

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	5
Vorwort	7
1. Einleitung	15
1.1. Bedeutung der CEO-Kommunikation	15
1.2. Aktualität der CEO-Kommunikation	19
1.3. Anspruch an die CEO-Kommunikation	22
1.4. Zielsetzung und Struktur des Buches	22
2. Grundlagen der CEO-Kommunikation	24
2.1. Arbeitsdefinitionen	24
2.1.1. Grundverständnis CEO	24
2.1.2. Grundverständnis CEO-Kommunikation	26
2.2. Arbeitsfelder der CEO-Kommunikation	38
2.2.1. Kapitalmarkt	39
2.2.2. Eigentümer	40
2.2.3. Aufsichtsräte und Beiräte	44
2.2.4. Öffentlichkeit	45
2.2.4.1. Medien	45
2.2.4.2. Interessenverbände	46
2.2.4.3. Politik	48
2.2.5. Unternehmen	49
2.2.5.1. Führungskräfte	49
2.2.5.2. Mitarbeiter	50
2.2.5.3. Betriebsräte	52
2.2.6. Lieferanten und Geschäftspartner	53
2.2.7. Kunden	54
2.3. Funktionen der CEO-Kommunikation	56
2.4. Formate der CEO-Kommunikation	57
2.5. Determinanten der CEO-Kommunikation	77
2.5.1. Person	77
2.5.2. Unternehmen	79
2.5.3. Kommunikationsabteilung	83
2.5.4. Unternehmensumfeld	84
3. Aktuelle Praxis der CEO-Kommunikation	86
3.1. Bisherige Studien	86
3.1.1. Eisengger und Konieczny-Wössner (2010)	86
3.1.2. Huck-Sandhu und Ingenhoff (2010)	87
3.1.3. Huck-Sandhu und Zielmann (2010)	87
3.1.4. Brettschneider und Vollbracht (2010)	88
3.1.5. Egon Zehnder International (2010)	89
3.1.6. Zielmann und Röttger (2010)	89
3.1.7. Freda (2006)	90

3.1.8.	Trummer (2006)	90
3.1.9.	Institut für Demoskopie Allensbach (2005)	91
3.1.10.	Freie Universität Berlin (2005)	91
3.1.11.	Güttler und Klewes CEO-Studie (2001)	92
3.1.12.	Zusammenfassende Darstellung der bisherigen Studien	93
3.2.	Eigene Studien 2013	93
3.2.1.	CEO-Befragung in Interviews	94
3.2.2.	Online-Befragungen	94
3.2.3.	CEO-Kommunikation in Wirtschaftsmedien	95
4.	Professionelle CEO-Kommunikation	97
4.1.	Herausforderungen professioneller CEO-Kommunikation	97
4.2.	Einsatz professioneller CEO-Kommunikation	117
4.3.	Risiken professioneller CEO-Kommunikation	121
4.4.	Professionelle CEO-Kommunikation und Social Media	124
4.5.	Grundsätze professioneller CEO-Kommunikation	127
4.5.1.	Person	127
4.5.1.1.	Vorbereitung	127
4.5.1.2.	Umsetzung	129
4.5.2.	Unternehmen	135
4.5.3.	Publikum	140
4.6.	Vorgehen zur grundsätzlichen Professionalisierung	143
4.6.1.	Phase 1: Formulierung der Ziele der CEO-Kommunikation	144
4.6.2.	Phase 2: Planung	147
4.6.2.1.	Person	147
4.6.2.2.	Unternehmen	153
4.6.3.	Phase 3: Bestandsaufnahme und Analyse	157
4.6.3.1.	Person	157
4.6.3.2.	Unternehmen	162
4.6.4.	Phase 4: Umsetzung und Erfolgskontrolle	166
4.7.	Beispiele professioneller CEO-Kommunikation	168
4.7.1.	Die CEO-Kommunikation der ElringKlinger AG	168
4.7.1.1.	Das Unternehmen	169
4.7.1.2.	Der CEO	169
4.7.1.3.	Die Unternehmensphilosophie zur CEO-Kommunikation	170
4.7.1.4.	Umsetzung	171
4.7.1.5.	Erfolgsfaktoren	174
4.7.2.	Die CEO-Kommunikation der Microsoft Schweiz GmbH	175
4.7.2.1.	Das Unternehmen	175
4.7.2.2.	Der CEO	176
4.7.2.3.	Die Unternehmensphilosophie zur CEO-Kommunikation	176
4.7.2.4.	Umsetzung	178
4.7.2.5.	Erfolgsfaktoren	181

4.7.3.	Die CEO-Kommunikation der Vaillant Group	182
4.7.3.1.	Das Unternehmen	182
4.7.3.2.	Der CEO	183
4.7.3.3.	Die Unternehmensphilosophie zur CEO-Kommunikation	183
4.7.3.4.	Umsetzung	185
4.7.3.5.	Erfolgsfaktoren	188
4.7.4.	Die CEO-Kommunikation der ZEPPELIN GmbH	189
4.7.4.1.	Das Unternehmen	189
4.7.4.2.	Der CEO	190
4.7.4.3.	Die Unternehmensphilosophie zur CEO-Kommunikation	190
4.7.4.4.	Umsetzung	191
4.7.4.5.	Erfolgsfaktoren	195
5.	CEO-Kommunikation in der Sondersituation	197
5.1.	Unterschiede zur Standardsituation	197
5.2.	Bedeutung der CEO-Kommunikation in Sondersituationen	198
5.3.	Prinzipien für die CEO-Kommunikation	199
5.3.1.	Sichtbarkeit	200
5.3.2.	Geschwindigkeit	201
5.3.3.	Wiederholungen und Vertiefungen	201
5.3.4.	Offenheit	202
5.3.5.	Engagement	203
5.4.	Beispielhafte Sondersituationen	203
5.4.1.	Transformation	204
5.4.2.	Restrukturierung	206
5.4.3.	Wirtschaftskrise	211
5.4.4.	Post-Merger-Integration	212
5.4.5.	Wechsel des CEOs	214
6.	Geltungsbereich der Inhalte dieses Buches	217
6.1.	Übertragbarkeit der Ergebnisse	217
6.2.	Ein Blick in die Zukunft	222
7.	Appell	233
	Abbildungsverzeichnis	235
	Literaturverzeichnis	237
	Autorin	241
	Beteiligte CEOs	243