate communications: understanding the emergence and consequences of CommTech and digital infrastructure. *Corporate Communications – An International Journal, 28*(2), 274–292.

Nothhaft, H., & Zerfass, A. (2023). Public relations in a postdisciplinary world: On the impossibility of establishing a constitutive PR theory within the tribal struggles of applied communication disciplines. In C. Botan & E. Sommerfeldt (Eds.), *Public relations theory III* (pp. 247–265). New York: Routledge.

Zerfass, A., & Link, J. (2022). Communication management: Structures, processes and business models for value creation through corporate communications. In J. Falkheimer & M. Heide (Eds.), *Research handbook on strategic communication* (pp. 237–258). Cheltenham: Edward Elgar.

Lautenbach, C., Sass, J., & Zerfaß, A. (2022). Geschäftsmodelle für Kommunikationsabteilungen. Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzung in der Unternehmenspraxis. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Hrsg.), *Kommunikationsmanagement* (Loseblattwerk, Nr. 1.70, S. 1–46). Köln: Luchterhand.

Ziegele, D., Kurtze, H., & Zerfaß, A. (2022). Zwischen Aufbruch und Konvention. Grundlagen und Grenzen virtueller Stakeholder-Dialoge in der strategischen Kommunikation von Organisationen. *M&K Medien und Kommunikationswissenschaft, 70*(4), 383–403.

Zerfass, A., & Link, J. (2022). Business models for communication departments: A comprehensive approach to analyze, explain and innovate communication management in organizations. In B. Birmingham & T. Voges (Eds.), *Proceedings of the 25th International Public Relations Research Conference, Orlando, Florida, USA, March 2022* (pp. 187–201). IPRRC.

Baab, K., & Zerfaß, A. (2022). Mitarbeiterkommunikation im Zeitalter der Vielfalt: Wie man Exklusion in der internen Kommunikation vermeiden und Inklusion erreichen kann. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Hrsg.), *Kommunikationsmanagement* (Loseblattwerk, Nr. 3.173, S. 1–60). Köln: Luchterhand.

Zerfaß, A., Ziegele, D., & Hagelstein, J. (2022). Komplexität und Qualität der Kommunikationsberatung. Empirische Erkenntnisse zum Status Quo und zu Lösungsansätzen. *Kommunikationsmanager, 19*(3), 30–33.

Zerfaß, A. (2022). Lobbying und Public Affairs. In M. S. Aßländer (Hrsg.), *Handbuch Wirtschaftsethik* (2. Aufl., S. 759–761). Berlin: J. B. Metzler.

Zerfaß, A., & Lautenbach, C. (2022). Business-Modelle für Kommunikationsabteilungen. Grundlagen und Erfahrungen aus einem Pilotprojekt. *PR Magazin, 43*(6), S. E1–E8.

Hoffmann, C. P., Schiereck, D., & Zerfaß, A. (2022). Grundlagen, Management und Entwicklungslinien der Kapitalmarktkommunikation. In C. P. Hoffmann, D. Schiereck & A. Zerfaß (Hrsg.), Handbuch Investor Relations und Finanzkommunikation (S. 3–24). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A., Piwinger, M., & Röttger, U. (2022). Unternehmenskommunikation in der digitalisierten Wirtschaft und Gesellschaft. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 4–26). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A. (2022). Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder und Wertschöpfung. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 29–87). Wiesbaden: Springer Gabler.

Nothhaft, H., & Zerfaß, A. (2022). Strategische Kommunikation: Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen aus internationaler Perspektive. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmens-kommunikation* (3. Aufl., S. 145–171). Wiesbaden: Springer Gabler.

Viertmann, C., Schneider, L., & Zerfaß, A. (2022). Von der Kommunikationshoheit zur Polyphonie: Steuerungsverlust und Vielstimmigkeit in der Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 173–187). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A., & Dühring, L. (2022). Kommunikationsmanagement als Profession: Strukturen, Handlungsfelder, empirische Befunde. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 205–232). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A., & Volk, S. C. (2022). Strategische Ausrichtung der Unternehmenskommunikation: Zieldefinition, Alignment mit Organisationszielen und Wertbeitrag. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 469–492). Wiesbaden: Springer Gabler.

Ingenhoff, D., Borner, M., & Zerfaß, A. (2022). Corporate Listening und Issues Management in der Unternehmens-kommunikation. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 577–593). Wiesbaden: Springer Gabler.

Rolke, L., Buhmann, A., & Zerfaß, A. (2022). Evaluation und Controlling der Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 595–615). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A., Lautenbach, C., & Sass, J. (2022). Organisation der Kommunikationsfunktion: Grundmodelle und Benchmarking. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 619–638). Wiesbaden: Springer Gabler.

Volk, S. C., & Zerfaß, A. (2022). Positionierung von Kommunikationsabteilungen und Kommunikatoren: Leistungsbeitrag, Rollen und Selbstverständnis. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 639–661). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A., & Ziegele, D. (2022). Managementtools für die Unternehmenskommunikation: Einsatzmöglichkeiten und Überblick. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl., S. 663–679). Wiesbaden: Springer Gabler.

Brockhaus, J., & Zerfass, A. (2022). Strengthening the role of communication departments: A framework for positioning communication departments at the top of and throughout organizations. *Corporate Communications – An International Journal, 27*(1), 53–70.

Macnamara, J., Lwin, M. O., Hung-Baesecke, C.-J. F., & Zerfass, A. (2021). Communication practice trends in Asia-Pacific: Focus on new technologies, but concerns about trust and ethics. *Communication and Media in Asia-Pacific, 4*(2), 1–13.

安斯格·策法斯, 德扬·维奇, 霍华德·诺斯哈特及凯利·佩奇·韦德 (2021). 战略传播：界定领域及其对研究和实践的贡献.在德瑞德瑞娜·霍尔兹豪森及安斯格·策法斯（主编), 战略传播手册（第 590 至 610 页). 北京：中国传媒大学出版社.

[Zerfass, A., Verčič, D., Nothhaft, H., & Werder, K. P. (2021). Strategic communication: Defining the field and its contribution to research and practice. In D. Holtzhausen & A. Zerfass (Eds.), *Handbook of Strategic Communication* (Chinese Edition) (pp. 590–610). Bejing: Communication University of China Press.]

德瑞娜·霍尔兹豪森及安斯格·策法斯 (2021). 战略传播：研究领域的机遇和挑战.在德瑞娜·霍尔兹豪森及安斯格·策法斯（主编, 战略传播手册（第 3 至 20 页. 北京：中国传媒大学出版社.

[Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2021). Strategic communication: opportunities and challenges of the research area. In D. Holtzhausen & A. Zerfass (Eds.), *Handbook of strategic communication* (Chinese edition) (pp. 3–20). Bejing: Communication University of China Press].

Röttger, U., Donges, P., & Zerfaß, A. (2021). Public Affairs: Strategische Kommunikation an der Schnittstelle von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. In U. Röttger, P. Donges & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Public Affairs. Politische Kommunikation für Unternehmen und Organisationen* (S. 3–25). Wiesbaden: Springer Gabler.

Ehrhart, C., & Zerfaß, A. (2021). Strategien von Public Affairs in Unternehmen: Herausforderungen und Chancen in Zeiten des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandels. In U. Röttger, P. Donges & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Public Affairs. Politische Kommunikation für Unternehmen und Organisationen* (S. 333–346). Wiesbaden: Springer Gabler.

Volk, S. C., & Zerfaß, A. (2021). Vom Kommunikationsprofi zum Advisor und Coach. Eine Studie zu den Rollen von Kommunikationsverantwortlichen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. *PR Magazin, 52*(9), 106–113.

Zerfass, A., & Brockhaus, J. (2021). Towards a research agenda for CommTech and digital infrastructure in public relations and strategic communication. In B. Birmingham, B. Yook & Z. F. Chen (Eds.). *Contributing at the top and throughout an organization: Research and strategies that advance our understanding of public relations. Proceedings of the 24th International Public Relations Research Conference* (pp. 202–216). Orlando, FL: IPRRC.

Ziegele, D., & Zerfass, A. (2021). Stress resilience: Researching a key competence for professionals in communication management. *Journal of Communication Management, 25(4), 335–352.* https://doi.org/10.1108/JCOM-11-2020-0142

Hagelstein, J., Kornblum, T., & Zerfaß, A. (2021). Technologie- und Datenkompetenzen in der PR-Hochschulausbildung. Analyse des Status Quo, Perspektiven und Herausforderungen. *PR Magazin, 52*(7), 64–71.

Zerfaß, A., Lautenbach, C., & Eitner, J. (2021). Brauchen wir Business-Modelle für Kommunikationsabteilungen? Ein innovativer Ansatz im Praxistest. *Kommunikationsmanager, 18*(2), 32–35.

Hagelstein, J., Einwiller, S., & Zerfass, A. (2021). The ethical dimension of public relations in Europe: Digital channels, moral challenges, resources, and training. *Public Relations Review, 47*(4), 102063. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102063

Dühring, L., & Zerfass, A. (2021). The triple role of communications in agile organizations. *International Journal of Strategic Communication, 15*(2), 93–112. https://doi.org/10.1080/1553118X.2021.1887875

Einwiller, S., Sackmann, S., & Zerfaß, A. (2021). Mitarbeiterkommunikation: Gegenstand, Bereiche und Entwicklungen. In S. Einwiller, S. Sackmann & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Mitarbeiterkommunikation: Interne Kommunikation in Unternehmen* (S. 3–26). Wiesbaden: Springer Gabler.

Buchele, M.-S., Jansen, S., & Zerfaß, A. (2021). Wertschöpfung durch interne Kommunikation. In S. Einwiller, S. Sackmann & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Mitarbeiterkommunikation: Interne Kommunikation in Unternehmen* (S. 409–429). Wiesbaden: Springer Gabler.

Volk, S. C., & Zerfass, A. (2021). Management tools in corporate communication: A survey about tool use and reflections about the gap between theory and practice. *Journal of Communication Management, 25*(1), 50-67. https://doi.org/10.1108/JCOM-02-2020-0011

Zerfaß, A. (2020). Vernachlässigte Ethik. *Pressesprecher, 20*(5), 67-69.

Melzer, A., Seiffert-Brockmann, J., & Zerfaß, A. (2020). Strategische Kommunikation: Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen aus interdisziplinärer Sicht. In M. Holenweger (Hrsg.), *Anwendungsgebiete und Grundlagen von Strategischer Kommunikation* (S. 63-89). Baden-Baden: Nomos.

Jagdhuhn, M., & Zerfass, A. (2020). From talking to listening – the neglected mode of corporate communication. *Communication for Leaders, 7*(1), 8-9.

Wiesenberg, M., & Zerfaß, A. (2020). Vertrauensvolle Mittler. Welchen Kommunikatoren vertraut die Bevölkerung? Eine internationale Vergleichsstudie. *Kommunikationsmanager, 17*(2), 42-45.

Zerfass, A., Hagelstein, J., & Tench, R. (2020). Artificial intelligence in communication management: A cross-national study on adoption and knowledge, impact, challenges, and risks. *Journal of Communication Management, 24*(4), 377-389. https://doi.org/10.1108/JCOM-10-2019-0137

Zerfaß, A. (2020). Strategische Kommunikation. Missverständnisse und neue Wege. In J. Forthmann & L. Rademacher (Hrsg.), *Zwischen Wert und Wirkung* (S. 41-44). Hamburg: IWMF.

Zerfaß, A., & Ziegele, D. (2020). Stress in PR-Agenturen. Eine Studie zu Ursachen und möglichen Lösungsansätzen aus der Perspektive von Berufseinsteigern und Führungskräften. *PR Magazin, 51*(4), S. 56-63.

Chen, R., Zerfass, A., Hung-Baesecke, F., Bowen, S., Boyd, B., & Stacks, D. (2020). The role of leadership in shared value creation from the public's perspective: A multi-continental study. *Public Relations Review, 46*(1), 101749. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.12.006

Zerfass, A., & Volk, S. C. (2020). Communication management. In P. Moy (Ed.), *Oxford Bibliographies in Communication.* New York, NY: Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/OBO/9780199756841-0244

Zerfass, A., & Volk, S. C. (2020). Aligning and linking communication with organizational goals. In V. Luoma-aho & M.-J. Canel (Eds.), *The handbook of public sector communication* (pp. 417-435). Hoboken, NJ: Wiley Blackwell.

Verhoeven, P., Zerfass, A., Verčič, D., Moreno, A., & Tench, R. (2020). Strategic communication across borders: Country and age effects in the practice of communication professionals in Europe. *International Journal of Strategic Communication, 14*(1), 60-72. https://doi.org/10.1080/1553118X.2019.1691006

Zerfaß, A. (2020). Geleitwort. In L. Winkler, *Organisationskommunikation im Mittelstand. Genese und Spezifik der Kommunikation mittelständischer Industrieunternehmen* (S. IV-X). Wiesbaden: Springer VS.

Romenti, S., Murtarelli, G., & Zerfass, A. (2019). Lo stato dell'arte e le tendenze della della comunicazione strategica in Italia. In V. Codeluppi & M A. Polesana (Eds.), *Rapporto sulla comunicazione di impresa* (pp. 129–149). Milano: FrancoAngeli.

Zerfaß, A., & Wiesenberg, M. (2019). Vertrauen in Kommunikatoren. Ergebnisse einer Bevölkerungsstudie und einer Befragung von PR-Verantwortlichen. *PR Magazin, 50*(12), 80-86.

Keller-Bacher, J., & Zerfass, A. (2019). How strategic communication facilitates the internationalization of firms: A situational framework. In F. Frandsen, W. Johansen, R. Tench & S. Romenti (Eds.), *Big ideas in public relations research and practice* (pp. 1-21). Bingley: Emerald. https://doi.org/10.1108/S2398-391420190000004002

Köhler, K., & Zerfass, A. (2019). Communicating the corporate strategy: An international benchmark study in the United Kingdom, the United States and Germany. *Journal of Communication Management, 23*(4), 348-374. https://doi.org/10.1108/JCOM-10-2018-0106

Buhmann, A., Macnamara, J., & Zerfass, A. (2019). Reviewing the 'march to standards' in public relations: A comparative analysis of four seminal measurement and evaluation initiatives. *Public Relations Review, 45(4),* 10825. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101825

Zerfass, A. (2019). Management tools for communicators. *Communication for Leaders, 6*(1), 14-17.

