

Lisa Dühning · Felix Krebber ·
Anne Melzer · Jens Seiffert-Brockmann ·
Evandro Oliveira *Hrsg.*

Kommunikation als Strategie

Beiträge zur Kommunikationsforschung in
Organisationen



Springer Gabler

Kommunikation als Strategie

Lisa Dühning • Felix Krebber •
Anne Melzer • Evandro Oliveira •
Jens Seiffert-Brockmann
Hrsg.

Kommunikation als Strategie

Beiträge zur Kommunikationsforschung
in Organisationen

Hrsg.

Lisa Dühning
Ostfalia Hochschule
Salzgitter, Deutschland

Anne Melzer
FHöVPR M-V, Fachbereich Polizei, FG 2
Güstrow, Deutschland

Jens Seiffert-Brockmann
Kommunikationsmanagement und Medien
Wirtschaftsuniversität Wien
Wien, Österreich

Felix Krebber
Business School Pforzheim
Hochschule Pforzheim
Pforzheim, Deutschland

Evandro Oliveira
LabCom, Universidade da Beira Interior
Covilhã, Portugal

ISBN 978-3-658-48304-3 ISBN 978-3-658-48305-0 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-48305-0>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://portal.dnb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2025

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jede Person benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des/der jeweiligen Zeicheninhaber*in sind zu beachten.

Der Verlag, die Autor*innen und die Herausgeber*innen gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autor*innen oder die Herausgeber*innen übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Imke Sander

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Wenn Sie dieses Produkt entsorgen, geben Sie das Papier bitte zum Recycling.

Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß zum 60. Geburtstag



Ein (persönliches) Geleitwort

„Laut Google Scholar ist Ansgar Zerfaß der weltweit einflussreichste und am häufigsten zitierte Forscher in den Themenfeldern Unternehmenskommunikation, Kommunikationsmanagement, Public Relations und Strategische Kommunikation. Er hat bislang 44 Bücher und über 450 Beiträge und Studienberichte in mehreren Sprachen publiziert.“ So eine kurze Selbstbeschreibung auf der Website der Universität Leipzig im Januar 2025. In der Datenbank der Universität Leipzig sind von 1991 bis 2025 auf 50 Seiten à 10 Einträgen pro Seite etwa 500 Einträge aufgelistet. Das entspricht in etwa 450 unterschiedlichen Beiträgen bzw. Publikationen (u. a. weil Publikationen auch in andere Sprachen übersetzt worden sind). Ein beeindruckendes Kurzprofil.

Von den Festschrift Herausgeberinnen und -herausgebern bin ich gebeten worden, diesem Buch ein persönliches Geleitwort hinzuzufügen. Diesem Wunsch bin ich gern nachgekommen und werde dabei einige persönliche Erinnerungen an die Leipziger Zeit mit Ansgar einstreuen.

Wie kam Ansgar Zerfaß dazu, den Lehrstuhl „Strategische Kommunikation“ an der Universität Leipzig zu übernehmen? Nach dem Abitur in Ansbach (Mittelfranken) im Jahr 1984 hat Zerfaß BWL mit den Schwerpunkten Unternehmensführung bei Prof. Dr. Horst Steinmann, Wirtschaftsinformatik bei Prof. Dr. Peter Mertens sowie Kommunikationswissenschaft bei Prof. Dr. Winfried Schulz an der Universität Erlangen-Nürnberg studiert. Darauf folgte 1995 die Promotion in Betriebswirtschaftslehre, dann die Habilitation in Kommunikationswissenschaft im Jahr 2004/2005. Durch diese interdisziplinären Einblicke war er gut gerüstet für die Position, die er heute innehat: Einen Lehrstuhl für „Strategische Kommunikation“. Zerfaß leitet nicht nur den Leipziger Lehrstuhl, sondern lehrt zudem an der BI Norwegian Business School in Oslo sowie an der RSM Rotterdam School of Management. Hinter diesen Daten verbirgt sich der Mensch Ansgar Zerfaß, den ich seit fast 30 Jahren kenne.

Ansgar ist mir persönlich zuallererst mit seiner Dissertation 1995 bekannt geworden. Ich hatte seit 1994 den ersten Lehrstuhl für „Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations“ in Deutschland inne und darüber hinaus einige „Nebenjobs“. So war ich u. a. Vorsitzender der Jury des Albert Oeckl-Preises der DPRG, der damals einzigen Auszeichnung, mit der

