

# PR-Evaluation und Kommunikations-Controlling

## Bücher Meilensteine

nach Zeitleiste sortiert

Zeit	Autor	Jahr	Titel
<b>1. Klassiker der US-PR Literatur</b>	Grunig, James/Todd Hunt	1984	Managing Public Relations. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers USA 1984
	Awad, Joseph F	1985	The Power of Public Relations. Praeger Publishers New York 1985
	Cutlip, Scott/A Center/Glen Broom	1985	Effective Public Relations. Prentice Hall New Jersey 1985 (7. Auflage 1994)
	Broom, Glen M/David M Dozier	1990	Using Research in Public Relations. Englewood Cliffs, New Jersey 1990
	Grunig, James	1992	Excellence in Public Relations and Communication Management. Lawrence Erlbaum Associates Publishers New Jersey USA 1992
<b>2. Englischsprachige Pioniere</b>	Macnamara, Jim R	1992	Evaluation in Public Relations: The Achilles Heel of the Public Relations Profession. In: International Public Relations Review. IPRA London 1992 Vol. 15 No. 4
	Lindenmann, Walter K	1993	An "Effectiveness Yardstick" to measure Public Relations Success. In: PR Quarterly, 1993 Vol 38 No 1. Seite 7-9
	Fairchild, Michael	1997	How to get real Value from Public Relations. ICO London 1997
	Noble, Paul/Tom Watson	1999	Applying a unified Public Relations Evaluation Model in a European Context. In: Noble, Paul and Tom Watson: Applying a unified Public Relations Evaluation Model in a European Context. Dokumentation der Konferenz "Transnationale Kommunikation in Europa". Berlin 1999
	AMEC Association of Media Evaluation Companies	1999	Guide to media evaluation. <a href="http://amecorg.com/media-evaluation/guide-to-media-evaluation/">http://amecorg.com/media-evaluation/guide-to-media-evaluation/</a> updated 2012
	Likely, Fraser	2000	Communication and PR: Made to Measure. In: SCM - Strategic Communication Management, Dezember/Januar 2000
	Grunig, Larissa/James Grunig/David Dozier (2002)	2002	Excellent Public Relations and Effective Organizations. Lawrence Erlbaum Associates Publishers New Jersey USA 2002
<b>3. Deutsche Pioniere</b>	Klewes, Joachim	1994	Kann man Öffentlichkeitsarbeit messen? Zur Frage nach dem Sinn und den Möglichkeiten von Wirkungskontrolle in den Public Relations. In: Kohtes & Klewes (Hrsg.). Kompetenz Nr. 11 - Public Relations und Management (Broschüre). K&K Düsseldorf 1994
	Baerns, Barbara (Hrsg)	1995	PR-Erfolgskontrolle. IMK Frankfurt/M. 1995. Seite 20ff
	Baerns, Barbara/ Joachim Klewes (Hrsg)	1996	Jahrbuch Public Relations 1996. ECON Düsseldorf 1996
	DPRG (Hrsg)	1996	"Aufbruch zu neuen Standard: Evaluation: Erfolge planen - Erfolge messen." Dokumentation DPRG Jahrestagung 1996. DPRG Bonn 1996.
	GPRA Arbeitskreis Evaluation (Hrsg)	1997	Evaluation von Public Relations - Dokumentation einer Fachtagung. IMK Frankfurt/M. 1997b.
	Knobloch, Sylvia	1997	PR-Erfolgskontrolle durch Zeitreihenanalyse. VISTAS Berlin 1997
	Bauer, Markus	1998	PR-Erfolgskontrolle in der Pressearbeit. Verlag Reinhard Fischer München 1998
	DPRG eV	2000	PR-Evaluation. Messen, Analysieren, Bewerten - Empfehlungen für die Praxis. Booklet des Evaluationsausschusses der DPRG & GPRA. DPRG Bonn 2000
<b>4. Neue Deutsche Welle: Strategische PR-Evaluation und Kommunikations-Controlling</b>	Besson, Nanette	2004	Strategische PR-Evaluation. Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit. Westdeutscher Verlag Wiesbaden, 1. Auflage 2004