Zerfaß, A., & Pickel, G. (2019). Geleitwort. In M. Wiesenberg, *Strategische Kommunikation deutscher Großkirchen Von kirchlicher Publizistik zur strategischen Kirchenkommunikation* (S. V-VI). Wiesbaden: Springer VS.

Schneider, L., & Zerfass, A. (2018). Polyphony in corporate and organizational communications: Exploring the roots and characteristics of a new paradigm. *Communication Management Review, 3*(2), 6-29.

Lautenbach, C., & Zerfaß, A. (2018). Der Werkzeugkasten der Unternehmenskommunikation: Studie zu Management-Tools identifiziert Handlungsbedarf in Kommunikationsabteilungen. *Kommunikationsmanager, 15*(4), 34-38.

Zerfass, A., & Dühring, L. (2018). The agile way. *Communication Director, 13*(2), S. 42-44.

Macnamara, J., Zerfass, A., Adi, A., & Lwin, M. (2018). Capabilities of PR professionals for key activities lag: Asia-Pacific study shows theory and practice gaps. *Public Relations Review, 44*(5), 704–716. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.010

Zerfass, A., & Volk, S. C. (2018). How communication departments contribute to corporate success: The communications contributions framework. *Journal of Communication Management, 22*(4), 397-415. doi:10.1108/JCOM-12-2017-0146

Borner, M, & Zerfass, A. (2018). The power of listening in corporate communications: Theoretical foundations of corporate listening as a strategic mode of communication. In S. Bowman, A. Crookes, Ø. Ihlen & S. Romenti (Eds.), *Public relations and the power of creativity: strategic opportunities, innovation and critical challenges* (pp. 3-22). Bingley: Emerald. https://doi.org/10.1108/S2398-391420180000003001

Zerfass, A., & Köhler, K. (2018). Strategy communication – a missed opportunity? *The Reporting Times, 13,* 26.

Verhoeven, P., Zerfass, A., Verčič, D., Moreno, A., & Tench, R. (2018). Public relations and the rise of hypermodern values: Exploring the profession in Europe. *Public Relations Review, 44*(4), 471–480. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.06.001

Tench, R., & Zerfass, A. (2018). Information provision and leadership – core components of communication excellence? *Communication Director, 13*(3), 26-30.

Zerfass, A., Verčič, D., Nothhaft, H., & Werder, K. P. (2018). Strategic communication: Defining the field and its contribution to research and practice. *International Journal of Strategic Communication, 12*(4), 487-505. https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1493485

Volk, S. C., & Zerfass, A. (2018). Alignment: Explicating a key concept in strategic communication. *International Journal of Strategic Communication, 1*2(4), 433-451. https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1452742

Nothhaft, H., Werder, K. P., Verčič, D., & Zerfass, A. (2018). Strategic communication: Reflections on an elusive concept. *International Journal of Strategic Communication, 12*(4), 352-366. https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1492412

Werder, K. P., Nothhaft, H., Verčič, D., & Zerfass, A. (2018). Strategic communication as an emerging interdisciplinary paradigm. *International Journal of Strategic Communication, 12*(4), 333-351. https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1494181

Nothhaft, H., Werder, K. P., Verčič, D., & Zerfass, A. (2018). Editors' introduction. *International Journal of Strategic Communication, 12*(4), 329-332. http://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1493484

Zerfaß, A., Volk, S. C., Chen, R., & Zhan, M. (2018). Shared Value als Chance für die Unternehmenskommunikation? Studie zur Akzeptanz von CSR- und CSV-Aktivitäten in Deutschland, den USA und China. *PR Magazin 49*(8), 72-78.

Macnamara, J., Zerfass, A., Lwin, M. O., & Adi, A. (2018). PR and communication management in Asia-Pacific: Trends, growth and gaps. *Communication and Media in Asia-Pacific, 1*(1), 1-16.

Volk, S. C., & Zerfaß, A. (2018). Was leisten Kommunikationsabteilungen? Das Communications Contributions Framework als Management-Tool für die Unternehmenskommunikation. *PR Magazin 49*(6), 72-79.

安斯格·策法斯 (2018). 战略传播的测量、评估及控制. 在陈先紅、刘晓程及洪君如 (主编). 中国現代公共関係学 (第 390 至 410 頁). 北京：中国传媒大学出版社.

[Zerfass, A. (2018). Measurement, evaluation and controlling of strategic communication. In X. Chen, X. Liu, & C. J. F. Hung-Baesecke (Eds.), Public relations theories for contemporary China (pp. 390–410). Beijing: Communication University of China Press]

Zerfaß, A. (2018). Geleitwort. In J. Kiesenbauer, *Kompetenzmanagement für die Unternehmenskommunikation. Grundlagen der Professionalisierung und Personalentwicklung im Kommunikationsmanagement* (S. V-VI). Wiesbaden. Springer VS.

Navarro, C., Moreno, A., & Zerfass, A. (2018). Mastering the dialogic tools: Social media use and perceptions of public relations practitioners in Latin America. *Journal of Communication Management, 22*(1), 28-45.

Winkler, L., Volk, S. C., Borner, M., & Zerfaß, A. (2018). Zwischen Intention und Emergenz. Mittelstands-kommunikation im Spannungsfeld kontroverser Strategieparadigmen. In S. Wehmeier & D. Schoeneborn (Hrsg.), *Strategische Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Intention und Emergenz* (S. 215-232). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A., Bentele, G., Schwalbach, J., & Sherzada-Rohs, M. (2018). Unternehmenskommunikation aus der Perspektive von Top-Managern und Kommunikatoren: Ein Vergleich. In O. Hoffjann & R. Seidenglanz (Hrsg.), *Allmächtige PR, ohnmächtige PR: Die doppelte Vertrauenskrise der PR* (S. 197-221). Wiesbaden: Springer VS.

Wolf, C., & Zerfass, A. (2017). Mobile corporate communication – Potentials and contemporary practices. In S. Duhé (Ed.), *New media and public relations* (3rd. ed., pp. 67-75). New York, NY: Peter Lang.

Zerfass, A., & Volk, S. C. (2017). The boundary spanner. *Communication Director, 12*(4), 79-83.

Borchers, N. S., & Zerfaß, A. (2017). Integration der Kommunikation: Langfristiges und ganzheitliches Vorgehen zahlt sich aus. *The Reporting Times, 11,* 31.

Macnamara J., & Zerfass, A. (2017). Evaluation stasis continues in PR and corporate communication: Asia Pacific insights into causes. *Communication Research and Practice, 3*(4), 319–334.

Verčič, D., & Zerfass, A. (2017). Digital and visual. *Communication Director, 12*(3), 16-20.

Zerfaß, A., & Borchers, N. S. (2017). Licht und Schatten: Integrierte Kommunikation in deutschen Unternehmen. *Kommunikationsmanager, 14*(2), 20-23.

Zerfass, A. (2017). Nine Commandments of Excellent Communication. *Communication for Leaders, 4*(1), 4-5.

Zerfass, A. (2017). Preface. In L. Dühring, *Reassessing the Relationship between Marketing and Public Relations. New Perspectives from the Philosophy of Science and History of Thought* (pp. 7-8). Wiesbaden: Springer VS.

Patsch, S., & Zerfass, A. (2017). Co-Innovation and Communication: The Case of SAP's Global Co-Innovation Lab Network. In N. Pfeffermann & J. Gould (Eds.), *Strategies and Communication for Innovation* (3rd ed., 385-402). Berlin, Heidelberg: Springer.

Wiesenberg, M., Zerfass, A., & Moreno, A. (2017). Big data and automation in strategic communication. *International Journal of Strategic Communication, 11*(2), 95-114.

Zerfass, A., Verčič, D., & Volk, S. C. (2017). Communication evaluation and measurement: Skills, practices and utilization in European organizations. *Corporate Communications – An International Journal*, *22*(1), 2-18.

Zerfass, A., & Viertmann, C. (2017). Creating business value through corporate communication: A theory-based framework and its practical application. *Journal of Communication Management, 21*(1), 86-91.

Verčič, D., & Zerfass, A. (2016). A comparative excellence framework for communication management. *Journal of Communication Management, 20*(4), 270-288.

Fink, S., & Zerfaß, A. (2016). Digitalisierung und Zielorientierung als Herausforderungen für KMUs. *Pressesprecher 14*(5), 16-18.

Zerfaß, A., & Viertmann, C. (2016). Strategische Aufgaben des Kommunikationsmanagements in der digitalen Gesellschaft. In L. Rolke & J. Sass (Hrsg.), *Kommunikationssteuerung – Wie Unternehmenskommunikation in der digitalen Gesellschaft ihre Ziele erreicht* (S. 67-78). Berlin: de Gruyter.

Krebber, F., Biederstaedt, C., & Zerfass, A. (2016). Online campaigning and offline lobbying: Public Affairs Strategies of Greenpeace Germany. In E. Oliveira, A. Melo & G. Gonçalves (Eds.), *Strategic communication in non-profit organisations: Challenges and alternative approaches* (pp. 103-120). Wilmington, DE: Vernon Press.

Zerfass, A. & Wiesenberg, M. (2016). Communicating the leadership status of organisations. A cross-national study in 10 European countries. In P. S. Brønn, S. Romenti & A. Zerfass (Eds.), *The Management Game of Communication* (pp. 121-142). Bingley, UK: Emerald.

Zerfass, A. & Winkler, L. (2016). Corporate communication in SMEs. Unveiling an ignored field of practice. In P. S. Brønn, S. Romenti & A. Zerfass (Eds.), *The Management Game of Communication* (pp. 265-286). Bingley, UK: Emerald.

Wiesenberg, M., & Zerfaß, A. (2016). Big data und Algorithmen. Empirische Studie zum Status quo in Deutschland und Europa. *PR Magazin 47*(9), 42-47.

Zerfass, A., Verčič, D., & Wiesenberg, M. (2016). The dawn of a new golden age for media relations? How PR professionals interact with the mass media and use new collaboration practices. *Public Relations Review, 42*(4), 499–508.

Winkler, L., & Zerfass, A. (2016). Strategy and organizational culture – Conceptualizing the interplay of key concepts in communication. *Globe: A Journal of Language, Culture and Communication, 3,* 108-120.

Zerfass, A., & Volk, S. C. (2016). Overcoming the measurement deadlock. *Communication for Leaders, 3*(1), 4-5.

Zerfass, A., & Viertmann, C. (2016). The communication value circle. How communication contributes to corporate success. *Communication Director – European Edition, 11*(2), 50-53. Reprinted in *Communication for Leaders, 3*(2), 5-7.

Lwin, M. O., & Zerfass, A. (2016). Satisfaction guaranteed? How communication professionals in Asia Pacific assess their work situation. *Communication Director – Asia-Pacific Edition, 11*(2), 14-17.

Macnamara, J., Lwin, M. O., Adi, A., & Zerfass, A. (2016). 'PESO' media strategy shifts to 'SOEP': Opportunities and ethical dilemmas. *Public Relations Review,* 42(3), 377-385.

Zerfass, A., & Viertmann, C. (2016). Multiple voices in corporations and the challenge for strategic communication. In: K. Alm, M. Brown & S. Røyseng (Eds.), *Kommunikasjon og ytringsfrihet i organisasjoner* (pp. 44-63). Oslo: Cappelen Damm.

Zerfaß, A. (2016). Geleitwort. In F. Krebber, *Akzeptanz durch inputorientierte Organisationskommunikation Infrastrukturprojekte und der Wandel der Unternehmenskommunikation* (pp. 5-6). Wiesbaden: Springer VS.

Falkheimer, J., Heide, M., Simonsson, C., Zerfass, A., & Verhoeven. P. (2016). Doing the right things or doing things right? Paradoxes and Swedish communication professionals' roles and challenges. *Corporate Communications – An International Journal*, *21*(2), 142-159.

Reinecke, S., & Zerfaß, A. (2016). Feelgood Communication als Zukunftstrend? Grundlagen und Steuerung von Unterhaltungsformaten in der Mitarbeiterkommunikation. *PR Magazin 47*(2), 40-45.

Zerfass, A., Verčič, D., & Wiesenberg, M. (2016). Managing CEO communication and positioning: A cross-national study among corporate communication leaders. *Journal of Communication Management,* 20(1), 37-55.

Zerfaß, A., & Dühring, L. (2016). Strategische Kommunikation – Zentrale Fragestellungen aus Sicht der Unternehmenskommunikation. In M. Bruhn, F.-R. Esch & T. Langner (Eds.), *Handbuch Strategische Kommunikation* (2. Aufl., S. 49-74). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A., & Grünberg, P. (2016). Konzepte der Public Relations: Vertrauen, Reputation und Dialog. In M. Bruhn, F.-R. Esch & T. Langner (Eds.), *Handbuch Strategische Kommunikation* (2. Aufl., S. 185-210). Wiesbaden: Springer Gabler.

Sass, J., & Zerfaß, A. (2016). Communication Scorecards zur Kommunikationssteuerung und Wertschöpfung. In F.-R. Esch, T. Langner & M. Bruhn (Eds.), *Handbuch Controlling der Kommunikation* (2. Aufl., S. 163-179). Wiesbaden: Springer Gabler.

Verčič, D., Zerfass, A., & Wiesenberg, M. (2015). Global Public Relations and Communication Management: A European Perspective. *Public Relations Review,* 41(5), 785-793.

Kiesenbauer, J., & Zerfass, A. (2015). Today's and tomorrow's challenges in public relations: Comparing the views of chief communication officers and next generation leaders. *Public Relations Review, 41*(4), 422-434.

Zerfaß, A. (2015). Vorwort. In B. Hartmann*, Kommunikationsmanagement von Clusterorganisationen: Theoretischer Referenzrahmen und Ergebnisse empirischer Forschung* (S. 5-6). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A., & Köhler, K. (2015). Investor Relations: Online-Kommunikation mit Analysten und Anlegern. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.), *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social We*b (2nd ed., pp. 181-196). Konstanz: UVK.

Fink, S., Zerfaß, A., & Linke, A. (2015). Social Media Governance. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.), *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web* (2nd ed., pp. 101-113). Konstanz, München: UVK.

Zerfaß, A., & Pleil, T. (2015). Strategische Kommunikation in Internet und Social Web. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.), *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web* (2nd ed., pp. 39-83). Konstanz, München: UVK.

Tench, R., & Zerfass, A. (2015). Insights and experiences. *Communication Director,* 10(3), 14-21.