herausragende wissenschaftliche Leistungen (daneben auch praktische Leistungen) im Berufsfeld Public Relations gewürdigt werden konnten. Ansgar hatte seine Dissertation meiner Erinnerung nach eingereicht, noch bevor sein Promotionsverfahren abgeschlossen war. 1995 waren 20 Arbeiten eingereicht worden, darunter auch die ein oder andere veritable Dissertation. Während ich bei allen anderen Arbeiten ca. 10–15 Zeilen Beurteilung notiert hatte, stand bei Ansgar nur eine Zeile: „Kommt für den engsten Kreis in Frage. Anwärter auf den Preis.“ Die ausführlichere Beurteilung hatte ich später geliefert. Als Vorsitzender der Preisjury hatte ich ein besonderes Augenmerk auf diese Arbeit geworfen, ich hielt sie eindeutig für die beste unter den eingereichten 20 Arbeiten, musste aber manches andere Jury-Mitglied erst noch von ihrer Qualität überzeugen. Bewertungsdiskussionen in Juries sind häufig sehr argumentativ und kommen der „idealen Sprechsituation“ (Habermas) nahe. Ein Argument einer (promovierten) Agenturmitarbeiterin war damals: Die Arbeit sei deutlich „zu theoretisch“. Ich versuchte mit einer alten Weisheit zu kontern: *„[...] there is nothing so practical as a good theory.“* Dieser Satz wurde 1951 von Kurt Lewin, dem deutsch-amerikanischen Sozialpsychologen, dem Entwickler der Feldtheorie, formuliert. Unter anderem mit diesem Argument konnte ich die Mehrheit der Jury-Mitglieder dann offenbar überzeugen. In der Tat war Ansgars Dissertation ein systematisches und auch theoretisches Meisterstück, das eine ganze Tradition der Marketinglehre, in der Public Relations und Unternehmenskommunikation als kleines „Kästchen“ innerhalb des Marketingmixes gefasst wurde, in Frage stellte. Mit einem handlungs- und sozial-theoretischen Stakeholder-Ansatz wurde sie „auf die Füße“ gestellt. Der Preis, den ich Ansgar damals überreichen durfte, wurde in Anwesenheit von Albert Oeckl, der PR-Gründerfigur nach dem Kriege, damals im Praxisfeld sehr verehrt, überreicht. Der Preisträger wurde auch vom Namensgeber persönlich beglückwünscht.

Mittlerweile hat diese „viel zu theoretische Arbeit“ auch ihre Praxistauglichkeit unter Beweis stellen können – sie hat sogar die Entwicklung des Praxisfelds in gewisser Weise vorhersagen können. Kommunikationsmanagement und Strategische Kommunikation sind heute auch organisatorisch eine Führungsfunktion in den meisten großen Unternehmen und keinesfalls mehr eine Unterfunktion des Marketingmixes, wie es damals in Marketingmodellen unterstellt wurde, in der Praxis – empirisch gesehen – aber falsch gewesen ist.

Eine andere Erinnerung ist die an die Anfänge von Ansgar in Leipzig. Ich war dort seit 1994 fest an der Universität Leipzig verankert. Ansgar hatte sich auf die Stiftungsprofessur für Kommunikationsmanagement beworben, die neben dem Lehrstuhl mit Stiftungsmitteln eingerichtet worden war. Die „Stiftung zur Förderung der PR-Wissenschaft an der Universität Leipzig“, abgekürzt, der SPRL, machte es möglich, dass diese Stiftungsprofessur überhaupt eingerichtet wurde und die Universität Leipzig damals wohl als einzige Universität europaweit zwei PR-Professuren installierte. Unter anderem ist Günter Thiele, der damalige Kuratoriumsvorsitzende der Stiftung „mit dem Klingelbeutel“, wie er es ausdrückte, zu verschiedenen Leuten, Unternehmen und Stiftungen gegangen und hatte Spenden eingeworben. Zum Schluss war das Geld für eine W2-Professur, eine

wissenschaftliche Mitarbeiterstelle und eine halbe Sekretariatsstelle vorhanden. Allerdings nur für fünf Jahre. Das war zwar eine erkleckliche Summe, die die SPRL damals eingeworben hatte, aber sie reichte nicht für die dauerhafte Finanzierung dieser Professur aus. Mit der Finanzierungszusage bin ich dann zum damaligen Dekan, einem Politikwissenschaftler, gegangen und habe ihn darüber informiert. Zu dieser Zeit hatte die Universität Leipzig ihre Berufungspolitik auch dahingehend geändert, dass zeitlich vor einer Ausschreibung einer zeitlich befristeten Stiftungsprofessur geklärt sein musste, woher das Geld für die Professur nach der Zeit der Befristung kommen würde. Da in der Politikwissenschaft eine W2-Stelle in absehbarer Zeit frei wurde, hatte mir der Dekan angeboten, diese Stelle in die Kommunikations- und Medienwissenschaft zu transferieren. Der damit verbundene „Deal“ war, dass der oder die StelleninhaberIn auch das Lehr- und Prüfungsgebiet „Kommunikationsmanagement in der Politik“ übernehmen sollte.

Die Auswahl von Ansgar Zerfaß und seine Listenplatzierung auf Platz 1 war in der Berufungskommission unter meinem Vorsitz nicht unumstritten, insbesondere die Mitglieder aus der Politischen Wissenschaft hätten gern jemand anderes dort gehabt. Solche Konflikte und darauffolgende Mehrheitsentscheidungen sind aber bei den meisten universitären Berufungsverfahren ganz normal. Ansgar Zerfaß wurde dann aber auf Platz 1 gewählt und anschließend berufen.

Als Ansgar schon in Leipzig wohnte, seine Familie aber noch nicht, hatten wir Büros, die dem Institut, das damals in der Burgstraße untergebracht war, gegenüber lagen. Insbesondere abends bestand Sichtkontakt in die jeweils beleuchteten Räume. Ansgar musste u. a. sehr viel Lehrveranstaltungsmaterial vorbereiten und hatte ein immenses Arbeitspensum. Wir beiden hatten Arbeitszeiten, die nicht um 18 oder 20 Uhr endeten, sondern bis tief in die Nacht andauerten. Manchmal hatte ich den Eindruck, dass wir uns eine Art Kampf geliefert haben, wer es nachts länger aushält, am PC zu sitzen, er oder ich. Als wir dann um 1 Uhr oder 1.30 Uhr doch unser Büro verließen, waren wir zu müde, um noch ein Bier zusammen trinken zu gehen. Morgens begann der Tag ja wieder früh. Es war eine Zeit des Aufbruchs, des Neubeginns, eine Zeit des Über-die-Grenzen-Arbeitens, die aber auch ein weiteres Fundament legte für Ansgars weiteren Werdegang und seine wissenschaftliche Karriere in den folgenden Jahren.