	Hering, Ralf/Bernd Schuppener/Mark Sommerhalder	2004	Die Communication Scorecard. Eine neue Methode des Kommunikationsmanagements. Haupt Verlag Bern 2004
	Zerfaß, Ansgar	2004	Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Westdeutscher Verlag Opladen 2004. Zweite, überarbeitete und erweiterte Auflage
	Zerfaß, Ansgar	2004	Die Corporate Communications Scorecard – Kennzahlensystem, Optimierungstool oder strategisches Steuerungsinstrument? Im Internet: <a href="http://www.pr-portal.de">www.pr-portal.de</a> Nr. 57 (24/04) vom 22.06.2004 Artikel Nr. 200604521754
	Arnold, Sabine	2005	Moderne Ansätze der PR-Evaluation. In: Klewes, Joachim (2005) Unternehmenskommunikation auf dem Prüfstand. Aktuelle empirische Ergebnisse zum Reputation Marketing. Deutscher Universitätsverlag Wiesbaden 2005, Seite 251-296
	Pfannenber, Jörg/Zerfaß, Ansgar (Hrsg)	2005	Wertschöpfung durch Kommunikation. Frankfurter Allgemeine Buch Frankfurt 2005.
	Piwinger, Manfred/Victor Porák	2005	Grundlagen und Voraussetzungen des Kommunikations-Controlling. In: Kommunikations-Controlling. Kommunikation und Information quantifizieren und finanziell bewerten. Gabler Verlag Wiesbaden 2005
	Rolke, Lothar/Florian Koss	2005	Value Corporate Communications – Wie sich Unternehmen wertorientiert managen lassen. Books on Demand GmbH (Juni 2005)
	Rolke, Lothar	2005	Kennziffernsystem für die wertorientierte Unternehmenskommunikation: Das CommunicationControlCockpit (CCC). In: Pfannenber, Jörg/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.). Wertschöpfung durch Kommunikation. Frankfurter Allgemeine Buch Frankfurt 2005. Seite 123-131
	Zerfaß, Ansgar	2005	Rituale der Verifikation? Grundlagen und Grenzen des Kommunikations-Controllings. In: Rademacher, Lars (Hrsg.). Distinktion und Deutungsmacht. Studien zu Theorie und Pragmatik der Public Relations. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2005. Seite 181-220
	Pütz, Horst	2006	Kommunikation managen. Von der gefühlten Kommunikation zur Kennzahl. ICOM Wiesbaden 2006
	Besson, Nanette	2007	Strategische Krisenevaluation. In: PR Magazin, Rommelskirchen Remagen-Rolandseck, 38. Jg., Nr. 12 Dezember 2007.
	Wägenbaur, Thomas (Hrsg)	2007	Medienanalyse. Methoden, Ergebnisse, Grenzen. Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement, Band 16. Nomos Verlag Baden-Baden 2007
	Besson, Nanette	2008	Strategische PR-Evaluation. Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2008, 3. erweiterte Auflage Juli 2008
	Besson, Nanette	2008	Mit strategischer Krisenevaluation zur besseren Krisenperformance. In: Nolting, Tobias /Ansgar Thießen (Hrsg.). Krisenmanagement in der Mediengesellschaft. Potenziale und Perspektiven in der Krisenkommunikation. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2008
	Buchehe, Mark-Steffen	2008	Der Wertbeitrag von Unternehmenskommunikation. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2008
	Raupp, Juliana und Jens Vogelgesang	2009	Medienresonanzanalyse. VS Verlag Wiesbaden 2009
	Bürker, Michael und Sabine Baudisch	2009	„Welcher Erfolg? Welche Kommunikation? Welche Ursache?“. PR-Magazin 4/09. Rommelskirchen Verlag. Zum Download unter: <a href="http://www.commendo.de/rw_e7v/commendo2/usr_documents/ComMenDo_PR-Magazin_Controlling_2009-04.pdf">http://www.commendo.de/rw_e7v/commendo2/usr_documents/ComMenDo_PR-Magazin_Controlling_2009-04.pdf</a>