Zerfass, A., & Sherzada, M. (2015). Corporate communications from the CEO's perspective: How top executives conceptualize and value strategic communication. *Corporate Communications – An International Journal,* 20(3), 291-309.

Oliveira, E., Linke, A., Krohling Kunsch, M., & Zerfass, A. (2015). How global is the web 2.0 hype? A comparison of social media communication in Brazil, Germany and Portugal. In A. Catellani, A. Zerfass & R. Tench (Eds.), *Communication Ethics in a Connected World* (pp. 391-412). Brussels: P.I.E. Peter Lang.

Kiesenbauer, J., Burkert, A., & Zerfass, A. (2015). Mentoring in public relations: An international study on mentoring programmes of professional associations. In A. Catellani, A. Zerfass & R. Tench (Eds.), *Communication Ethics in a Connected World* (pp. 367-390). Brussels: P.I.E. Peter Lang.

Catellani, A., Zerfass, A., & Tench, R. (2015). Introduction. In A. Catellani, A. Zerfass & R. Tench (Eds.), *Communication Ethics in a Connected World* (pp. 11-16). Brussels: P.I.E. Peter Lang.

Zerfaß, A. (2015). Geleitwort. In K. Köhler, *Investor Relations in Deutschland. Institutionalisierung – Professionalisierung – Kapitalmarktentwicklung – Perspektiven* (S. V-VII). Wiesbaden. Springer Gabler.

Burkert, A., Kiesenbauer, J., & Zerfaß, A. (2015). Mentoring als Instrument der Nachwuchsförderung im Berufsfeld Kommunikationsmanagement/PR. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Hrsg.), *Kommunikationsmanagement* (Loseblattwerk, Nr. 8.81, S. 1–38). Köln: Luchterhand.

Zerfaß, A. (2015). Kommunikations-Controlling: Steuerung und Wertschöpfung. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (3. Auflage, S. 715-738). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A. (2015). Kommunikations-Controlling. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (3. Auflage, S. 1120-1121). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A. (2015). Wertschöpfung (durch Kommunikation). In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (3. Auflage, S. 1160-1161)**.** Wiesbaden: Springer VS.

Bentele, G., Nothhaft, H., & Zerfaß, A. (2015). Evaluation, PR-Evaluation. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (3. Auflage, S. 1104-1105). Wiesbaden: Springer VS.

Moreno, A., Navarro, C., Tench, R., & Zerfass, A. (2015). Does social media usage matter? An analysis of online practices and digital media perceptions of communication practitioners in Europe. *Public Relations Review,* 41(2), 242-253.

Zerfaß, A., & Fink, S. (2015). Strategielücke im Mittelstand. *Pressesprecher 13*(3), 10-12.

Wiesenberg, M., & Zerfaß, A. (2015). Social-Web-Kommunikation der Kirchen in Deutschland. Wie (Erz-)Bistümer und Landeskirchen auf Facebook, Twitter und Youtube kommunizieren. *Communicatio Socialis, 48*(1), 72-84.

Zerfaß, A., Klewes, J., & Wiesenberg, M. (2015). Blindflug oder Punktlandung? Was externe Stakeholder von Unternehmen erwarten und wie PR-Profis ihre Zielgruppen einschätzen. *PR Magazin 46*(1), 48-54.

Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2015). Strategic Communication: Opportunities and Challenges of the Research Area. In D. Holtzhausen & A. Zerfass (Eds.), *Routledge Handbook of Strategic Communication* (pp. 3-17). New York, NY: Routledge.

Zerfaß, A. (2015). Vorwort. In A. Linke. *Management der Online-Kommunikation von Unternehmen. Steuerungsprozesse, Multi-Loop-Prozesse und Governance* (S. 11-13). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A., & Droller, M. (2015). Kein Dialog im Social Web? Eine vergleichende Untersuchung zur Dialogorientierung von deutschen und US-amerikanischen Nonprofit-Organisationen im partizipativen Internet. In O. Hoffjann & T. Pleil (Eds.), *Strategische Onlinekommunikation – Theoretische Konzepte und empirische Befunde* (pp. 75-104). Wiesbaden: Springer VS.

Krebber, F., Biederstaedt, C., & Zerfaß, A. (2015). Digitaler Lobbyismus? Die politische Kommunikation von Greenpeace Deutschland im Internet. In O. Hoffjann & T. Pleil (Eds.), *Strategische Onlinekommunikation – Theoretische Konzepte und empirische Befunde* (pp. 291-310). Wiesbaden: Springer VS.

Klewes, J., Wiesenberg, M., & Zerfaß, A. (2014). Kommunikatoren ticken anders. Führung und Kommunikation. Die Ergebnisse der europaweiten ComGap-Studie. *Pressesprecher, 12*(8), 14-16.

Zerfaß, A. (2014). Was zeichnet exzellente Kommunikationsfunktionen aus? *Kommunikationsmanager, 11*(4), 40-43.

Zerfass, A. (2014). Excellent Communication Departments. *Communication for Leaders* 1(1), 19-20.

Verčič, D., Verhoeven, P., & Zerfass, A. (2014). Key issues of public relations of Europe: Findings from the European Communication Monitor 2007-2014 (Temas clave de las relaciones públicas en Europa: Resultados del European Communication Monitor 2007-2014). *Revista Internacional De Relaciones Publicas, 4*(8), 5-26.

Kiesenbauer, J., & Zerfass, A. (2014). Kommunikationsmanager in Nahaufnahme. Porträtstudie über heutige und künftige Strategen der Unternehmens-kommunikation. *Kommunikationsmanager, 11*(3), 70-73.

Zerfass, A., & Verhoeven, P. (2014). Patterns of Excellence. *Communication Director, 10*(3), 30-35.

Moreno, A., Verhoeven, P., Tench, R., & Zerfass, A. (2014). Increasing power and taking a lead - What are practitioners really doing? Empirical evidence from European communications managers (Incrementar el poder y asumir el liderazgo - ¿Qué hacen realmente los profesionales? Evidencias empíricas sobre los gestores de comunicación en Europa). *Revista Internacional De Relaciones Publicas, 4*(7), 73-94.

Zerfass, A., & Sherzada, M. (2014). Corporate communications from the CEO's perspective: How top executives conceptualize and value strategic communication. In Y. G. Ji, J. H. Liu & Z. C. Li (Eds.). *Public Relations in a More Transparent Age, 17th International Public Relations Research Conference* (pp. 639-663). Miami, FL: IPRRC.

Zerfaß, A. (2014). Steuerung und Wertschöpfung von Kommunikation. In R. Spiller & H. Scheuerer (Eds.), *Grundlagentexte Public Relations* (S. 332-352). Konstanz, München: UVK.

Zerfass, A., Linke, A., & Röttger, U. (2014). Key Issues in the Field: The Context for Leadership. In B. K. Berger & J. Meng (Eds.), *Public Relations Leaders as Sensemakers. A global study of leadership in public relations and communication management* (pp. 63-79). New York: Routledge.

Röttger, U., Stahl, J., & Zerfass, A. (2014). Leadership in Communication Management: Enduring and Emerging Challenges in Germany, Austria and Switzerland. In B. K. Berger & J. Meng (Eds.), *Public Relations Leaders as Sensemakers. A global study of leadership in public relations and communication management* (pp. 186-200). New York: Routledge.

Zerfaß, A., Ehrhart, C., & Lautenbach, C. (2014). Organisation der Kommunikationsfunktion: Strukturen, Prozesse und Leistungen für die Unternehmensführung. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2. Aufl., S. 987-1010). Wiesbaden: Springer Gabler.

Rolke, L., Zerfaß, A. (2014). Erfolgsmessung und Controlling der Unternehmenskommunikation: Wertbeitrag, Bezugsrahmen und Vorgehensweisen. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2. Aufl., S. 863-885). Wiesbaden: Springer Gabler.

Pleil, T., & Zerfaß, A. (2014). Internet und Social Software in der Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2. Aufl., S. 731-753). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A., & Dühring, L. (2014). Kommunikationsmanagement als Profession: Strukturen, Handlungsfelder, empirische Befunde. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2. Aufl., S. 163-189). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A. (2014). Unternehmensführung und Kommunikationsmanagement: Strategie, Management und Controlling. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2. Aufl., S. 21-79). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A., & Piwinger, M. (2014). Unternehmenskommunikation als Werttreiber und Erfolgsfaktor. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2. Aufl., S. 1-18). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfass, A., Bentele, G., Schwalbach, J., & Sherzada, M. (2014). Corporate Communications from the Top and from the Center: Comparing Experiences and Expectations of CEOs and Communicators. *International Journal of Strategic Communication,* 8(2), 61-78.

Verhoeven, P., Tench, R., Zerfass, A., Moreno, A., & Verčič, D. (2014). Crisis? What Crisis? How European communication professionals handle crises and crisis communication. *Public Relations Review,* 40(1), 107-109.

Zerfass, A., & Schramm, D. M. (2014). Social Media Newsrooms in Public Relations. A conceptual framework and corporate practices in three countries. *Public Relations Review,* 40(1), 79-91.

Swerling, J., Thorson, K., & Zerfass, A. (2014). The role and status of communication in the United States and Europe. *Journal of Communication Management,* 18(1), 2-15.

Zerfass, A., & Oliveira, E. (2014). Estudo comparado do estado da comunicação estratégica em Portugal e na Europa – European Communication Monitor 2013. In M. Martins & J. Veríssimo (Eds.). *Comunicação Global, Cultura e Tecnologia* (pp. 949-959). Lisbon: SOPCOM.

Patsch, S., & Zerfass, A. (2013). Co-Innovation and Communication: The Case of SAP's Global Co-Innovation Lab Network. In N. Pfeffermann, T. Minshall & L. Mortara (Eds.), *Strategies and Communication for Innovation* (2nd ed., pp. 297-414). Berlin, Heidelberg: Springer.

Linke, A., & Zerfaß, A. (2013). Social-Media-Kommunikation. Status quo und Zukunftstrends des Social-Media-Einsatzes in der Organisationskommunikation. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Hrsg.), *Kommunikationsmanagement* (Loseblattwerk, Nr. 2.56, S. 1–30). Köln: Luchterhand.

Zerfass, A., & Simon, K. (2013). Mapping the Future of the Profession: Contrasting Views of PR Practitioners and Next Generation Professionals. In A. Okay, V. Carayol & R. Tench (Eds.), *Researching the Changing Profession of Public Relations* (pp. 187-204). Brussels: Peter Lang.

Zerfass, A. (2013). Practice of public relations in Germany. In R. L. Heath (Ed.), *SAGE Encyclopedia of Public Relations* (2nd ed., pp. 389–391). Thousand Oaks, CA: SAGE.

Zerfass, A., & Koehler, K. (2013). International Strategic Communication with Investors on the Web – A Global Benchmark Study of Financial Communications in the US, UK, France, Germany and Japan. In Y. G. Ji & Z. C. Li (Eds.), *Exploring the strategic use of new media's impact on change management and risk in theory and practice, 16th International Public Relations Research Conference* (pp. 647-675). Miami (FL): IPRRC.

Zerfass, A., & Schramm D. M. (2013). Social Media Newsrooms in Public Relations Developing a conceptual framework and researching corporate practices in the United States, the United Kingdom and Germany. In Y. G. Ji & Z. C. Li (Eds.), Exploring the strategic use of new media's *impact on change management and risk in theory and practice, 16th International Public Relations Research Conference* (pp. 676-696). Miami (FL): IPRRC.

Zerfaß, A., & Thobe, S. (2013). Qualität der Kommunikationsberatung. Kundenorientierung, Qualitätsverständnis und Handlungsstrategien von PR-Agenturen aus empirischer Perspektive. *PR Magazin,* 44 (9), 64-70.

Linke, A., & Zerfass, A. (2013). Social media governance: Regulatory frameworks for successful online communications. *Journal of Communication Management,* 17 (3), 270-286.

Verčič, D., Moreno, A., & Zerfass, A. (2013). Communicative Assets. *Communication Director,* 9 (3), 22-29.

Zerfaß, A., & Schwalbach, J. (2013). Strategische Kommunikation aus Sicht von Vorständen und Geschäftsführern. Empirische Studie in deutschen Großunternehmen. *Kommunikationsmanager,* 9(2), 70-74.

Zerfaß, A., & Köhler, K. (2013). Finanzkommunikation im Social Web: Informationskanal oder Online-Dialog mit Anlegern? *The Reporting Times, 2,* 12-13.

Zerfaß, A., & Müller, M. C. (2013). CSR-Kommunikation: Zwischen Pflichterfüllung und Problemlösung. *Verantwortung Zukunft,* 2, 38-41.

Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2013). Strategic Communication – Pillars and Perspectives of an Alternative Paradigm. In K. Sriramesh, A. Zerfass, & J.-N. Kim (Eds.), *Current Trends and Emerging Topics in Public Relations and Communication Management (pp. 283-302).* New York: Routledge.

Moreno, A., Zerfass, A., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2013). Perfil del profesional de relaciones públicas y comunicación estratégica en Europa: influencia y poder dentro de las organizaciones y tendencias del sector. *Razón y Palabra,* 82 (Marzo-Mayo), 1-14.

Zerfass, A., & Franke, N. (2013). Enabling, advising, supporting, executing: A theoretical framework for internal communication consulting within organizations. *International Journal of Strategic Communication,* 7(2), 118-135.

Navarro, C., Moreno, A., & Zerfass, A. (2013). Los medios tradicionales resisten ante los social media. Análisis longitudinal del uso de los medios digitales en la gestión de comunicación en España. In Asociación de Directivos de Comunicación (Eds.), *Anuario de la Comunicación 2013* (pp. 64-67). Madrid: DIRCOM.

Zerfaß, A., & Zlateva, M. (2013). Innovationskommunikation im Internet und Social Web. In M. Garn & D. Schleidt (Eds.), *Jahrbuch Innovation 2013 – Innovationstreiber für Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft* (pp. 40-43). Frankfurt am Main: FAZ-Institut.

Wehmeier, S., Rademacher, S., & Zerfaß, A. (2013). Organisationskommunikation und Public Relations: Unterschiede und Gemeinsamkeiten. In A. Zerfaß, L. Rademacher, & S. Wehmeier (Eds.), *Organisationskommunikation und Public Relations. Forschungsparadigmen und neue Perspektiven* (pp. 7-24). Wiesbaden: Springer VS.

Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2013). Strategic Communication – Pillars and Perspectives of an Alternative Paradigm. In A. Zerfaß, L. Rademacher, & S. Wehmeier, (Eds.), *Organisationskommunikation und Public Relations. Forschungsparadigmen und neue Perspektiven* (pp. 73-94). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A., & Müller, M. C. (2013). Stakeholderbeziehungen in der CSR-Kommunikation. Empirische Studie zu Strategien und Rahmenbedingungen in deutschen Unternehmen. *UmweltWirtschaftsForum,* 21(1), 51-57.

Zerfass, A., & Dühring, L. (2012). Between Convergence and Power Struggles: How Public Relations and Marketing Communications Professionals Interact in Corporate Brand Management. *Public Relations Journal,* 6(5), 1-31.

Linke, A., & Zerfass, A. (2012). Future trends of social media use in strategic communication: Results of a Delphi study. *Public Communication Review,* 2(2), 17-29.

Navarro, C., Moreno, A., & Zerfass, A. (2012). Análisis longitudinal de la profesión de relaciones públicas en España en los últimos cinco años (2007-2011) [Longitudinal Analysis of Public Relations Practice in Spain during the Last Five Years (2007-2011)]. *Anagramas,* 10(20), 53-66.

Moreno, A., Zerfass, A., & Navarro, C. (2012). La situación de los profesionales de relaciones públicas y comunicación estratégica en Europa y en España. Análisis comparado del European Communication Monitor 2009, *Tripodos,* (Special Issue), 299-313.

Moreno, A., Navarro, C., & Zerfass, A. (2012). Relaciones Públicas, un término desacreditado en España y el resto de Europa. Conclusiones del European Communication Monitor 2011, *Hologramática,* 16(2), 115-140.

Zerfaß, A., & Köhler, K. (2012). Internationale Benchmark-Studie zur Finanzkommunikation im Social Web. *IM - Information Management & Consulting,* 27(4), 25-30.

Zerfaß, A., & Müller, M. C. (2012). CSR-Kommunikation in Deutschland. Empirische Studie zu Rahmenbedingungen und Vorgehensweisen in deutschen Unternehmen. *PR Magazin,* 43(11), 66-71.

Zerfass, A., & Storck, C. (2012): Communication Controlling: Next Step in Accountability. In B. van Ruler (Ed.), *Communicatie Nu – Grootboek van het Communicatievak* (pp. 152-155). Amsterdam: Adformatie Group.

Zerfaß, A. (2012). Medienresonanzanalyse (MERA). In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Eds.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (2. Aufl., S. 220-221). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A. (2012). Kommunikationscontrolling. In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Eds.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (2. Aufl., S. 156-157). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A. (2012). Evaluation. In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Eds.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (2. Aufl., S. 76-77). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A. (2012). Communication Scorecard. In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Eds.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (2. Aufl., pp. 42-43). Wiesbaden: Springer VS.

Macnamara, J., & Zerfass, A. (2012). Social media communication in organizations: The challenges of balancing openness, strategy and management. *International Journal of Strategic Communication,* 6(4), 287-308.

Zerfass, A., & Tench, R. (2012). Time for a Rethink? Insights from the European Communication Monitor 2012. *Communication Director,* 8(3), 24-29.

Zerfaß, A., Fink, S., & Linke, A. (2012). Nicht mehr ins Blaue. Quantitative Ergebnisse der Studie „Social Media Delphi 2012". *Pressesprecher,* 10(5), 12-15

Zerfaß, A., & Röttger, U. (2012). Leadership im Kommunikationsmanagement. Eine empirische Studie in Deutschland, Österreich und der Schweiz. *PR Magazin,* 43(8), 62-67.

Klewes, J., & Zerfass, A. (2012): Kommunikation besser organisieren. *Harvard Business Manager,* 34(4), 12-14.

Verhoeven, P., Tench, R., Zerfass, A., Moreno, A., & Verčič, D. (2012). How European PR Practitioners Handle Digital And Social Media. *Public Relations Review,* 38(1), 162-164.

Zerfaß, A., & Linke, A. (2012). Social Media in der Unternehmenskommunikation: Strategien, Kompetenzen, Governance. *Die Unternehmung,* 66(1), 46-60.

Zerfaß, A. (2012). Kommunikationsmanagement. In J. Vogelgesang, *Kommunikationswissenschaft studieren* (pp. 112-116). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfass, A., & Franke, N. (2012). Enabling, Advising, Supporting, Executing: A Theoretical Framework for Internal Communication Consulting Within Organizations. In Z. C. Li (Ed.), *Using Theory for Strategic Practice Through Global Engagement and Conflict Research, 15th International Public Relations Research Conference* (p*p.* 830-848). Miami, FL: University of Miami.

Moreno, A., Zerfass, A., & Navarro, C. (2012). Tendencias de comunicación en Europa: European Communication Monitor 2011. In Asociación de Directivos de Comunicación (Eds.), *Anuario de la Comunicación 2012* (pp. 31-38). Madrid: DIRCOM.

Zerfaß, A., & Köhler, K. (2012). Investor Relations: Online-Kommunikation mit Analysten und Anlegern. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.), Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web (pp. 147-160). Konstanz: UVK.

Fink, S., Zerfaß, A., & Linke, A. (2012). Social Media Governance. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.), *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web* (pp. 99-110). Konstanz: UVK.

Zerfaß, A., & Pleil, T. (2012). Strategische Kommunikation in Internet und Social Web. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.), *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web* (pp. 39-82). Konstanz: UVK.

Linke, A., & Zerfass, A. (2011). Internal Communication and Innovation Culture: Developing a Change Framework. *Journal of Communication Management,* 15(4), 332-348.

Koehler, K., Zerfass, A. (2011): Exploring the potential of IR 2.0. *Communication Director,* 7(4), 28-31.

Zerfaß, A., & Von Oehsen, H. O. (2011). Menadžment Komunikacija u Politici: Osovne, Procesi i Dimenzije [Communication management in politics: Principles, processes, and dimensions]. In A. Zerfaß & M. Radojković (Eds.), *Menadžment Političkih Komunikacija* [Political communication management – A reader in Serbian language] (pp. 11-26). Belgrade: Konrad-Adenauer-Stiftung.

Zerfass, A. (2011). Macht, Einfluss und neues Denken: Herausforderungen für Kommunikationsmanager in Europa. *Kommunikationsmanager,* 8(3), 62-65.

Watson, T., & Zerfass, A. (2011). Return on Investment in Public Relations. A critique of concepts used by practitioners from communication and management sciences perspectives. *PRism – Australian and New Zealand Academic Journal of Public Relations*, 8(1), 1-14.

Zerfaß, A. & Fink, S. (2011). Kompetenz und Verantwortung für Social Media. *Pressesprecher,* 9(5), 18-21.

Verčič, D., Moreno, A., & Zerfass, A. (2011). Incomplete power. Findings from the European Communication Monitor 2011. *Communication Director,* 7(3), 36-41.

Moreno, A., Zerfass, A., & Navarro, C. (2011). European Communication Monitor 2010. España en línea con los profesionales europeos In Asociación de Directivos de Comunicación (Eds.), *Anuario de la Comunicación 2011* (pp. 30-41). Madrid: DIRCOM.

Zerfass, A., Fink, S., & Linke, A. (2011). Social Media Governance: Regulatory Frameworks As Drivers of Success in Online Communications. In: L. R. Men & M. D. Dodd (Eds.), *Pushing the Envelope in Public Relations Theory and Research and Advancing Practice, 14th International Public Relations Research Conference* (pp. 1026-1047). Gainesville, FL: Institute for Public Relations.

Zerfass, A. & Dühring, L. (2011). Between Convergence And Power Struggles: How Public Relations And Marketing Communications Professionals Interact in Corporate Brand Management. In: L. R. Men & M. D. Dodd (Eds.), *Pushing the Envelope in Public Relations Theory and Research and Advancing Practice, 14th International Public Relations Research Conference* (pp. 1000-1025). Gainesville, FL: Institute for Public Relations.

Zerfaß, A., & Gusko, J. (2011). Enzyklopädie der Images. Wikipedia und Unternehmenskommunikation: Eine Benchmark-Studie. *PR Magazin, 42*(6), 60-65.

Verhoeven, P., Tench, R., & Zerfass, A. (2011). Strategic orientation of communication professionals in Europe. *International Journal of Strategic Communication,* 5(2), 95-117.

Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2011). The Status of Strategic Communication Practice in 48 Countries. *International Journal of Strategic Communication,* 5(2), 71-73.

Heine, D., & Zerfass, A. (2011). Regieren im Social Web – Eine experimentelle Studie zur Rezeption innovativer Elemente der Regierungskommunikation im Internet. In J. Wolling, A. Will, & C. Schumann (Hrsg.), *Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern (S. 121-136).* Konstanz: UVK.

Zerfaß, A., & Köhler, K. (2010). Investor Relations 2.0. Benchmark-Studie zur Nutzung von Social Media in der Finanzkommunikation. *PR Magazin,* 41(10), 61-68.

Moreno, A., Verčič, D., & Zerfass, A. (2010). The power of leadership. Key findings from the European Communication Monitor 2010. *Communication Director,* 6(3), 36-41.

Zerfass, A. (2010). Social Media Governance. *Pressesprecher,* 8(5), 46-48.

Verhoeven, P., & Zerfass, A. (2010). Reflectieve communicatie bij organisaties. Nederlands Communicatie-management in Europees Perspectief [Reflective communication of organisations. Communication management in the Netherlands from an European perspective]. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* [Journal for Communication Science), *38*, 156-171.

Zerfass, A. (2010). Assuring Rationality and Transparency in Corporate Communications. Theoretical foundations and empirical findings on communication controlling and communication performance management. In M. D. Dodd & K. Yamamura (Eds.), *Ethical Issues for Public Relations Practice in a Multicultural World,* 13th International Public Relations Research Conference (pp. 947-966), Gainesville, FL: IPR.

Verčič, D., & Zerfass, A. (2010). Constructing European public relations in transnational research. In M. D. Dodd & K. Yamamura (Eds.), *Ethical Issues for Public Relations Practice in a Multicultural World,* 13th International Public Relations Research Conference (pp. 856-869), Gainesville, FL: IPR.

Trębecki, J., Verhoeven, P., & Zerfass, A. (2010). Europejski Monitor Komunikacyjny – Portret branzy PR w czasach niepokoju [European Communication Monitor – a portrait of public relations in times of uncertainty]. In R. Mackowskiej (Ed.), *Public Relations – Effektywne komunikowanie w teorii i praktyce [Public Relations – Effective communication in theory and practice]* (pp. 95-104). Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach.

Trebecki, J., Verhoeven, P., & Zerfass, A. (2010). The perspectives for Internal Communications in Europe based on the European Communication Monitor research. In B. Pilarczyk & Z. Waskowski (Eds.), *Komunikacja Rynkowa. Ewolucja. Wyzwania. Szanse [Marketing Communication: Evolution, Challenges, Chances]* (pp. 147-155). Poznan: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

Rydzak, W., Trebecki, J., Verhoeven, P., & Zerfass, A. (2010**).** Polski PR w perspektywie europejskiej [Polish PR in European perspective]. In D. Tworzydło & Z. Chmielewski (Eds.), *Public relations w procesie kształtowania*

relacji z otoczeniem [Public Relations in the process of forming relations with the environment] (pp. 385-392). Kraków, Rzeszow, Zamosc: Konsorcjum Akademickie WSE, WSIiZ, WSZiA.

Moreno, A., Verhoeven, P., Tench, R., & Zerfass, A. (2010). European Communication Monitor 2009. An institutionalized view of how public relations and communication management professionals face the economic and media crises in Europe. *Public Relations Review,* 36(2), 97-104.

Moreno, A., Verhoeven, P., Tench, R., & Zerfass, A. (2010). European Communication Monitor 2009. El desarrollo de la profesión de relaciones públicas y gestión de la comunicación estratégica en Europa. *Razón y Palabra,* 15(72), 1-26.

Moreno, A., & Zerfass, A. (2010). Los directores de comunicación en Europa: European Communication Monitor 2009. In Asociación de Directivos de Comunicación (Eds.), *Anuario de la Comunicación 2010* (pp. 42-46), Madrid: DIRCOM.

Zerfaß, A., & Mumprecht, E. (2010). Internal Branding. Grundlagen und Umsetzung im Spannungsfeld von Marken- und Mitarbeiterführung. In G. Bentele, M. Piwinger, & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (No. 3.67, pp. 1-19) [Loseblattsammlung]. München: Wolters Kluwer.

Zerfaß, A., & Pfannenberg, J. (2010). Die Entwicklung des strategischen Kommunikations-Controllings in Deutschland. In J. Pfannenberg & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (pp. 7-14). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A. (2010). Controlling und Kommunikations-Controlling aus Sicht der Unternehmensführung: Grundlagen und Anwendungsbereiche. In J. Pfannenberg & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (pp. 28-49). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Rolke, L., & Zerfaß, A. (2010). Wirkungsdimensionen der Kommunikation: Ressourceneinsatz und Wertschöpfung im DPRG/ICV-Bezugsrahmen. In J. Pfannenberg & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (pp. 50-60). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Mathes, R., & Zerfaß, A. (2010). Medienanalyen als Steuerungs- und Evaluationsinstrument für die Unternehmens-kommunikation. In J. Pfannenberg & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (pp. 98-111). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A., & Dühring, L. (2010). Akzeptanzmessung von Corporate-Publishing-Medien und Events. In J. Pfannenberg & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (pp. 127-139). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Liehr, K., Peters, P., & Zerfaß, A. (2010). Reputation messen und bewerten – Grundlagen und Methoden. In J. Pfannenberg & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (pp. 153-164). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Piwinger, M., & Zerfaß, A. (2009). Intangibles in der Finanz- und Unternehmenskommunikation: Dem schwer Fassbaren einen Wert geben. *Kommunikationsmanager,* 6 (4), 56-59.

Zerfaß, A. (2009). Immaterielle Werte und Unternehmenskommunikation − Herausforderungen für das Kommunikationsmanagement. In K. Möller, M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), *Immaterielle Vermögenswerte: Bewertung, Berichterstattung und Kommunikation* (pp. 23-47). Stuttgart: Schaeffer-Poeschel – Edition Handelsblatt.

Möller, K., Piwinger, M., & Zerfaß, A. (2009). Herausforderungen und Gestaltungsansätze für immaterielle Vermögenswerte. In K. Möller, M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), *Immaterielle Vermögenswerte: Bewertung, Berichterstattung und Kommunikation* (pp. 379-389). Stuttgart: Schaeffer-Poeschel – Edition Handelsblatt.