Nachdem Ansgar noch zwei externe Rufe, einen nach Oslo und einen in die USA, bekommen hatte, war es möglich, dass er 2014, nach meinem altersbedingten Ausscheiden, die Nachfolge auf meine Stelle in Form der heutigen W3-Professur für „Strategische Kommunikation“ antreten konnte – etwas, das normalerweise als „Hausberufung“ nicht möglich gewesen wäre. Natürlich nach einem ordentlichen Ausschreibungs- und Bewerbungsverfahren.

Ausblick: 60 Jahre sind ein Alter, in dem manche Leute sich zur Ruhe setzen, in der schon die (wissenschaftliche) Ernte eingefahren wird, an der man 20 Jahre und mehr gearbeitet hat. Ansgar hat diesen Punkt offenbar noch nicht erreicht. Er ist noch „mittendrin im Geschäft“, fährt zu vielen Kongressen in der ganzen Welt, auch im Ausland, publiziert in Journals, publiziert Handbücher, deren Artikel tausendfach heruntergeladen werden und

ihn zum weltweit meistzitierten Forscher in den Gebieten Unternehmenskommunikation, Kommunikationsmanagement, Public Relations und Strategische Kommunikation gemacht haben. Ansgar gibt renommierte Journals heraus, leitet Beiräte, Preis-Jurys aus dem Berufsfeld, leitet Beratungs- und Berufungskommissionen, ist auch international (z. B. als Präsident der European Public Relations Education and Research Association (EU-PRERA) der PR Division der International Communication Association (ICA)) wie kaum ein anderer gut vertreten. Die eingangs zitierten „dürren Daten“ (44 Bücher, 83 Forschungsberichte, 369 Artikel und Buchkapitel im Januar 2025), das sind Daten, hinter denen sich sehr viel Arbeit, aber auch gute Führung des Lehrstuhls verbergen, denn hier arbeiten einige der Co-Autorinnen und Co-Autoren seiner Publikationen.

Nicht nur seine frühe, preisgekrönte Doktorarbeit, mittlerweile in der dritten Auflage erschienen, sondern auch Standardwerke wie das „Handbuch Unternehmenskommunikation“ (auch dritte Auflage), mittlerweile eine ganze Handbuchreihe (Handbuch Investor Relations und Finanzkommunikation, Handbuch Mitarbeiterkommunikation, Handbuch Online-PR) sind Ausweis für sein globales wissenschaftliches Standing. Zu den über 20 Auszeichnungen und Preisen, die Ansgar für seine Publikationen oder Tagungspapiere (Best Paper Awards) erhalten hat, kommen einige persönliche Auszeichnungen, darunter der renommierte *Pathfinder Award* des Institute for Public Relations in New York oder der *Jackson, Jackson & Wagner Behavioral Science Award* der Public Relations Society of America (PRSA) in Atlanta. Wie kaum anders zu erwarten, sind auch viele der von Ansgar betreuten Abschlussarbeiten (Masterarbeiten und Dissertationen) in Deutschland, Europa und weltweit preisgekrönt worden. Insgesamt eine schier endlose Liste an Preisen und Ehrungen. Viele Bücher sind in anderen Sprachen verfügbar, nicht nur in Englisch. Manche der Handbücher existieren sogar in einer chinesischen Ausgabe.

Ansgar ist alles andere als ein „Elfenbein-Türmer“, ein Wissenschaftler, der vor allem für Wissenschaftler schreibt und forscht. Er ist ein Forscher, der vor seiner professoralen Karriere nicht nur zehn Jahre selbst „Praktiker“ war, sondern immer auch die Probleme, Herausforderungen und die zukünftige Entwicklung des praktischen Kommunikationsmanagements im Auge hat. Er hat auch im Praxisfeld ein hervorragendes Renommee. Dabei geholfen hat ihm auch die „Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation“, welche in der Günter-Thiele-Stiftung eine Art innovativen Thinktank darstellt. Durch die Veranstaltungen und die anderen Aktivitäten der „Akademischen Gesellschaft“ ist ein Zentrum der Forschung und des Transfers in das Berufsfeld entstanden.

Hinzu kommen eine Reihe von empirischen Studien und Studienreihen wie z. B. der „European Communication Monitor“, der jährlich den Puls des europäischen Berufsfelds misst und zukünftige Entwicklungen prognostiziert.

Ansgar Zerfaß hat in seiner akademischen Karriere so viel erreicht, wie man eigentlich kaum erreichen kann. Diese Festschrift kann nur eine hochgradig berechnete, weitere Ehrung sein, eine Ehrung, die nicht nur an die vielfältigen akademischen Leis-

tungen Ansgars anknüpft, sondern die in ihren einzelnen Beiträgen auch von Herzen kommt. Ansgar ist trotz aller Erfolge nahbar und ein Mensch geblieben. Ich wünsche ihm neben weiteren Erfolgen vor allem Gesundheit und etwas mehr Zeit, auch für Franziska und die Familie.

