



Christof Ehrhart

Erfolgsfaktor PR

Impulse für die Unternehmenskommunikation

128 Seiten, Hardcover

25 € (D), 25,70 € (A)

ISBN: 978-3-96251-003-9

ET: 25. Oktober 2019

Donnerstag, 24.10.2019

Erfolgreiche Kundenkommunikation im digitalen Zeitalter – ein Leitfaden!

Kommunikationsfähigkeit ist zur Schlüsselkompetenz im Management geworden und zum unerlässlichen Bestandteil der unternehmerischen Wertschöpfung insgesamt. Kaum ein Unternehmen leistet sich heute noch das Risiko, ohne professionelle Kommunikatoren zu agieren.

Das Buch **Erfolgsfaktor PR** vom erfahrenen Praktiker in der Öffentlichkeitsarbeit Christof Erhart will Kommunikatoren und Führungskräften mit den neuen Ansätzen der Unternehmenskommunikation vertraut machen und Denkanstöße für die erfolgreiche PR von morgen geben. Erharts Analysen sind nicht nur Beschreibungen, sondern enthalten auch vielfach Erklärungen, praktische Hilfestellungen und Ratschläge.

Ein spannendes, knackig-kurzes und sehr gut lesbares Buch über die Veränderungen und die Zukunft des Kommunikationsmanagements!



Der Autor

Christof Ehrhart verfügt über mehr als 25 Jahre Berufserfahrung im strategischen Kommunikationsmanagement internationaler Konzerne. Seit 2019 verantwortet er weltweit Unternehmenskommunikation, Außenbeziehungen und Markenmanagement des Technologie- und Dienstleistungsunternehmens Robert Bosch GmbH. 2013 wurde er zum Honorarprofessor für Internationale Unternehmenskommunikation an der Universität Leipzig ernannt. Nach der Promotion in Politikwissenschaft und journalistischer Tätigkeit wechselte er in die Wirtschaft.

Christof Ehrhart

Erfolgsfaktor PR

Christof Ehrhart

Erfolgsfaktor PR

Impulse für die Unternehmenskommunikation

Frankfurter Allgemeine Buch

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Frankfurter Allgemeine Buch

Copyright: FAZIT Communication GmbH
Frankfurter Allgemeine Buch, Frankenallee 71–81,
60327 Frankfurt am Main

Umschlag: Nina Hegemann
Titelgrafik: © ismagilov_Thinkstock
Satz: Wolfgang Barus, Frankfurt am Main
Druck: CPI books GmbH, Leck
Printed in Germany

1. Auflage, Frankfurt am Main 2019
ISBN 978-3-96251-003-9

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, vorbehalten.

Inhalt

Geleitwort	7
Vorwort	9
I. Selbstverständnis – Wer braucht morgen noch PR und wer macht sie?	13
1 Offene Gesellschaft ohne Kommunikatoren?	13
2 PR und CR – Senden und Empfangen	16
3 Zwei Kulturen – Kompetenzen für die PR von morgen	19
4 Lackmustest – Gibt es richtige PR im falschen Umfeld?	22
5 Der Kommunikator als Stimmungsmanager	26
II. Leistungsbeitrag – Welchen Mehrwert stiftet die PR zukünftig?	31
1 Aufbruch in das Zeitalter nachhaltiger Kommunikation	31
2 Sinnstiftung durch Kommunikation	34
3 Narrative Auswege aus medialen Echoräumen	39
4 Wahrnehmung und Wirklichkeit – Gegen die Demagogie	42
5 Von der Problemlösung zum Dilemma-Management	45
III. Erfolgsfaktoren – Wie gelingt PR in der digitalen Postmoderne?	49
1 Future-proofing PR – Der umgekehrte Turing-Test	49
2 Führung in der Kommunikation – Vom Chef zum Kümmerer	52
3 CEO-Kommunikation – Mittlere Flughöhe	55
4 Ohrenbetäubende Stille und beredtes Schweigen	58
5 Jazz als Inspiration für agiles Kommunikationsmanagement	61
IV. Quo vadis PR? – Evolution versus Disruption	65
1 Unternehmenskommunikation für die Postmoderne	65
2 Big Data, Small Data – Was zählt in der Kommunikation?	70
3 Öffentliche Meinung 2.0	73
4 Unboxing reality? – PR in der digitalen Plattformökonomie	77
5 Techlash? – Die digitale Revolution frisst ihre Kinder	80
6 Am Ende des kommunikativen Projekts des Westens	83

V. Postmoderne Unternehmenskommunikation in der Praxis	87
1 Strategie – Reputation + Bonding = Beziehungskapital	87
2 Taktik – Planung + Projekte = Wirkung	92
3 Management – Hierarchie + Netzwerk = Organismus	96
4 Führungskultur – Sinn + Selbstreflexion = Leadership	101
Ausblick	107
Anmerkungen	111
Literatur	117
Der Autor	125

Geleitwort

Dieses Buch ist für mich als Kommunikations- und PR-Wissenschaftler eine positive Überraschung: Es ist Christof Ehrhart, dem langjährigen und erfahrenen Kommunikationsmanager, gelungen, ein spannendes, knackig-kurzes und sehr gut lesbares Buch über die Veränderungen und die Zukunft des Kommunikationsmanagements zu schreiben. Auch über die Herausforderungen, denen sich die Akteure dieses Berufsfeldes in den nächsten zehn Jahren gegenübersehen. Dabei gibt der Autor, der seit einigen Jahren seine Erfahrungen auch an Studentinnen und Studenten (z.B. der Universität Leipzig) weitergibt, auch sehr konkrete Hinweise, wie sich Kommunikationsmanagement heute aufstellen muss, um dem Wandel der Gesellschaft und des Berufs gewachsen zu sein.

Dass wir in einer Informations- und Kommunikationsgesellschaft leben, dass Kommunikationsfähigkeit zu einer Schlüsselkompetenz und zum Bestandteil unternehmerischer Wertschöpfung geworden ist, ist schon von einigen anderen gesagt worden. Selten wurde jedoch das Kommunikationsmanagement für Unternehmen in dieser Gesellschaft und ihren Veränderungen so profund analysiert und gleichzeitig auf die Notwendigkeit eines neuen, differenzierten Verständnisses der Kommunikation von Unternehmen, hingewiesen. Nur einige Stichworte:

- PR/Kommunikationsmanagement und Corporate Responsibility hängen nicht nur eng zusammen, sondern müssen organisatorisch im Unternehmen auch zusammen gedacht, strategisch ausgerichtet und organisiert werden;
- Kommunikationsmanagement leistet nicht nur Wertschöpfung für Unternehmen, sondern auch Sinnstiftung und ist damit zugleich ein wichtiger Wettbewerbsfaktor;
- der Kommunikator als Stimmungsmanager;
- Vertrauen als wichtiger Zielwert des Kommunikationsmanagements, muss mit persönlichen „Immunsierungsstrategien“ (Menschenkenntnis, Distanz und Haltung) zusammengedacht werden;
- sinnstiftende Erzählungen (Narrative) sind ein Ausweg aus den „medialen Echoräumen“;