Moreno, A., & Zerfass, A. (2009): European Communication Monitor 2008: la Gestión de la Comunicación y las RR.PP. en Europa. In: Asociación de Directivos de Comunicación (Eds.): *Anuario de la Comunicación 2009* (pp. 30-32), Madrid: DIRCOM.

Zerfaß, A. (2009). Erfolgskontrolle der Live Communication. In M. Kirchgeorg, C. Springer & C. Brühe (Eds.), *Live Communication. Ein strategischer Leitfaden zur Konzeption, Umsetzung und Erfolgskontrolle* (pp. 239-242). Wiesbaden: Gabler.

Verhoeven, P., Tench, R., & Zerfass, A. (2009). Communication in turbulent times. Insights from the European Communication Monitor 2009. *Communication Director,* 5(3), 34-39.

Zerfaß, A. (2009). Kommunikation als konstitutives Element im Innovationsmanagement. Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen der Open Innovation. In A. Zerfaß & K. M. Möslein (Eds.), *Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement – Strategien im Zeitalter der Open Innovation (pp. 23-55).* Wiesbaden: Gabler.

Ernst, N., & Zerfaß, A. (2009). Kommunikation und Innovation in deutschen Unternehmen: Eine empirische Typologie in Zukunftstechnologie-Branchen. In A. Zerfass & K. M. Möslein (Eds.), *Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement – Strategien im Zeitalter der Open Innovation* (pp. 57-81). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A., & Möslein, K. M. (2009). Kommunikation im Innovationsprozess – Thesen für eine effektive Zusammenarbeit. In A. Zerfass & K. M. Möslein (Eds.), *Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement – Strategien im Zeitalter der Open Innovation* (pp. 417-422). Wiesbaden: Gabler.

Tench, R., Verhoeven, P., & Zerfass, A. (2009): Institutionalizing Strategic Communication in Europe – An Ideal Home or a Mad House? Evidence from a Survey in 37 Countries. *International Journal of Strategic Communication,* 3(2), 147-164.

Zerfass, A. (2009). Institutionalizing Strategic Communication: Theoretical Analysis and Empirical Evidence. *International Journal of Strategic Communication,* 3(2), 69-71.

Zerfaß, A., Bentele, G., & Von Oehsen, H. O. (2009). Lobbying in Berlin. Akteure, Strukturen und Herausforderungen eines wachsenden Berufsfeld. In A. Sell & A. N. Krylow (Eds.) *Government Relations, Interaktionen zwischen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft* (pp. 15-35), Frankfurt a. M.: Peter Lang.

Zerfaß, A., & Ernst, N. (2009). Kommunikation im Innovationsprozess – Neue Rollen für Marketing und PR im Zeitalter der Open Innovation. *Marketing Review St. Gallen,* 2(2), 36-41.

Moreno, A., Zerfass, A., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2009). European Communication Monitor. Current developments, issues and tendencies of the professional practice of public relations in Europe. *Public Relations Review,* 35, 79-82.

Zerfaß, A. (2009). Fluch oder Segen? Institutionen und Institutionalisierung im Kommunikationsmanagement. *Pressesprecher,* 7(1), 54-57.

Zerfaß, A., & Mahnke, M. (2009): Von Print zu Video? Bewegtbild im Internet als Herausforderung für die Unternehmenskommunikation. *PR Magazin,* 40(1), 59-64.

Zerfass, A., & Verčič, D. (2008). Future trends and strategic insights. *Communication Director,* 4(4), 31-36.

Zerfaß, A., Bentele, G., & Von Oehsen, H. O. (2008). Lobbying in Berlin. Akteure, Strukturen und Herausforderungen eines wachsenden Berufsfeld. In G. Bentele, M. Piwinger, & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (No. 3.53, pp. 1-29) [Loseblattsammlung]. München: Wolters Kluwer.

Zerfaß, A. (2008). Kommunikations-Controlling: Methoden zur Steuerung und Kontrolle der Unternehmenskommunikation. In M. Meckel & B. Schmid (Eds.), *Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung* (2nd ed., pp. 435-469). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A., & Ernst, N. (2008). Innovationsmanagement und Kommunikation. Empirie und Typologie in Zukunftstechnologie-Branchen. *PR Magazin*, 39(7), 73-80.

Zerfass, A. (2008). Positioning Theory. In W. Donsbach (Ed.), *International Encyclopedia of Communication* (Vol. VIII, pp. 3822-3824). Oxford: Wiley & Sons.

Zerfass, A. (2008). The Corporate Communications Scorecard – A framework for managing and evaluating communication strategies. In B. van Ruler, A. Tkalac Verčič & D. Verčič (Eds.), *Public Relations Metrics: Research and Evaluation* (pp. 139-153). Mahwah, NJ: Routledge.

Zerfass, A. (2008). Corporate Communication Revisited: Integrating Business Strategy and Strategic Communication. In A. Zerfass, B. van Ruler & K. Sriramesh (Eds.), *Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations* (pp. 65-96). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Sriramesh, K., Van Ruler, B., & Zerfass, A. (2008): Introduction. In A. Zerfass, B. van Ruler & K. Sriramesh (Eds.), *Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations* (pp. 9-16). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zerfaß, A., & Sandhu, S. (2008). Interaktive Kommunikation, Social Web und Open Innovation: Herausforderungen und Wirkungen im Unternehmenskontext. In A. Zerfaß, M. Welker & J. Schmidt (Eds.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik, Publizistik* (pp. 283-310). Köln: Halem.

Welker, M., & Zerfaß, A. (2008). Einleitung: Social Web in Journalismus, PR und Gesellschaft. In A. Zerfaß, M. Welker & J. Schmidt (Eds.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik, Publizistik* (pp. 12-18). Köln: Halem.

Zerfaß, A., & Buchele, M.-S. (2008). Strukturwandel der Kommunikation. Herausforderungen für Unternehmen und Kommunikationsagenturen, In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (No. 2.27, pp. 1-40) [Loseblattsammlung]. München: Wolters Kluwer.

Zerfaß, A., & Buchele, M.-S. (2008). Kommunikationscontrolling – Forschungsstand und Entwicklungen. *Marketing Review St. Gallen*, 1(1), 20-24.

Zerfaß, A. (2008). Kommunikationscontrolling. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), *Handbuch der Public Relations* (2nd ed., pp. 599-600). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zerfaß, A. (2008). Wertschöpfung durch Kommunikation. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), *Handbuch der Public Relations* (2nd ed., pp. 629-630). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., Nothhaft, H., & Zerfaß, A. (2008). Evaluation, PR-Evaluation. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), *Handbuch der Public Relations* (2nd ed., pp. 587-588). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zerfass, A., Van Ruler B., Rogojinaru, A., Verčič, D., & Hamrefors, S. (2007). Monitoring kumuniciranja u Evropi 2007: Trendovi u upravljanju komuniciranjem i odnosima s javnošcu. *CM Casopis Za Upravljanje Komuniciranjem* [Communication Management Quarterly], 5(2), 47-53.

Zerfaß, A. (2007). Von der Einkanal-Kommunikation zum Dialog – wenn Empfänger zu Akteuren werden. In T. Ellerbeck & K. Siebenhaar (Eds.), *Vernetzte Welt – Veränderungen der Kommunikation durch Neue Medien und Mobilfunk* (pp. 31-48). Berlin: B&S Siebenhaar.

Zerfaß, A., & Sandhu, S. (2007). Relationship-Management statt Medienarbeit: Die zweite digitale Revolution und ihre Folgen. *Kommunikationsmanager*, 4 (2), 58-61.

Zerfass, A., & Huck, S. (2007). Innovation, Communication, and Leadership: New Developments in Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(2), 107-122.

Zerfaß, A. (2007). Was bezweckt strategisches Kommunikationsmanagement? Empirische Rahmenbedingungen, normative Anforderungen, faktische Handlungsmöglichkeiten. *Kommunikationsmanager*, 4 (1), 62-65.

Zerfaß, A., & Huck, S. (2007). Innovationskommunikation: Neue Produkte, Technologien und Ideen erfolgreich positionieren. In M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (pp. 847-858). Wiesbaden: Gabler.

Pleil, T., & Zerfass, A. (2007). Internet und Social Software in der Unternehmenskommunikation. In M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (pp. 511-532). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A. (2007). Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement: Grundlagen, Wertschöpfung, Integration. In M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (pp. 21-70). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A., & Piwinger, M. (2007). Kommunikation als Werttreiber und Erfolgsfaktor. In M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (pp. 6-16). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A., & Sandhu, S. (2006). Issues Management und Web 2.0: Monitoring der Meinungsbildung in der Blogosphäre. *PR Magazin*, 38(9), 45-52.

Zerfaß, A., & Sandhu, S. (2006). CEO-Blogs: Personalisierung der Online-Kommunikation als Herausforderung für die Unternehmensführung. In A. Picot & T. Fischer (Eds.), *Weblogs professionell – Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld* (pp. 51-75). Heidelberg: dpunkt.

Zerfaß, A. (2006). Kommunikations-Controlling: Methoden zur Steuerung und Kontrolle der Unternehmenskommunikation. In B. Schmid & B. Lyczek (Eds.), *Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung* (pp. 431-465). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A. (2005). Rituale der Verifikation? Grundlagen und Grenzen des Kommunikations-Controlling. In L. Rademacher (Ed.), *Distinktion und Deutungsmacht. Studien zu Theorie und Pragmatik der Public Relations* (pp. 181-220). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zerfaß, A. (2005). Steuerung und Wertschöpfung von Kommunikation. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), *Handbuch der Public Relations* (pp. 533-548). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Klewes, J., & Zerfaß, A. (2005). Praxiserfahrungen bei der Due Diligence von PR-Agenturen – Ein Interview. In A. Zerfaß & M. Gläser (Eds.), *Bewertung und Rating von Kommunikationsagenturen. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 15* (pp. 71-74). Stuttgart: MFG/HdM.

Gläser, M., & Zerfaß, A. (2005). Finanzierung zwischen Kreativität und Strategie – Herausforderungen an die Bewertung und das Rating von Kommunikationsagenturen. In A. Zerfaß & M. Gläser (Eds.), *Bewertung und Rating von Kommunikationsagenturen. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 15* (pp. 7-14). Stuttgart: MFG/HdM.

Zerfaß, A. (2005). Führungskommunikation und Innovation. *ZFO Zeitschrift Führung + Organisation*, 4, 234-237.

Mast, C., & Zerfaß, A. (2005). Perspektiven, Profil, Persönlichkeiten. Was Redaktionen und Leser an Innovationen interessiert. In C. Mast & A. Zerfaß (Eds.), *Neue Ideen erfolgreich durchsetzen. Das Handbuch der Innovationskommunikation* (pp. 220-226). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Mast, C., Huck, S., & Zerfaß, A. (2005). Journalisten und Unternehmen: Meinungen, Erfahrungen, Perspektiven. Ergebnisse der Studie INNOVATE 2004. In C. Mast & A. Zerfaß (Eds.), *Neue Ideen erfolgreich durchsetzen. Das Handbuch der Innovationskommunikation* (pp. 58-67). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A. (2005). Innovationsmanagement und Innovationskommunikation. In C. Mast & A. Zerfaß (Eds.), *Neue Ideen erfolgreich durchsetzen. Das Handbuch der Innovationskommunikation* (pp. 16-42). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A. (2005). Die Corporate Communications Scorecard. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (No. 4.17, pp. 1-25) [Loseblattsammlung]. München: Wolters Kluwer.

Pfannenberg, J., & Zerfaß, A. (2005). Wertschöpfung durch Kommunikation: Thesenpapier der DPRG zum strategischen Kommunikations-Controlling in Unternehmen und Institutionen. In J. Pfannenberg & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation* (pp. 184-198). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A. (2005). Integration von Unternehmenszielen und Kommunikation: Die Corporate Communications Scorecard. In J. Pfannenberg & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation* (pp. 102-112). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A., & Pfannenberg, J. (2005). Kommunikations-Controlling: Neue Herausforderungen für das Management. In J. Pfannenberg & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation* (pp. 14-26). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A., & Hartmann, B. (2005). Erfolgsfaktor Usability: Wie Websites und mobile Dienste nutzerfreundlich werden. In F. Arnold (Ed.), *Handbuch der Telekommunikation* (No. 12.3.2.17, pp. 1-33) [Loseblattsammlung]. Köln: Wolters Kluwer.

Zerfass, A. (2005). Innovation Readiness – A framework for enhancing corporations and regions by Innovation Communication. *Innovation Journalism*, 2(8), 1-27.

Zerfaß, A. (2005). Vom Profil zu Handlungsprogrammen: Der Leitbildprozess für den Medienstandort Baden-Württemberg. In H. Gapski (Ed.), *Leitbilder für die Wissensgesellschaft. Fallbeispiele, Strategien und Reflexionen* (pp. 99-124). München: kopaed.

Zerfaß, A. (2005). Weblogs als Meinungsmacher: Neue Spielregeln für die Unternehmenskommunikation. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (Loseblattwerk, Nr. 5.20, S. 1–38). Neuwied: Luchterhand.

Zerfass, A., & Hartmann, B. (2005). The Usability Factor: Improving the Quality of E-Content. In P. A. Bruck, A. Buchholz, Z. Karssen & A. Zerfass (Eds.), *E-Content – Technologies and Perspectives for the European Market* (pp. 163-180). Berlin: Springer.

Buchholz, A., & Zerfass, A. (2005). E-Content in Europe: Dimensions of an Emerging Field. In P. A. Bruck, A. Buchholz, Z. Karssen & A. Zerfass (Eds.), *E-Content – Technologies and Perspectives for the European Market* (pp. 3-27). Berlin, Heidelberg, New York: Springer.

Mast, C., Huck, S., & Zerfass, A. (2005). Innovation Communication – Outline of the concept and empirical findings from Germany. *Innovation Journalism*, 2(7), 1-14.

Zerfaß, A., & Buchholz, A. (2005). Grundlagen und Perspektiven von E-Content – Ergebnisse eines europäischen Forschungsprojekts. *Medienwirtschaft*, 1, 43-45.

Zerfaß, A. (2004). Medienunternehmen als Impulsgeber für Medienethik – Strategien für die Wahrnehmung sozialer Verantwortung. *Forum Wirtschaftsethik*, 3, 20-24.