Günter Bentele



Vorwort der Herausgeber

Strategische Kommunikation ist nicht nur eine Disziplin – sie ist eine essenzielle Managementfunktion, ein wissenschaftliches Forschungsfeld und eine gesellschaftliche Gestaltungsaufgabe. Diesem vielschichtigen Verständnis hat Prof. Dr. Ansgar Zerfaß (Universität Leipzig) in seiner langjährigen wissenschaftlichen Laufbahn entscheidende Impulse gegeben. Seine Arbeiten haben nicht nur die Unternehmenskommunikation geprägt, sondern auch das Verständnis strategischer Kommunikation als internationalem, interdisziplinärem und institutionellem Projekt erweitert.

Im Zuge der Feierlichkeiten zum 60. Geburtstag von Ansgar Zerfaß haben wir die große Freude, diesen Sammelband zu präsentieren.

Die vorliegende Festschrift „Kommunikation als Strategie“ würdigt sein beeindruckendes Wirken mit einer Sammlung von Beiträgen, die zentrale Themen aus seinem wissenschaftlichen Werk und der strategischen Kommunikationsforschung aufgreifen und weiterentwickeln. Der Band vereint Beiträge von Kolleginnen und Kollegen, Weggefährten sowie Schülerinnen und Schülern, die sich mit der Internationalisierung der Forschung zur Strategischen Kommunikation, der Rolle der Kommunikation im Managementprozess und der Institutionalisierung einer „Leipziger Schule“ der Strategischen Kommunikation auseinandersetzen. Er ist sowohl eine Hommage an Zerfaß’ bisheriges wissenschaftliches Werk als auch eine Reflexion über die weitreichenden Implikationen seiner Forschung und Lehre. Er dient nicht nur als Zeugnis seines beeindruckenden Schaffens, sondern auch als Anerkennung seiner bedeutenden Rolle als Mentor, Inspirationsquelle und Vordenker.

Ansgar Zerfaß hat in den letzten Jahrzehnten wie kaum ein anderer Wissenschaftler die Landschaft der Strategischen Kommunikationsforschung maßgeblich mitgestaltet und geprägt. Durch seine Forschung, die stets von Neugier und einer tiefen Leidenschaft für das Verständnis der komplexen Dynamiken von Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement getrieben waren, hat er die Disziplin bereichert und erweitert. Seine Arbeiten haben nicht nur akademische Debatten gefördert, sondern auch praktische Anwendungen in der realen Welt gefunden.

Zerfaß hat sich im Laufe seiner akademischen Karriere durch die außergewöhnliche Fähigkeit ausgezeichnet, komplexe Ideen und Konzepte der Berufspraxis zugänglich zu machen und innovative Forschungsthemen voranzutreiben. Sein Einfluss erstreckt sich weit über die Grenzen traditioneller Kommunikationsforschung hinaus und berührt zentrale Fragen der gesellschaftspolitischen Kommunikation, der Betriebswirtschaftslehre und der digitalen Transformation.

In diesem Sammelband haben wir eine Vielzahl von Perspektiven zusammengeführt, die die Breite und Tiefe von Zerfaß' Schaffen widerspiegeln. Die Beiträge reichen von analytischen Abhandlungen über seine Theorien, Themen und Thesen, bis hin zu persönlichen Reflexionen über die Art und Weise, wie sein Wirken die Karrieren vieler heutiger Führungskräfte in Wissenschaft und Praxis geprägt hat. Jeder Artikel ist nicht nur ein Zeugnis der fachlichen Anerkennung, sondern auch ein Spiegel der persönlichen Wertschätzung.

Der Band ist in vier Teile gegliedert

Zunächst beschäftigt er sich mit *Strategischer Kommunikation als internationalem Projekt*. Die hier vertretenen Autoren und Autorinnen reflektieren und diskutieren Zerfaß' Einfluss auf die internationale Forschungslandschaft zur Strategischen Kommunikation. Ein besonderer Fokus liegt auf der Etablierung und dem Impact des *Global Communication Monitors* sowie des *European Communication Monitors* (ECM), als der durch Zerfaß initiierten größten internationalen Studien zum Status Quo von Themen und Trends im Kommunikationsmanagement. Die Beiträge von Volk et al. sowie Tench und Waddington betonen die besondere Leistung von Zerfaß als Projektinitiator, Brückenbauer, Projektkoordinator und strategischem Vordenker. Beide Langzeitstudien sind aus der internationalen Forschungslandschaft und Kommunikationspraxis nicht mehr wegzudenken. Er hat den Finger am Puls der Branche und setzt jedes Jahr neue Impulse für Praxis, Forschung und Lehre.

