

---

Franz-Rudolf Esch • Tobias Langner  
Manfred Bruhn  
Herausgeber

# Handbuch Controlling der Kommunikation

Grundlagen – Innovative Ansätze –  
Praktische Umsetzungen

2., vollständig überarbeitete und erweiterte  
Auflage

mit 174 Abbildungen und 39 Tabellen

 Springer Gabler

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Teil I Grundlagen des Kommunikationscontrolling</b> .....	<b>1</b>
<b>Controlling der Marketingkommunikation: Zentrale Kennzahlen und ausgewählte Evaluationsverfahren</b> .....	<b>3</b>
Sven Reinecke, Simone Janz und Robert Hohenauer	
<b>Kommunikations-Controlling: Strategiegeleitete Steuerung mittels Wirkungsmanagement</b> .....	<b>27</b>
Lothar Rolke	
<b>Corporate Reputation als optimale Steuerungsgröße für die Unternehmenskommunikation</b> .....	<b>53</b>
Manfred Schwaiger, Johanna Eberhardt und Sarah Mahr	
<b>Ansätze zur Quantifizierung des Kommunikationserfolges und des Return of Investment</b> .....	<b>79</b>
Ralf Mayer de Groot	
<b>Teil II Kommunikationscontrolling im integrierten Performance Management System</b> .....	<b>109</b>
<b>Aufbau eines ganzheitlichen Kommunikationsperformance-Measurement: Konzepte zur Messung und Prognose des Kommunikationserfolgs</b> .....	<b>111</b>
Franz-Rudolf Esch, Christian Boris Brunner und Janina Petri	
<b>Umsetzung und Controlling einer Kommunikationsstrategie mit der Balanced Scorecard</b> .....	<b>139</b>
Ronald Gleich und Diane Robers	
<b>Communication Scorecards zur Kommunikationssteuerung und Wertschöpfung</b> .....	<b>163</b>
Jan Sass und Ansgar Zerfuß	

<b>Kommunikationscontrolling durch einen interinstrumentellen Vergleich auf Basis einer gemeinsamen Währung</b> .....	181
Manfred Bruhn und Mareike Ahlers	
<b>Teil III Prognose des Kommunikationserfolgs</b> .....	<b>199</b>
<b>Verfahren des Werbemittel-Pretesting</b> .....	201
Justin Becker und Volker Trommsdorff	
<b>Diagnostisches Werbetesting mittels apparativer Verfahren: Erfahrungen aus der Werbeforschung</b> .....	221
Beate von Keitz	
<b>Eye-Tracking und reaktionszeitbasierte Verfahren zur Messung impliziter Kommunikationswirkungen</b> .....	251
Johanna Palcu und Arnd Florack	
<b>Explorative, qualitative Verfahren zur Messung der Kommunikationswirkung</b> .....	275
Jens Lonninger	
<b>GfK MarketingLab – Evaluatives Pretesting in der GfK Testmarktwelt</b> .....	289
Siegfried Högl, Thomas Hertle und Andreas Voltl	
<b>Teil IV Controlling der Kundenkontaktpunkte und einzelner Kommunikationsinstrumente</b> .....	<b>309</b>
<b>Messung und Controlling der Touchpoints mit der Marke</b> .....	311
Axel Puhmann	
<b>Strategie und Steuerung des Customer Touchpoint Management</b> .....	329
Franz-Rudolf Esch, Jan F. Klein, Christian Knorle und Mirjam Schmitt	
<b>Kommunikationscontrolling mit dem AdTrek von Icon Added Value</b> .....	351
Christoph Prox und Bernd Christian	
<b>Verfahren zur Messung der Werbewirkung und Werbeeffizienz</b> .....	363
Brigitte Naderer und Jörg Matthes	
<b>Verfahren zur Messung der Kommunikationswirkung im Internet und bei Social Media</b> .....	385
Franz-Rudolf Esch und Sabrina Eichenauer	
<b>Verfahren zur Messung der PR-Wirkung</b> .....	407
Christopher Storck	
<b>Verfahren zur Messung von Verkaufsförderungsmaßnahmen</b> .....	433
Franz-Rudolf Esch, Isabelle Köhler und Janina Petri	

<b>Messung des Kommunikationserfolges von Messen</b> .....	459
Manfred Kirchgeorg und Christiane Springer	
<b>Verfahren zum Controlling des Event Marketing</b> .....	479
Gerd Nufer	
<b>Messung der Wirkung von Sponsoringmaßnahmen</b> .....	507
Arnold Hermanns, Christian Marwitz und Marcus Schubert	
<b>Verkaufscontrolling: Analyse der Wirkungen der persönlichen Kommunikation</b> .....	539
Björn Ivens und Alexander Leischnig	
<b>Messung des Kommunikationserfolges der Mitarbeiterkommunikation</b> .....	555
Sabine Einwiller	
<b>Verfahren zum Controlling von Direktmarketing-Maßnahmen</b> .....	577
Andreas Mann	
<b>Teil V Kommunikationscontrolling in ausgewählten Branchen</b> .....	<b>605</b>
<b>Kommunikationscontrolling bei Konsumgüterherstellern</b> .....	607
Hans-Willi Schroiff	
<b>Kommunikationscontrolling in Dienstleistungsunternehmen</b> .....	629
Konrad Zerr und Gunter Eberling	
<b>Kommunikationscontrolling im Handel</b> .....	659
Hendrik Schröder und Sabine Lauderbach	
<b>Kommunikationskontrolle im Print- und Online-Versandhandel</b> .....	689
Jörn Redler	
<b>Kommunikationscontrolling im Business-to-Business-Bereich</b> .....	713
Rainer Elste und Lars Binckebanck	
<b>Kommunikationscontrolling in kleinen und mittleren Unternehmen</b> .....	751
Harald Jossé	
<b>Kommunikationscontrolling in Non-Profit-Organisationen</b> .....	771
Georg von Schnurbein	