Zerfaß, A., Sandhu, S., & Huck, S. (2004). Innovationskommunikation – Strategisches Handlungsfeld für Corporate Communications. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (Loseblattwerk, Nr. 1.24, S. 1-30). Neuwied: Luchterhand.

Zerfaß, A. (2004). Meinungsmacher im Internet: Weblogs und Peer-to-Peer-Dienste als Herausforderungen für die PR. *pr-guide.de*, 6, 1-9.

Zerfaß, A. (2004). Die Corporate Communications Scorecard – Kennzahlensystem, Optimierungstool oder strategisches Steuerungsinstrument? *prportal.de*, 57, 1-8.

Zerfaß, A., Sandhu, S., & Huck, S. (2004). Kommunikation von Innovationen – Neue Ideen und Produkte erfolgreich positionieren. *Kommunikationsmanager*, 1 (2), 56-58.

Pfendert, E., & Zerfaß, A. (2004). Professionelle Kommunikation optimieren: der Usability-Test für das Landesportal www.baden-wuerttemberg.de. In A. Zerfaß & H. Zimmermann (Eds.), *Usability von Internet-Angeboten – Grundlagen und Fallbeispiele. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 10* (pp. 39-50). Stuttgart: MFG, HdM.

Zerfaß, A. (2003). Public Relations – richtig verstanden: Warum moderne Unternehmensführung strategische und integre PR benötigt. In R. Ahrens & E. Knödler-Bunte (Eds.), *Public Relations in der öffentlichen Diskussion. Die Affäre Hunzinger – ein PR-Mißverständnis* (pp. 121-126). Berlin: Media Mind.

Welker, M., & Zerfaß, A. (2002). Digitale Wertschöpfung im Mittelstand – ein Leitfaden. In K. Haasis, W. Strommer & A. Zerfaß (Eds.), *Digitale Wertschöpfung* (2nd ed., pp. 183-197). Heidelberg: dpunkt Verlag.

Zerfaß, A., & Haasis, K. (2002). Internet und E-Business im Mittelstand: Anwendungsfelder, Chancen, Handlungsmöglichkeiten. In K. Haasis, W. Strommer & A. Zerfaß (Eds.), *Digitale Wertschöpfung* (2nd ed., pp. 5-25). Heidelberg: dpunkt.

Zerfaß, A., & Saehrendt, M. (2002). Integrierte Kommunikation im Web: Das Portal www.baden-wuerttemberg.de. In M. Piwinger & M. Prött (Eds.), *Ausgezeichnete PR* (pp. 55-65). Frankfurt a. M.: F.A.Z-Institut.

Zerfaß, A. (2001). Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. In D. J. Brauner, J. Leitolf, R. Raible-Besten & M. M. Weigert (Eds.), *Lexikon der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit* (pp. 394-399). München: Oldenbourg.

Zerfaß, A. (2001). Online-Ressourcen zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. In D. J. Brauner, J. Leitolf, R. Raible-Besten & M. M. Weigert (Eds.), *Lexikon der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit* (pp. 291-294). München: Oldenbourg.

Zerfaß, A. (2001). Interaktive Öffentlichkeitsarbeit. In D. J. Brauner, J. Leitolf, R. Raible-Besten & M. M. Weigert (Eds.), *Lexikon der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit* (pp. 156-160). München: Oldenbourg.

Zerfaß, A., & Saehrendt, M. (2000). Strategien für den Mittelstand im Internet. In M. Barabas & G. Rossbach (Eds.): *Internet – E-Business-Strategien für die Unternehmensentwicklung* (pp. 65-68). Heidelberg: dpunkt Verlag.

Zerfaß, A. (2000). Machen Medien Märkte? Zur Rolle der Medien im ökologischen Wettbewerb. In K. Fichter & U. Schneidewind (Eds.), *Umweltschutz im globalen Wettbewerb* (pp. 171-175). Berlin/Heidelberg: Springer.

Köchel, E., Zerfaß, A., & Hoffmann, C. (2000). Medienkompetenz: Berufliche Qualifikation in Unternehmen. In A. Zerfaß, C. Hoffmann, W. Wunden & W. Klingler (Eds.), *Medienkompetenz in der Informationsgesellschaft. Perspektiven in Baden-Württemberg* (pp. 29-36). Stuttgart: MFG/SWR.

Zerfaß, A., & Saehrendt, M. (1999). Mit Multimedia Informationen managen: Digitale Wertschöpfung in der technischen Dokumentation. *Technische Kommunikation*, 6, 4-9.

Zerfaß, A. (1999). Soziale Verantwortung in der Mediengesellschaft. In R. Funiok, U. F. Schmälzle & C. H. Werth (Eds.), *Medienethik – Die Frage der Verantwortung* (pp. 163-182). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Zerfaß, A. (1999). Digitale Wertschöpfung: Neue Medien optimieren die Geschäftsprozesse. Teil 2: Einsatzmöglichkeiten und Fallbeispiele. In H. Barske, A. Gerybadze, L. Hünninghausen & T. Sommerlatte (Eds.), *Das innovative Unternehmen* (No. 12.01/2, pp. 1-17) [Loseblattsammlung]. Wiesbaden: Gabler.

Zerfass, A. (1999). Digitale Wertschöpfung: Neue Medien optimieren die Geschäftsprozesse, Teil 1: Internet und Multimedia im Unternehmen. In H. Barske, A. Gerybadze, L. Hünninghausen & T. Sommerlatte (Eds.), *Das innovative Unternehmen* (No. 12.01/1, pp. 1-18) [Loseblattsammlung]. Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A. (1999). Protagonisten, Plattformen und Partner: Die Rolle von Massenmedien für die Ökologisierung von Unternehmensstrategien. *Ökologisches Wirtschaften*, 1, 20-21

Adam, B., Balázs, S., & Zerfaß, A. (1999). Digitale Wertschöpfung im Mittelstand – ein Leitfaden. In K. Haasis & A. Zerfaß (Eds.), *Digitale Wertschöpfung* (pp. 219-232). Heidelberg: dpunkt.

Schulz, C.-D., & Zerfaß, A. (1999). Multimedia-Technik und Infrastruktur: Voraussetzungen für die digitale Wertschöpfung. In K. Haasis & A. Zerfaß (Eds.), *Digitale Wertschöpfung* (pp. 25-36). Heidelberg: dpunkt.

Zerfaß, A., & Haasis, K. (1999). Multimedia im Mittelstand: Anwendungsfelder, Chancen, Handlungsmöglichkeiten. In K. Haasis & A. Zerfaß (Eds.), *Digitale Wertschöpfung* (pp. 3-24). Heidelberg: dpunkt Verlag.

Zerfaß, A. (1998). Techniken – Tools – Theorien: Management-Knowhow für Public Relations. *Medien Journal*, 22(3), 3-15.

Zerfaß, A., & Krzeminski, M. (1998). Zukunftsperspektiven der interaktiven Unternehmenskommunikation. In M. Krzeminski & A. Zerfaß (Eds.), *Interaktive Unternehmenskommunikation* (pp. 359-364). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A. (1998). Öffentlichkeitsarbeit mit neuen Medien: Grundlagen und Anwendungen. In M. Krzeminski & A. Zerfaß (Eds.), *Interaktive Unternehmenskommunikation* (pp. 29-52). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1997). Unternehmensethik. In *Gablers Wirtschaftslexikon* (14th rev. ed., pp. 3919-3922). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A. (1997). Thesen zur PR-Geschichtsschreibung. In P. Szyszka (Ed.), *Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein* (pp. 35-36). Berlin: Vistas.

Zerfass, A. (1997). Interaktive PR – Öffentlichkeitsarbeit in Internet und Online-Diensten. In G. Schulze-Fürstenow & B.-J. Martini (Eds.), *Handbuch PR* (Loseblattwerk, Nr. 1.111, S. 1–21). Neuwied: Luchterhand.

Zerfaß, A. (1996). Was ist exzellente PR? Ergebnisse des weltweit größten Forschungsprogramms. *Public Relations Forum,* 2(3), 18-21.

Bentele, G., Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1996). Dialogorientierte Unternehmenskommunikation: Ein Handlungsprogramm für die Kommunikationspraxis. In G. Bentele, H. Steinmann & A. Zerfaß (Eds.), *Dialogorientierte Unternehmenskommunikation* (pp. 447-463). Berlin: Vistas.

Zerfaß, A. (1996). Dialogkommunikation und strategische Unternehmensführung. In G. Bentele, H. Steinmann & A. Zerfaß (Eds.), *Dialogorientierte Unternehmenskommunikation* (pp. 23-58). Berlin: Vistas.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1996). Republikanische Unternehmensethik und katholische Soziallehre. In N. Brieskorn & J. Müller (Eds.), *Gerechtigkeit und Soziale Ordnung, Festschrift für Prof. Dr. Walter Kerber SJ* (pp. 83-104). Freiburg: Herder.

Zerfaß, A., & Scherer, A. G. (1995). Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Überlegungen zur wissenschaftstheoretischen Grundlegung der Public Relations-Forschung. *Die Betriebswirtschaft*, 55, 493-512.

Zerfass, A. (1995). Gesellschaftspolitische Öffentlichkeitsarbeit. *Forum Wirtschaftsethik*, 3(2), 8-11.

Steinmann, H., Zerfass, A., & Ahrens, R. (1995). Consultants' Roles and Responsibilities. Lessons from Public Relations in Germany. In H. von Weltzien Høivik & A. Føllesdal (Eds.), Ethics and Consultancy: European Perspectives (pp. 163-177). Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1995). Management der integrierten Unternehmenskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und strategische Implikationen. In R. Ahrens, H. Scherer & A. Zerfaß (Eds.), *Integriertes Kommunikationsmanagement* (pp. 11-50). Frankfurt a. M.: F.A.Z-Institut.

Zerfaß, A. (1994). Kommunikative Kompetenz und Unternehmensethik. Perspektiven für die interne und externe Kommunikation. In E. Bartsch (Ed.), *Sprechen, Führen, Kooperieren in Betrieb und Verwaltung* (pp. 297-306). München/Basel: Ernst Reinhardt Verlag.

Zerfaß, A. (1993). Öffentlichkeit und Unternehmenskommunikation – Betriebswirtschaftliche Fragen und Perspektiven. In W. Faulstich (Ed.), *Konzepte von Öffentlichkeit* (pp. 116-145). Bardowick: Wissenschaftler-Verlag.

Steinmann, H., Zerfaß, A., & Ahrens, R. (1993). Ethische Problemfelder der Public Relations-Beratung. *PR Magazin*, 24(10), 33-40.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1993). Wirtschafts- und Unternehmensethik in Deutschland. *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, Vol. 22, 647-648.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1993). Privates Unternehmertum und öffentliches Interesse. In G. R. Wagner (Ed.), *Betriebswirtschaft und Umweltschutz* (pp. 3-26). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1993). Unternehmensethik. In G. Enderle, K. Homann, M. Honecker, W. Kerber & H. Steinmann (Eds.), *Lexikon der Wirtschaftsethik* (Kol. 1113-1122). Freiburg: Herder.

Steinmann, H., & Zerfass, A. (1993). Corporate Dialogue – a new perspective for Public Relations. *Business Ethics – A European Review, 2*(2), 58-63.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1992). Unternehmensethik. In *Gablers Wirtschaftslexikon* (13th rev. ed., pp. 3400-3404). Wiesbaden: Gabler.

RESEARCH REPORTS (89)

Study reports, forthcoming (1)

Wloka, M., & Zerfass, A. (2027). *Communication Management Radar 2027.* (Communication Insights). Academic Society for Management & Communication.

Study reports, published (88)

Zerfass, A., Laborde, A., Buhmann, A., Navarro, C., Tench, R. & Romenti, S. (2026). *European Communication Monitor 2026/27. Strategising in corporate communications: Exploring the the synthetification of communication, transformation of communication departments and career trajectories of CCOs.* EUPRERA.

Zerfaß, A., Siewert, L., Bonin, A.-K., Decker, F., Gordzielik, C., Hahn, L., Knjasew, A., Limpert, L., Peter, T., Schönacher, N., & Wettinger, A. (2026). *Zielsetzung und Erfolgsmessung von Corporate-Influencer-Programmen. Ein Management-Framework für Kommunikationsabteilungen und Programmverantwortliche – Ergebnisse einer Studie in deutschen Großunternehmen*. Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation.

Wloka, M., & Zerfass, A. (2026). *Communication Management Radar 2026. Simulated communication, constrained AI agents, cognitive drift, power flux, strategic substraction* (Communication Insights, Issue 22). Academic Society for Management & Communication.

Zerfaß, A., Schiel, S., & Djakovic, A. (2026). *Transformation, Digitalisierung, Steuerungsdaten und Leistungsfähigkeit von Kommunikationsabteilungen aus der Perspektive führender Unternehmen in Österreich. KomRep-Leistungsanalyse 2026* (vertraulicher Ergebnisbericht für Studienteilnehmer). Österreichische Gesellschaft für Kommunikation und Reputation (KomRep).

Tench, R., Moreno, A., Romenti, S., Buhmann, A., Laborde, A., & Zerfass, A. (2025). *European Communication Monitor 2025/26. Intergenerational challenges in corporate communications: Exploring corporate positioning, talent management and coaching.* EUPRERA.

Zerfaß, A., Schiel, S., & Buchinger, A. (2025). *Leistungsfähigkeit und aktuelle Herausforderungen der Unternehmenskommunikation aus Sicht führender Unternehmen in Österreich. KomRep-Leistungsanalyse 2025* (vertraulicher Ergebnisbericht für Studienteilnehmer). Österreichische Gesellschaft für Kommunikation und Reputation (KomRep).

Willer, S., Zerfaß, A. & Link, J. (2024). *Die Macherinnen und Macher von Morgen 2.0. Zweite deutschlandweite Studie zu jungen Berufstätigen und Talenten im Berufsfeld Kommunikationsmanagement und Public Relations.* Leipzig: Universität Leipzig. http://bit.ly/mm-morgen-2

Zerfass, A., Buhmann, A., Laborde, A., Moreno, A., Romenti, S., & Tench, R. (2024). *European Communication Monitor 2024/25. Managing tensions in corporate communications the context of geopolitical crises, artificial intelligence, and managerial learning*. Brussels: EUPRERA.

Zerfass, A., Brockhaus, J., Ehrlinspiel, M., Gulich, S., Heinz, A., Kelm, K., Leißner, V., Müller, A., Rüth, A., Schick, J., Schröder, M., & Weiß, L. (2024). *Perceptions and positioning of communication departments. What C-level executives, middle managers and co-workers know and think about corporate communications and which strategies are used by communication leaders to strengthen their profile. Results of a multi-method study in listed and private companies.* Leipzig: Academic Society for Management & Communication.