Ansgar Zerfaß hat aber nicht nur die europäische Forschungslandschaft geprägt, sondern war auch darüber hinaus Impulsgeber und Kooperationspartner. Sein Netzwerk umspannt sowohl den europäischen als auch den amerikanischen und asiatischen Raum. Chen und Hung-Baesecke arbeiten schon seit vielen Jahren mit Ansgar Zerfaß zusammen und haben sich von Konzepten und Modellen, die in Leipzig entwickelt wurden, inspirieren lassen. In ihrem Beitrag geht es um das Konzept des Corporate Shared Value (CSV) und seine zunehmende Bedeutung in China. Auch die Beiträge von Oliveira sowie Ihlen und Strand Offerdal stehen in der Tradition der Zerfaß'schen Grundannahme, dass unternehmerisches Handeln und damit auch Unternehmenskommunikation immer in Markt und Gesellschaft stattfindet. Oliveira betont in seinem Beitrag Ansgar Zerfaß' Rolle als Brückenbauer zwischen betriebswirtschaftlichen und sozialwissenschaftlichen Ansätzen – ganz im Sinne des Kernkonzeptes der *Integration*, welches sich durch Zerfaß'

Werk zieht. Die Beiträge in diesem Teil des Bandes verdeutlichen, wie sehr der integrative und interdisziplinäre Ansatz von Zerfaß die internationale Forschungslandschaft geprägt und bereichert hat.

Im zweiten Teil der Festschrift liegt der Fokus auf *Strategischer Kommunikation als Managementprojekt* beziehungsweise als Kernfunktion des Top-Managements. Ansgar Zerfaß hat Kommunikation schon immer als Managementfunktion verstanden. Ein Großteil seines wissenschaftlichen Wirkens und seiner Interessengebiete dreht sich um die Grundfrage, wie Kommunikation zur unternehmerischen Wertschöpfung beiträgt. Diese Frage kann an unterschiedlichen Stellen und mit unterschiedlichen Perspektiven in der Unternehmenskommunikation oder im Kommunikationsmanagement gestellt werden. Die Beiträge in diesem Teil des Sammelbandes reflektieren diese Grundfrage unter anderem mit Bezug zu verschiedenen Aufgabenfeldern und Kontexten in der Unternehmenskommunikation.

Cornelia Wolf, Alexander Godulla und Juliane Kiesenbauer analysieren die Rolle der Kommunikationsfunktion und die Wertschöpfung, welche durch diese generiert wird, in Start-ups. Christian Pieter Hoffmann und Kristin Köhler diskutieren Einflussfaktoren der Positionierung einer Kommunikationsabteilung und die Relevanz einer Entwicklung eines Communication Business Modells und übertragen die von Zerfaß mitentwickelten Modelle auf den Bereich Investor Relations. Auch Sabine Einwiller setzt sich in ihrem Beitrag intensiv mit der Diversität der Zerfaß'schen Forschung auseinander und überträgt verschiedene Forschungsdiskurse auf das Feld der Mitarbeiterkommunikation. Anke Oßwald und Ulrike Röttger schließlich verbinden in ihrem Beitrag Strategische Kommunikation und Nachhaltigkeitskommunikation.

Christof Ehrhart und Jürgen Häusler, beide heutige oder ehemalige Honorarprofessoren an der Universität Leipzig und eng mit dem Lehrstuhl für Strategische Kommunikation assoziiert, reflektieren in ihren Beiträgen die komplexe Rolle des Kommunikations- und Markenmanagements in einer postmodernen, zunehmend fragmentierten Medienlandschaft. Ehrhart sieht Unternehmenskommunikation am „Scheideweg zwischen Orientierungsfunktion und Hilfsdisziplin“ und greift damit ein Kernthema des Zerfaß'schen Werkes auf: Trotz aller Professionalisierungsbemühungen und trotz der insbesondere im Kontext der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation entwickelten Konzepte, Modelle und Tools, ist die Positionierung von Kommunikation in vielen Unternehmen immer noch fraglich. Allzu häufig wird Kommunikation zur Hilfsfunktion degradiert und in ihrem Wertschöpfungsbeitrag nicht anerkannt. Insbesondere Borchers, Fechner und Seidenglanz, aber auch Ehrhart, gehen in ihren Beiträgen auf das Spannungsfeld ein, welches sich konstituiert aus dem Anspruch von Steuerung und Kontrolle von und durch Kommunikation auf der einen Seite und dem offensichtlichen Kontrollverlust in und durch die sozialen Medien auf der anderen Seite. Borchers weist zu Recht darauf hin, dass Kontrolle, insbesondere aber Steuerung, eine zentrale Rolle im Zerfaß'schen Werk einnimmt. Steuerung ist eine Kernaufgabe des Managements mit der auch ein gewisser Führungsanspruch verbunden ist. Nur wer steuern

kann, hat die Kontrolle. Nur wer die Kontrolle hat, kann seinen Wertschöpfungsbeitrag verbindlich und klar belegen. An diesem Anspruch reibt sich Zerfaß immer wieder. Dieser Anspruch spornt ihn an. Treibt neue Blüten und Projekte. Er ist sicherlich einer der Innovationsmotoren seines Schaffens. Fechner und Seidenglanz beschreiben in ihrem Beitrag, welchen Einfluss Data Mining und KI in diesem Zusammenhang haben werden. Sie erklären Datenkompetenz (Data Literacy) zu einer Kernkompetenz zukünftiger Kommunikationsmanager und -managerinnen. Ohne Frage gehört ein kompetenter Umgang mit Daten und die Etablierung einer Data Culture zu einer der wichtigsten Herausforderungen im Kommunikationsmanagement und wird die von Zerfaß Anfang der 2000er-Jahre angestoßene Debatte um Kommunikations-Controlling grundlegend verändern.