	Pfannenber, Jörg/Zerfaß, Ansgar (Hrsg)	2010	Wertschöpfung durch Kommunikation. Frankfurter Allgemeine Buch Frankfurt 2. Auflage 2010.
	<a href="http://www.communicationmanagement.de">www.communicationmanagement.de</a>	laufend	Website der Professoren Bentele und Zerfaß, Leipzig
<a href="http://www.communicationcontrolling.de">www.communicationcontrolling.de</a>	laufend	Portal rund um das Thema Kommunikations-Controlling mit vielen Dossiers, Infos etc.	
<b>5. Englischsprachige Standardisierung</b>	Paine, Katherine Delahaye	2007	Measuring Success. The Data-Driven Communicator's Guide to Measuring Public Relationships. KDPaine&Partners, Durham, NH, USA (2007)
	Leinemann, Ralf und Elena Baikaltseva	2004	Media Relations Measurement: Determining The Value Of Pr To Your Company's Success. Gower Publishing Ltd
	Watson, Tom and Paul Noble	2007	Evaluating Public Relations: A Best Practice Guide to Public Relations Planning, Research and Evaluation (PR in Practice). Kogan Page
	Van Ruler, Betteke and Ana Tkalac Vercic, Dejan Vercic (Hrsg)	2007	Public Relations Metrics: Research and Evaluation
	Stacks, Don and David Michaelson	2010	A Practitioner's Guide to Public Relations Research, Measurement and Evaluation
	Paine, Katherine Delahaye	2011	Measure what matters. Wiley & Sons, New Jersey, USA 2011
	Institute for Public Relations Florida, USA	laufend	<a href="http://www.instituteforpr.org">http://www.instituteforpr.org</a>
<b>Allg. Literatur</b>	Bruhn, Manfred	1995	Integrierte Unternehmenskommunikation. Schäfer Pöschel Stuttgart 1995
	Litke, Hans-Dieter	1995	Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Carl Hanser Verlag München 1995
	Wottawa, Heinrich/H Thierau	1998	Lehrbuch Evaluation. Huber Bern 1998
	Früh, Werner	1998	Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis. UVK-Medien Konstanz 1998
	Rossi, Freeman/Lipsey	1999	Evaluation: A systematic Approach. Sage Newbury Park 1999 6. Auflage
	Eisenegger, Mark	2005	Reputation in der Mediengesellschaft. Konstitution - Issues Monitoring - Issues Management. VS Verlag Wiesbaden 2005
	Merten, Klaus	2005	Möglichkeiten des Effekt-Controlling. In: Köhler, Tanja und Adrian Schaffranietz (Hrsg.). Public Relations – Perspektiven und Potenziale im 21. Jahrhundert. 2. Auflage VS Verlag Wiesbaden 2005. Seite 201-215
	Hansen, Renée (geb Fissenswert)/Stephanie Schmidt	2006	Konzeptionspraxis. Frankfurter Allgemeine Buch. Frankfurt/M. 3. Auflage August 2006
	Helm, Sabrina	2007	Unternehmensreputation und Stakeholder-Loyalität. DUV Verlag Wiesbaden 2007
	Kuckartz, Udo/Thorsten Dresing/Stefan Rädiker/Claus Stefer	2007	Qualitative Evaluation. Der Einstieg in die Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2007
	Kuckartz, Udo und andere	2007	Qualitative Evaluation. VS Verlag Wiesbaden 2007
	Kirchhoff, Sabine und andere	2008	Der Fragebogen. 4. Auflage VS Verlag Wiesbaden 2008
	Kuckartz, Udo und andere	2008	Evaluation Online: Internetgestützte Befragung in der Praxis. VS Verlag Wiesbaden 2008

Stand: Juli 2012. Kein Anspruch auf Vollständigkeit!

erstellt von Dr. Nanette Besson