Meng, J., Cacciatore, M. A., Gower, K. K., Reber, B. H., & Zerfass, A. (2024). *North American Communication Monitor 2023-2024. Exploring generative AI and CommTech, diversity and empathic leadership in communications.* Tuscaloosa, AL: The Plank Center for Leadership in Public Relations.

Zerfaß, A., Schiel, S., & Buchinger, A. (2024). *Leistungsprofil und Technologieeinsatz im Kommunikationsmanagement aus der Perspektive führender Unternehmen in Österreich. KomRep-Leistungsanalyse 2024* (vertraulicher Ergebnisbericht für Studienteilnehmer). Wien: Österreichische Gesellschaft für Kommunikation und Reputation (KomRep).

Stieglitz, S., Zerfass, A., Wloka, M., & Clausen, S. (2024). *Communications Trend Radar 2024. Information inflation, AI literacy, workforce shift, content integrity & decoding humans (*Communication Insights, Issue 20). Leipzig: Academic Society for Management & Communication.

Zerfass, A., Tench, R., Verčič, D., Moreno, A., Buhmann, A., & Hagelstein, J. (2023). *European Communication Monitor 2023. Looking back and ahead: 15 years of research on strategic communication.* Brussels: EUPRERA/EACD.

Zerfaß, A., Schiel, S., & Buchinger, A. (2023). *Leistungsfähigkeit, Integration und Zukunftsperspektiven der Unternehmenskommunikation aus der Perspektive führender Unternehmen in Österreich. KomRep-Leistungsanalyse 2023*. Wien: Österreichische Gesellschaft für Kommunikation und Reputation (KomRep) (vertraulicher Ergebnisbericht für Studienteilnehmer).

Zerfass, A., Stieglitz, S., Clausen, S., Ziegele, D., & Berger, K. (2023). *Communications Trend Radar 2023. State revival, scarcity management, unimagination, augmented workflows & parallel worlds* (Communication Insights, Issue 17). Leipzig: Academic Society for Management & Communication.

Johansen, W., Doberts, S., Frandsen, F., Buhmann, A., Luoma-aho, V., Falkheimer, J., & Zerfass, A. (2022). *The Nordic Communications Report 2022. Current and future trends in Norway, Denmark, Finland and Sweden*. Oslo: BI Forlag.

Zerfaß, A., Lautenbach, C., Vaaßen, F., & Haußmann, I. (2022). *Communication Benchmarking 2022 – Vergleich von Strukturen, Ressourcen und Handlungsfeldern der Unternehmenskommunikation.* Leipzig: Günter-Thiele-Stiftung für Kommunikation und Management (vertraulicher Bericht für die Benchmark-Unternehmen).

Zerfass, A., Moreno, A., Tench, R., Verčič, D., & Buhmann, A. (2022). *European Communication Monitor 2022. Exploring diversity and empathic leadership, CommTech and consulting in communications. Results of a survey in 43 countries.* Brussels: EUPRERA/EACD.

Zerfaß, A., Schiel, S., & Brandstätter, A. (2022). *Leistungsfähigkeit, Aufgabenwandel und organisatorische Transformation der Unternehmenskommunikation aus der Perspektive führender Unternehmen in Österreich. KomRep-Leistungsanalyse 2022.* Wien: Österreichische Gesellschaft für Kommunikation und Reputation (KomRep) (vertraulicher Ergebnisbericht für Studienteilnehmer).

Stieglitz, S., Zerfass, A., Ziegele, D., Clausen, S., & Berger, K. (2022). *Communications Trend Radar 2022. Language awareness, closed communication, gigification, synthetic media & cybersecurity* (Communication Insights, Issue 14). Leipzig: Academic Society for Management & Communication.

Zerfaß, A., Lautenbach, C., Zimmer, V., Vaaßen, F., & Haußmann, I. *(2021). Fraunhofer-Kommunikationskompass 2021 – Ergebnisbericht des Innovationsprojekts der Fraunhofer-Gesellschaft mit der Universität Leipzig und Lautenbach Sass.* Frankfurt am Main, Leipzig: Lautenbach Sass & Universität Leipzig.

Ziegele, D., Kurtze, H., & Zerfass, A. (2021). *From reality to virtuality. Moving stakeholder dialogues from face-to-face to online formats* (Communication Insights, Issue 12). Leipzig: Academic Society for Management & Communication.

Buhmann, A, Link, J., Frandsen, F., Luoma-aho, V., Falkheimer, J., & Zerfass, A. (2021). *The Nordic Communications Report 2021. Current and future trends in Norway, Denmark, Finland and Sweden.* Oslo: NORA – The Nordic Alliance for Communication & Management.

Meng, J., Reber, B. H., Berger, B. K., Gower, K. K., & Zerfass, A. (2021). *North American Communication Monitor 2020-2021: The impact of COVID-19 pandemic, ethical challenges, gender issues, cyber security, and competence gaps in strategic communication.* Tuscaloosa, AL: The Plank Center for Leadership in Public Relations.

Zerfaß, A., Schiel, S., & Brandstätter, A. (2021). *Leistungsfähigkeit, Digitalisierung und Zukunftsfragen der Unternehmenskommunikation aus Sicht führender Unternehmen in Österreich. KomRep-Leistungsanalyse 2021* Wien: Österreichische Gesellschaft für Kommunikation und Reputation (KomRep) (vertraulicher Ergebnisbericht für Studienteilnehmer).

Macnamara, J., Lwin, M. O., Hung-Baesecke, C. F., & Zerfass, A. (2021). *Asia-Pacific Communication Monitor 2020/21. Strategic issues, competency development, ethical challenges and gender equality in the communications profession. Results of a survey in 15 countries and territories.* Hong Kong, Brussels: APACD, EUPRERA.

Zerfass, A., Buhmann, A., Tench, R., Verčič, D., & Moreno, A. (2021). *European Communication Monitor 2021. CommTech and digital infrastructure, video-conferencing, and future roles for communication professionals. Results of a survey in 46 countries.* Brussels: EUPRERA/EACD.

Zerfass, A., Stieglitz, S., Clausen, S., Ziegele, D., & Berger, K. (2021). *Communications Trend Radar 2021. Denialism, virtual corporate communications, sustainable communications, digital nudging & voice interaction* (Communication Insights, Issue 10). Leipzig, Germany: Academic Society for Management & Communication.

Dühring, L., Zerfass, A., & Berger, K. (2020). *Redesigning communications. Five steps toward an agile communications department* (Communication Insights, Issue 8). Leipzig: Academic Society for Management & Communication.

Zerfaß, A., Volk, S. C., Dietlmeier, J., Düthmann, J., Kornblum, T., Link, J., Lück, A., Vaaßen, F. (2020). *Die Macher von Morgen – Eine deutschlandweite Studie zu jungen Berufstätigen und Talenten in Kommunikationsmanagement und Public Relations.* Leipzig: Universität Leipzig.

Zerfass, A., Verhoeven, P., Moreno, A., Tench, R., & Verčič, D. (2020). *European Communication Monitor 2020. Ethical challenges, gender issues, cyber security, and competence gaps in strategic communication. Results of survey in 44 countries.* Brussels: EUPRERA/EACD.

Zerfaß, A., Hagelstein, J., Baab, K., Klein, L. S., Kloss, J. (2020). *Benchmarking Digitale Mitarbeiterkommunikation 2020: Empirische Studie zu Herausforderungen und Erfolgsfaktoren von Content-Management in der internen Kommunikation.* Chemnitz, Leipzig: Staffbase, Universität Leipzig 2020.

Zerfaß, A., Lautenbach, C., Sass, J., Jakubowitz, M., & Zimmer, V. (2019). *Communication Benchmarking 2019 – Vergleich von Strukturen, Ressourcen und Handlungsfeldern der Unternehmenskommunikation.* Leipzig:

Günter-Thiele-Stiftung für Kommunikation und Management (vertraulicher Bericht für die Benchmark-Unternehmen).

Zerfass, A., Wiesenberg, M., Tench, R., & Romenti, S. (2019). *Trust in communicators. How the general population trusts journalists, public relations professionals, marketeers and other communicators: A comparative study in Germany, Italy and the United Kingdom.* Brussels: EUPRERA.

Zerfass, A., Verčič, D., Verhoeven, P., Moreno, A., & Tench, R. (2019). *European Communication Monitor 2019. Exploring trust in the profession, transparency, artificial intelligence and new content strategies. Results of a survey in 46 countries.* Brussels: EUPRERA/EACD, Quadriga Media Berlin.

Meng, J., Reber, B. H., Berger, B. K., Gower, K. K., & Zerfass, A. (2019). *North American Communication Monitor 2018-2019. Tracking trends in fake news, issues management, leadership performance, work stress, social media skills, job satisfaction and work environment.* Tuscaloosa, AL: The Plank Center for Leadership in Public Relations.

Zerfass, A., Dühring, L., Berger, K., & Brockhaus, J. (2018). *Fast and flexible. Corporate communications in agile organizations* (Communication Insights, Issue 5). Leipzig: Academic Society for Management & Communication.

Zerfass, A., Volk, S. C., Lautenbach, C., & Jakubowitz, M. (2018). Management tools for corporate communications – Relevance, benefits and experiences*. Results of an empirical study in communication departments.* Leipzig, Frankfurt: University of Leipzig / Lautenbach Sass.

Zerfaß, A., Volk, S. C., Lautenbach, C., & Jakubowitz, M. (2018). *Management-Tools für die Unternehmens-kommunikation: Bedeutung, Nutzung und Erfahrungen. Ergebnisse einer empirischen Studie in Kommunikationsabteilungen.* Leipzig, Frankfurt am Main: Universität Leipzig / Lautenbach Sass.

Zerfass, A., Tench, R., Verhoeven, P., Verčič, D., & Moreno, A. (2018). *European Communication Monitor 2018. Strategic communication and the challenges of fake news, trust, leadership, work stress and job satisfaction. Results of a survey in 48 Countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Quadriga Media Berlin.

Zerfaß, A., Lautenbach, C., Sass, J., Jakubowitz, M., & Zimmer, V. (2018). *Communication Benchmarking 2017 – Vergleich von Strukturen, Ressourcen und Handlungsfeldern der Unternehmenskommunikation. Teil 1 – Gesamtauswertung; Teil 2 – Interviews mit Kommunikationsleitern.* Leipzig: Günter-Thiele-Stiftung für Kommunikation und Management (vertraulicher Bericht für die Benchmark-Unternehmen).

Volk, S. C., Berger, K., Zerfass, A., Bisswanger, L., Fetzer, M., & Köhler, K. (2017). *How to play the game. Strategic tools for managing corporate communications and creating value for your organization* (Communication Insights, Issue 3). Leipzig: Academic Society for Management & Communication.

Macnamara, J., Lwin, M. O., Adi, A., & Zerfass, A. (2017). *Asia-Pacific Communication Monitor 2017/18. Strategic challenges, social media and professional capabilities – Results of a survey in 22 countries.* Hong Kong: APACD.

Zerfass, A., Moreno, A., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2017). *European Communication Monitor 2017. How strategic communication deals with the challenges of visualisation, social bots and hypermodernity. Results of a survey in 50 Countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Quadriga Media Berlin.

Zerfaß, A., & Borchers, N. S. (2017). *Integrierte Kommunikation 2017. Studie zum Status Quo und Verständnis von Integrierter Kommunikation in Deutschland.* Frankfurt a.M., Leipzig: F.A.Z.-Institut, Universität Leipzig.

Zerfaß, A., Fink, S., & Winkler, L. (2016). *Mittelstandskommunikation 2016 – Studie zur Professionalisierung, Digitalisierung und Führung der Unternehmenskommunikation.* Leipzig, Wiesbaden: Universität Leipzig, Fink & Fuchs PR.

Zerfass, A., Verhoeven, P., Moreno, A., Tench, R., & Verčič, D. (2016). *European Communication Monitor 2016. Exploring trends in big data, stakeholder engagement and strategic communication. Results of a survey in 43 countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Quadriga Media Berlin.

Macnamara, J., Lwin, M. O., Adi, A., & Zerfass, A. (2015). *Asia-Pacific Communication Monitor 2015/16. The state of strategic communication and public relations in a region of rapid growth. Survey results from 23 countries.* Hong Kong: APACD.

Berger, K., Borner, M., Köhler, K., Viertmann, C., Volk, S. C., & Zerfaß, A. (2015). *Was bringt das alles? Wertschöpfung durch Kommunikation* (Communication Insights, Issue 1). Leipzig: Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation.

Zerfass, A., Verčič, D., Verhoeven, P., Moreno, A., & Tench, R. (2015). *European Communication Monitor 2015. Creating communication value through listening, messaging and measurement. Results of a Survey in 41 Countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Zerfaß, A., Fink, S., & Winkler, L. (2015). *Mittelstandskommunikation 2015 – Studie zum Stellenwert und Einsatz von Unternehmenskommunikation im Mittelstand.* Leipzig, Wiesbaden: Universität Leipzig, Fink & Fuchs PR.

Dühring, L., & Zerfass, A. (2015). *Corporate communications and public relations in Asia. Context, status quo, and future challenges* (Research reports on corporate communications No. 7). Leipzig: Academic Society for Corporate Management & Communication.

Zerfass, A., Tench, R., Moreno, A., Verhoeven, P., Verčič, D., & Klewes, J. (2014). *Mind the gap: How the public and public relations professionals value leadership and social media. Results of the ComGap study in 10 European countries.* London and Brussels: Ketchum / EUPRERA (plus 10 adapted national reports in various languages).

Zerfass, A., Tench, R., Verčič, D., Verhoeven, P., & Moreno, A. (2014). *European Communication Monitor 2014. Excellence in strategic communication – Key issues, leadership, gender and mobile media. Results of a survey in 42 countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Zerfaß, A., Bentele, G., Schwalbach, J., & Sherzada, M. (2013). *Unternehmenskommunikation aus der Sicht von Vorständen und Kommunikationsmanagern – Ein empirischer Vergleich* (Forschungsberichte zur Unternehmenskommunikation Nr. 2). Leipzig: Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation.