Der dritte Teil der Festschrift adressiert *Strategische Kommunikation als Institutionalisierungsprojekt*. Swaran Sandhu, seines Zeichens erster Praktikant von Ansgar Zerfaß, skizziert das eng mit Zerfaß verknüpfte Entstehen des Forschungsfelds Strategische Kommunikation und stellt erste Überlegungen zur Genese einer Leipziger Schule der strategischen Kommunikationsforschung an. Er setzt den Rahmen für diesen Teil des Bandes, in dem bewusst ehemalige und heutige Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, insbesondere Doktoranden und Doktorandinnen, zu Wort kommen sollen. Die unterschiedlichen Beiträge reflektieren verschiedene Facetten des Wirkens von Ansgar Zerfaß. Buchele und Ernst adressieren humorvoll die Zusammenarbeit in verschiedenen Forschungsprojekten und zeigen auf, wie die Institutionalisierung von Themen und Agenden vonstattengeht. Markus Wiesenbergh beschreibt aus der Perspektive eines ehemaligen Doktoranden den gemeinsamen Schaffungsweg von den ersten wirren Überlegungen bis hin zu einer fertigen Doktorarbeit. Krebber et al. nehmen den Integrationsbegriff, der ebenso im Zentrum des Zerfaß'schen Werkes steht, erneut unter die Lupe und analysieren, welchen Wert dieses für das heutige Berufsfeld hat. Ziegele et al. widmen ihren Beitrag einem der aktuellen Forschungsprojekte am Lehrstuhl von Zerfaß in Kooperation mit der Akademischen Gesellschaft. Diese publiziert nun schon seit einigen Jahren den *Communications Trend Radar*, welcher die relevantesten Trends und Themen in Gesellschaft, Technologie und Management erläutert und für das Kommunikationsmanagement fruchtbar zu machen versucht. Dieser letzte Beitrag zeigt sehr gut die Essenz des Zerfaß'schen Wirkens und Schaffens auf. Ansgar Zerfaß' Gespür für Themen und Trends hat ihn zum Vordenker in Wissenschaft und Praxis gemacht. Seine Fähigkeit, komplexe wissenschaftliche Sachverhalte auf kompakte Kerngedanken zu reduzieren und in praktikable Modelle und Tools umzuwandeln, hat dazu geführt, dass er bei vielen Chief Communication Officers der großen nationalen und internationalen Konzerne ein gefragter Impulsgeber und Sparringspartner ist. Sein Engagement in der Aus- und Weiterbildung von akademischem Nachwuchs und seine Rolle als Doktorvater und Vorgesetzter nutzt er, um junge Wissenschaftler zu fordern und zu fördern. Er bringt sie mit aktuellen Branchenthemen in Kontakt. Er baut immer wieder ein junges, motiviertes Lehrstuhlteam auf, welches er mit

den entsprechenden Ressourcen ausstattet, international anerkannte und vielfach gewürdigte Forschungsprojekte durchführen zu können.

Dass dieses Schaffen und Wirken von Ansgar Zerfaß auch auf persönlicher, individueller Ebene Spuren hinterlassen hat, dem soll der vierte Teil „*Rückblick & Ausblick*“ dieser Festschrift Rechnung tragen. In den *Persönlichen Reflektionen zu Ansgar Zerfaß* kommt ein Großteil der Autoren und Autorinnen dieser Festschrift noch einmal anders zu Wort. Hier haben wir als Herausgeber und Herausgeberinnen bewusst nach persönlichen Erfahrungen mit dem Mensch Ansgar gefragt. Neben vielen Anekdoten und Erzählungen, basierend auf individuellen Erfahrungen, ziehen sich doch ein paar sehr markante Kernthemen durch diese Reflektionen. Es ist erstaunlich, wie sich die grundlegenden Erfahrungen mit Ansgar ähneln und am Ende auf wesentliche Aspekte seiner Persönlichkeit zurückführen lassen. Neben der Effektivität und Effizienz im Denken und Handeln zieht sich auch Ansgars Großzügigkeit und seine Loyalität gegenüber seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kolleginnen und Kollegen durch die Zeilen. Ein weiterer Aspekt ist Ansgars Offenheit und Interesse, was theoretisch-konzeptionelle Forschung und Dissertationsthemen jenseits des Mainstreams angeht. In einer Zeit, in der die Fachkultur immer stärker in Richtung kumulative Arbeiten und kleinteilige empirische Einzelstudien gegangen ist bzw. geht, war Ansgar immer auch ein Verfechter des „langen Atems“ und der großen Themen. Er hat Freude daran, Themen in der Tiefe zu durchdringen. Er scheut sich nicht, die komplexen Fragen anzugehen.

Im letzten Beitrag wagen Howard Nothhaft und Jens Seiffert-Brockmann als erfahrene „Ansgar-Seegurken“ ... äh ... -Hasen eine weitreichende *Bestandsaufnahme* des Ansgar'schen Gesamtwerkes und -wirkens. Dass Ansgar Spuren hinterlassen hat, wussten wir – wie weit diese zurückreichen, erfahren wir hier. Außerdem gibt es einen kleinen *Ausblick* auf das zukünftige Schaffen Ansgars und den Versuch einer *kritischen Bewertung* von etwas, das sich jeder Bewertung entzieht.