Zerfass, A., Verčič, D., Moreno, A., Verhoeven, P., Tench, R., & Klewes, J. (2013). *European Chief Communications Officers survey 2013. Managing CEO positioning and international communication: Insights from interviews with corporate communication leaders.* London, Brussels: Ketchum / EUPRERA.

Zerfaß, A., & Thobe, S. (2013). *Qualität der Kommunikationsberatung. Empirische Studie zum Qualitätsverständnis und zu Handlungsstrategien deutscher PR-Agenturen.* Leipzig: Universität Leipzig.

Zerfass, A., Moreno, A., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2013). *European Communication Monitor 2013. A changing landscape – Managing crises, digital communication and CEO positioning in Europe. Results of a survey in 43 countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Zerfaß, A., Schwalbach, J., & Sherzada, M. (2013). *Unternehmenskommunikation aus der Perspektive des Top-Managements. Eine empirische Studie bei Vorständen und Geschäftsführern in deutschen Großunternehmen.* Leipzig: Universität Leipzig.

Tench, R., Zerfass, A., Verhoeven, P., Verčič, D., Moreno, A., & Okay, A. (2013). *Communication management competencies for European practitioners.* Leeds: Leeds Metropolitan University.

Tench, R., Zerfass, A., Verhoeven, P., Verčič, D., Moreno, A., & Okay, A. (2013). *Competencies and role requirements of communication professionals in Europe. Insights from quantitative and qualitative studies.* ECOPSI Research Project. Leeds: Leeds Metropolitan University.

Zerfass, A., Invernizzi, E., Verhoeven, P., Tench, R., & Klewes, J. (2013). *European communications expert panel. Report on a qualitative study in four countries.* Brussels, London: EUPRERA, Ketchum.

Röttger, U., Zerfaß, A., Kiesenbauer, J., & Stahl, J. (2013). *Führung im Kommunikationsmanagement – Herausforderungen im internationalen Vergleich* (Forschungsberichte zur Unternehmenskommunikation Nr. 1). Leipzig: Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation.

Zerfaß, A., Fink, S., & Linke, A. (2012). *Social Media Delphi 2012. Wissenschaftliche Studie zu Zukunftstrends der Social-Media-Kommunikation.* Leipzig, Wiesbaden: Universität Leipzig, FFPR.

Zerfaß, A., & Müller, M. C. (2012). *CSR-Kommunikation in Deutschland – Vorgehensweisen und Rahmenbedingungen in deutschen Unternehmen. Ergebnisse einer empirischen Studie bei Kommunikationsverantwortlichen.* Leipzig: Universität Leipzig.

Fink, S., Zerfass, A., & Linke, A. (2012). *Social Media Delphi 2012. Findings of the quantitative study.* Leipzig, Wiesbaden: University of Leipzig, FFPR.

Fink, S., Zerfaß, A., & Linke, A. (2012). *Social Media Delphi 2012 – Ergebnisse der quantitativen Studie.* Leipzig, Wiesbaden: Universität Leipzig, FFPR.

Zerfass, A., & Koehler, K. (2012). *Investor Relations 2.0 – Global benchmark study 2012. Financial communication, online Dialogue and mobile information.* Leipzig: University of Leipzig.

Zerfass, A., Verčič, D., Verhoeven, P., Moreno, A., & Tench, R. (2012). *European Communication Monitor 2012. Challenges and competencies for strategic Communication. Results of an empirical survey in 42 Countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Zerfaß, A., & Röttger, U. (2012). *Cross-cultural study of leadership in public relations and communication management. Results of a survey in Germany, Austria and Switzerland.* Leipzig, Münster: University of Leipzig, University of Münster.

Zerfaß, A., Köhler, K., Kiss, P., Adler, S., Haker, M., Müller, M. C., Ratter, R., & Raulf, A. (2012). *Anlegerstudie 2012: Informationsanforderungen von Privatanlegern und Perspektiven für Investor Relations.* Leipzig: Universität Leipzig.

Klewes, J., & Zerfaß, A. (2011). *Strukturen und Prozesse in der Unternehmenskommunikation. Qualitative Studie zu Status Quo und Trends in der Organisation der Kommunikationsfunktion in deutschen Konzernen.* Düsseldorf, Leipzig: Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf / Universität Leipzig (vertraulicher Bericht für die Studienteilnehmer).

Fink, S., Zerfass, A., & Linke, A. (2011). *Social Media Governance 2011. Expertise levels, structures and strategies of companies, governmental institutions and non-profit organizations communicating on the social web. Results of an empirical study of communications professionals.* Leipzig, Wiesbaden: University of Leipzig, FFPR.

Fink, S., Zerfaß, A., & Linke, A. (2011). *Social Media Governance 2011 - Kompetenzen, Strukturen und Strategien von Unternehmen, Behörden und Non-Profit-Organisationen für die Online-Kommunikation im Social Web. Ergebnisse einer empirischen Studie bei Kommunikationsverantwortlichen. Leipzig, Wiesbaden: Universität Leipzig, FFPR.*

Zerfass, A., Verhoeven, P., Tench, R., Moreno, A., & Verčič, D. (2011). *European communication monitor 2011. Empirical insights into strategic communication in Europe. Results of a survey in 43 countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Fink, S., & Zerfass, A. (2010). *Social Media Governance 2010. Results of a survey among communications professionals from companies, governmental institutions and non-profit organizations in Germany.* Leipzig, Wiesbaden: University of Leipzig, FFPR.

Fink, S., & Zerfaß, A. (2010). *Social Media Governance 2010. Ergebnisse einer Studie unter Kommunikationsverantwortlichen in Unternehmen, Behörden, Verbänden und Non-Profit-Organisationen in Deutschland.* Leipzig, Wiesbaden: Universität Leipzig, FFPR.

Zerfass, A., Tench, R., Verhoeven, P., Verčič, D., & Moreno, A. (2010). *European Communication Monitor 2010. Status quo and challenges for public relations in Europe. Results of an empirical survey in 46 countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Zerfass, A., Moreno, A., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2009). *European Communication Monitor 2009. Trends in communication management and public relations. Results of a survey in 34 countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Zerfaß, A., & Dühring, L. (2009). *PR 2009: Fokussierung, Rückschritt, Expansion? Herausforderungen in Zeiten von Kommunikationswandel und Rezession.* Leipzig, Frankfurt a. M.: Universität Leipzig, GPRA.

Zerfass, A., Moreno, A., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2008). *European Communication Monitor 2008. Trends in communication management and public relations – Results and implications*. Leipzig: University of Leipzig, EUPRERA.

Zerfaß, A., Rau, H., Mahnke, M., & Boltze, A. (2008). *Bewegtbildkommunikation im Internet – Herausforderungen für Journalismus und PR. Ergebnisse der Bewegtbildstudie 2008*. Leipzig: Universität Leipzig.

Zerfaß, A., & Ernst, N. (2008). *Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement. Ergebnisse einer Studie in deutschen Zukunftstechnologie-Branchen.* Leipzig: Universität Leipzig.

Zerfaß, A., & Buchele, M.-S. (2007). *Wandel der Kommunikationslandschaft – Wandel der PR? Neue Herausforderungen für Kommunikationsagenturen*. Leipzig, Frankfurt a. M.: Universität Leipzig, GPRA.

Zerfass, A., van Ruler, B., Rogojinaru, A., Verčič, D., & Hamrefors, S. (2007). *European Communication Monitor 2007. Trends in communication management and public relations – Results and implications.* Leipzig: University of Leipzig, EUPRERA.

Zerfass, A., Sandhu, S., & Young, P. (2007). *EuroBlog 2007: European Perspectives on Social Software in Communication Management – Results and Implications.* Leipzig, Luzern, Sunderland: Universities of Leipzig, Lucerne and Sunderland.

Zerfaß, A., & Bogosyan, J. (2007). *Blogstudie 2007: Informationssuche im Internet – Blogs als neues Recherchetool*. Leipzig: Universität Leipzig.

Young, P., Zerfass, A., & Sandhu, S. (2006). *Results of the first European Survey on Weblogs in Public Relations and Communication Management (Euroblog 2006)*. Sunderland, Stuttgart: University of Sunderland, MFG.

SHORT REPORTS / WHITE PAPERS (26)

Einwiller, S., Wolfgruber, D., Zerfaß, A, Dühring L., & Schiel, S. (2026). Unternehmens*reputation messen und steuern – Mitarbeitende gewinnen, Kundschaft binden und Stakeholder überzeugen (KomRep-Whitepaper 2026).* Österreichische Gesellschaft für Kommunikation und Reputation.

Siewert, L., Bonin, A.-K., Limpert, L., Zerfass, A., (2026). *From activity to impact. A management framework for corporate influencer programs* (Communication Insights | Essentials). Academic Society for Management & Communciation.

Brockhaus, J., Classen, K. L., Kewe, D., & Zerfass, A. (2025). *Measuring the AI literacy of communication professionals* (Communication Insights | Essentials). Academic Society for Management & Communication.

Wloka, M., & Zerfass, A. (2025). *Neurotechnology in corporate communications: Just a vision or on the verge of becoming a reality?* (Communication Insights | Essentials). Academic Society for Management & Communication.

Benz, L., & Zerfass, A. (2024). *The Metaverse: Use cases and acceptance for internal communication.* (Communication Insights | Essentials). Academic Society for Management & Communication.

Zerfaß, A., Georgi, L., & Dühring L. (2019). Unternehmens*reputation messen und steuern – Arbeitgeber gewinnen, Kunden binden und Stakeholder überzeugen (KomRep-Whitepaper 2019).* Wien: Österreichische Gesellschaft für Kommunikation und Reputation.

Zerfaß, A., & Georgi, L. (2015). *Reputation von Unternehmen messen und steuern – CCCV-Whitepaper 2015.* Wien: Corporate Communication Cluster Vienna.

Liehr, K., Peters, P., & Zerfaß, A. (2009): *Reputationsmessung – Grundlagen und Verfahren* (Communication-controlling.de Dossier No. 1). Berlin, Leipzig: DPRG, Universität.

Storck, C., Buchele, M.-S., & Zerfaß, A. (Eds.).(2009–2013): *Dossiers Communicationcontrolling.de* (Vol. 1–7). Berlin, Leipzig: Universität Leipzig, DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft.

Sass, J., & Zerfaß, A. (2008). *Kommunikationscontrolling – Bedeutung, Handlungsfelder, Implementierungsschritte.* Berlin: Bundesverband Deutscher Pressesprecher.

Gläser, M., Friedrichsen, M., Haasis, K., & Zerfaß, A. (Eds.) (2001–2005): *Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft* (Vol. 1-15). Stuttgart: MFG Medienentwicklung, HdM Hochschule der Medien.

Zerfaß, A., & Gläser, M. (Eds.) (2005). *Bewertung und Rating von Kommunikationsagenturen. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 15.* Stuttgart: MFG Medienentwicklung, HdM Hochschule der Medien.

Pfendert, E., Zerfaß, A., & Gehring, R. (Eds.) (2005). *E-Procurement in der öffentlichen Verwaltung* (Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft, Band 14. Stuttgart: MFG Medienentwicklung, HdM Hochschule der Medien.

Mast, C., & Zerfaß, A. (Eds.) (2004). *Innovationskommunikation als Herausforderung für PR und Journalismus.* (Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft, Band 13). Stuttgart: MFG Medienentwicklung, HdM Hochschule der Medien.

Buchholz, A., Sandhu, S., Kupczyk, T., & Zerfass, A. (2004). *ACTeN Anticipating Content Technology Needs – Final Report*. Stuttgart: MFG Medienentwicklung.

Zerfaß, A., & Zimmermann, H. (Eds.) (2004). *Usability von Internet-Angeboten – Grundlagen und Fallbeispiele.* (Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft, Band 10). Stuttgart: MFG Medienentwicklung, HdM Hochschule der Medien.

Winchenbach, U., & Zerfaß, A. (Eds.) (2001). *Internet für alle – Projekte zur Überwindung der digitalen Spaltung*. Stuttgart: MFG Medienentwicklung.

Winchenbach, U., & Zerfaß, A. (Eds.) (2001). *Kommunen im Internet*. Stuttgart: MFG Medienentwicklung.

Palmer, C.-E. (Ed.), Zerfaß, A., Haasis, K., Röthemeyer, G., Kühner, R., Friedrich, B., & Conrad, M. (Red.) (2000). *Baden-Württemberg in der Informationsgesellschaft. Leitbild für den Medienstandort*. Stuttgart: Staatsministerium Baden-Württemberg, MFG Medienentwicklung.

Zerfaß, A., Hoffmann, C., Wunden, W., & Klingler, W. (Eds.) (2000). *Medienkompetenz in der Informationsgesellschaft. Perspektiven in Baden-Württemberg*. Stuttgart: MFG Medienentwicklung, SWR Südwestrundfunk.

Zerfaß, A., & Fietkau, K. (1997). *Interaktive Öffentlichkeitsarbeit. Der Einsatz von Internet und Online-Diensten im PR-Management* (Diskussionsbeitrag Nr. 89 des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung). Nürnberg: Universität Erlangen-Nürnberg.

Zerfaß, A. (1994). *Europäische Unternehmensordnung. Nationale Unternehmensverfassungen und die Reformansätze der Europäischen Kommission zur Mitbestimmung und Führungsorganisation* (Diskussionsbeitrag Nr. 71 des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung) (2. Aufl.). Nürnberg: Universität Erlangen-Nürnberg.

Zerfaß, A., & Emmendörfer, A. (1994). *Gesellschaftsorientiertes Marketing und sozial verantwortliche Unternehmensführung* (Diskussionsbeitrag Nr. 80 des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung). Nürnberg: Universität Erlangen-Nürnberg.

Zerfaß, A., & Scherer, A. G. (1993). *Die Irrwege der Imagekonstrukteure. Ein Plädoyer gegen die sozialtechnologische Verkürzung der Public Relations-Forschung* (Diskussionsbeitrag Nr. 77 des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung). Nürnberg: Universität Erlangen-Nürnberg.

Zerfaß, A. (1992). *Europäische Unternehmensordnung. Nationale Unternehmensverfassungen und die Reformansätze der Europäischen Kommission zur Mitbestimmung und Führungsorganisation* (Diskussionsbeitrag Nr. 71 des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung). Nürnberg: Universität Erlangen-Nürnberg.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1991). *Das ERBE–Dialogprogramm. Chancen und Grundlagen eines Dialogs zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit über die Problemfelder der Selbstmedikation bei Erkältungskrankheiten*. Nürnberg: Universität Erlangen-Nürnberg.