Abschließend bleibt zu resümieren: Ansgar fasziniert, er inspiriert, er irritiert, er kann manchmal ganz schön überfordernd sein – und ist doch bei all dem immer Mensch geblieben. Dem Menschen, aber auch dem Wissenschaftler Ansgar Zerfaß sagen wir „Herzlichen Glückwunsch!“ und „Dankeschön!“ und wünschen noch viele weitere produktive, spannende, lehrreiche, inspirierende – und vielleicht ein wenig ruhigere – Jahre. Wir bleiben gespannt und freuen uns auf das, was da noch kommen wird aus dem Leipziger Think Tank.

Als Herausgeber dieses Bandes hoffen wir, dass die Lektüre Ihnen nicht nur tiefe Einblicke in die Gedankenwelt und die wissenschaftlichen Beiträge von Ansgar Zerfaß gewährt, sondern Sie auch inspiriert, über den Status quo der Kommunikationswissenschaft hinauszudenken und die Rolle der strategischen Kommunikation in unserer sich schnell verändernden Gesellschaft neu zu bewerten.

Abschließend möchten wir allen Autorinnen und Autoren danken, deren Beiträge dieses Buch bereichern. Ihr Engagement und ihre Einsichten sind ein wertvoller Beitrag zu

unserem fortlaufenden Dialog über die Bedeutung der Strategischen Kommunikationsforschung. Möge dieses Buch als würdige Anerkennung für ein außergewöhnliches Lebenswerk dienen und als Anregung für zukünftige Generationen von Forscherinnen und Forschern.

Leipzig, Deutschland

Pforzheim/Frankfurt am Main, Deutschland

Güstrow, Deutschland

Barcelona, Spain

Wien, Deutschland

März 2025

Lisa Dühring

Felix Krebber

Anne Melzer

Evandro Oliveira

Jens Seiffert-Brockmann

Vita von Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Ansgar Zerfaß, Dipl.-Kfm., Dr. rer. pol. habil., Jg. 1965, ist Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Strategische Kommunikation am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig. Das 1916 gegründete Institut ist das älteste Fachinstitut in Deutschland. Auslandsaufenthalte führten ihn als Visiting Professor u. a. an die Hong Kong Baptist University und die Bournemouth University; seit 2013 wirkt er auch als Professor of Communication and Leadership (II) an der BI Norwegian Business School in Oslo.

Studium der Wirtschafts- und Kommunikationswissenschaften sowie der Wirtschaftsinformatik an der Universität Erlangen-Nürnberg. Mehrjährige Tätigkeit am dortigen Lehrstuhl für Unternehmensführung bei Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Horst Steinmann und Promotion in Betriebswirtschaftslehre. Anschließend zehnjährige Berufstätigkeit in leitenden Funktionen der Unternehmenskommunikation und Politikberatung, zuletzt in der Geschäftsleitung der MFG Baden-Württemberg in Stuttgart, dem Kompetenzzentrum des Landes für Informationstechnologie und Medien. Berufsbegleitende Habilitation für Kommunikationswissenschaft in Nürnberg unter dem Mentorat von Prof. Dr. Dr. h. c. Winfried Schulz. Ab 2006 an der Universität Leipzig, zunächst als Professor für Kommunikationsmanagement und 2014 erneute Berufung auf den neu geschaffenen Lehrstuhl für Strategische Kommunikation. Verschiedene Rufe an andere namhafte Universitäten, u. a. auf einen Endowed Chair an die USC Annenberg School of Communication, Los Angeles, wurden abgelehnt. In Leipzig leitet er den Studiengang Master Communication Management, der ausweislich verschiedener Rankings als führendes Ausbildungsangebot im Themenfeld im deutschsprachigen Raum gilt.

Die aktuellen Forschungsthemen von Professor Zerfaß sind insbes. Strategische Kommunikation, Unternehmenskommunikation, Kommunikationssteuerung und Evaluation, Digitale Kommunikation und Internationale Kommunikation. Laufende Projekte widmen sich u. a. der Analyse und Optimierung von Geschäftsmodellen für Kommunikationsabteilungen, einer theoretischen Modellierung der Digitalen Infrastruktur für Unternehmenskommunikation sowie der interdisziplinären Analyse von Entwicklungslinien und Innovationsthemen für das Kommunikationsmanagement. Darüber hinaus wird die

Kodifizierung des internationalen Wissens und von Managementtools für die Unternehmenskommunikation durch mehrere Handbücher in deutscher, englischer und chinesischer Sprache vorangetrieben. Mit dem *Global Communication Monitor* leitet er seit 2007 die weltweit größte Studienserie zum Kommunikationsmanagement mit empirischen Erhebungen in über 80 Ländern.

Professor Zerfaß ist Vorsitzender des Executive Boards der *Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation*, einem Think-Tank, der das Engagement von rund 50 internationalen Konzernen und mehreren Universitäten für Wissenstransfer und Forschungsförderung im Bereich der Unternehmenskommunikation bündelt.

Die Vorstands-, Beirats- und Herausgebertätigkeiten von Professor Zerfaß umfassen u. a. Rollen als Consulting Editor und zuvor als langjähriger Herausgeber des *International Journal of Strategic Communication* (Routledge/Taylor & Francis, USA); Editorial Board Member von *Corporate Communication Review*; Plank Scholar am *Plank Center for Leadership in Public Relations* an der University of Alabama, USA; Wissenschaftlicher Beirat der *Österreichischen Gesellschaft für Kommunikation und Reputation* (KomRep), Wien; Mitgründer und Akademischer Partner der *Nordic Alliance for Communication & Management* (#NORA), Oslo; Mitglied des Academic Committee des *International Corporate Communication Hub*, Mailand, Italien; Executive-Dozent an der RSM Rotterdam School of Management der Erasmus University, Rotterdam; Mitglied der Academic Advisory Group der *Association for the Measurement and Evaluation of Communication* (AMEC), London; Vorsitzender der Jury des Integrated Communication Award des F.A.Z.-Instituts, Frankfurt am Main; Herausgeber des Standardwerks „*Handbuch Unternehmenskommunikation*“ mit rund 5 Mio. Downloads in bislang drei Auflagen bei Springer Gabler. Er wirkte lange Jahre als Vorstandsmitglied und Vorsitzender der Public Relations Division der *International Communication Association* (ICA), Washington D.C.; Präsident und Vorstandsmitglied der *European Public Relations Education and Research Association* (EUPRERA), Brüssel, und als Vorsitzender der Jury des Internationalen Deutschen PR-Preises der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG). Mitglied der Academy of Management, ICA, ECREA, EUPRERA, DGPK, DPRG, DNWE.

In der Region Mitteldeutschland engagiert er sich als Mitglied des Marketingbeirats der Leipziger Tourismus- und Marketinggesellschaft sowie Mitgründer des Sächsischen Kompetenzzentrums für Landes- und Kommunalpolitik e. V.

Mehr Informationen und vollständiges Publikationsverzeichnis: www.zerfass.de

Forschungs-Impact

h-Index	(Anzahl der Publikationen, die mindestens h mal zitiert wurden)	70
i10-Index	(Anzahl der Publikationen, die mindestens von 10 anderen Quellen zitiert wurden)	221
Zitationen	(Anzahl der Referenzen in anderen Quellen zu jeglichen Publikationen des Autors)	16.482

Quelle: Google Scholar, Januar 2025

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 #1

Persönliche Auszeichnungen

2018:	Distinguished Scholar in Public Relations, European Public Relations Education and Research Association, Brüssel
2015:	Jackson Jackson & Wagner Behavioral Science Award, Public Relations Society of America, Atlanta
2014:	Pathfinder Award, Institute for Public Relations, New York
2010:	Innovativster PR-Forscher in Deutschland, Newsaktuell/dpa
2005:	PR-Kopf des Jahres, Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG)

Auszeichnungen für wissenschaftliche Publikationen

2024:	Koichi Yamamura International Strategic Communication Award, International Public Relations Research Conference, Orlando, USA
2023:	Best Paper Award, EUPRERA Annual Conference, Prag
2023:	Koichi Yamamura International Strategic Communication Award, International Public Relations Research Conference, Orlando, USA
2020:	Best Paper Award, EUPRERA Annual Conference, Brüssel
2019:	Institute of Public Relations W. Ward White Award for Top Paper of Professional Significance, International Public Relations Research Conference, Orlando, USA
2018:	Emerald Professional Impact Award, EUPRERA Annual Conference, Aarhus
2018:	Emerald Literari Award for Excellence, Bester Beitrag im Journal of Communication Management 2017
2018:	Brigham Young University Top Ethics Paper Award, International Public Relations Research Conference, Orlando, USA
2016:	Best Paper Award, EUPRERA Annual Conference, Groningen/Amsterdam
2016:	JCOM/CCCI Impact Award, Corporate Communications International Conference, New York USA 2014: Best Paper Award, EUPRERA Annual Conference, Brüssel
2016:	IPR Top Paper Award, International Public Relations Research Conference, Miami, USA
2016:	Koichi Yamamura International Strategic Communication Award, International Public Relations Research Conference, Miami, USA
2014:	Koichi Yamamura International Strategic Communication Award, International Public Relations Research Conference, Miami, USA
2013:	IPR Top Paper Award, International Public Relations Research Conference, Miami, USA
2013:	Jackson Sharpe Award, International Public Relations Research Conference, Miami, USA
2012:	Best Paper Award, EUPRERA Annual Conference, Istanbul
2012:	IPR Top Paper Award, International Public Relations Research Conference, Miami, USA
2011:	Jackson Sharpe Award, International Public Relations Research Conference, Miami, USA
1997:	Ludwig-Schunk-Preis für Wirtschaftswissenschaften, Universität Gießen
1995:	Albert-Oeckl-Preis, Deutsche Public Relations-Gesellschaft, Bonn
1995:	Promotionspreis der Universität Erlangen-Nürnberg
1989:	Preis der Hermann-Weiler-Stiftung, Nürnberg

Auszeichnungen für Kommunikationskampagnen

2010:	PR Report Award „Innovative PR-Strategie“
2009:	Erster Preis im Wettbewerb Hochschulkommunikation, Bundesministerium für Bildung und Forschung/HINB
2005:	Deutscher Multimedia Award
2000:	Deutscher PR-Preis

Auszeichnungen für betreute Forschungsarbeiten

Von Professor Zerfaß betreute Studentinnen und Studenten sowie Doktoranden wurden vielfach als Verfasser der besten Qualifikationsarbeiten zu Kommunikationsmanagement/ PR in Deutschland, Europa oder weltweit ausgezeichnet; hinzu kommen zahlreiche Auszeichnungen auf Ebene der Universität Leipzig (Günter-Thiele-Preis und Günter-Thiele-Forschungssstipendium):

2025:	BdKOM-Talent-Award des Bundesverbands der Kommunikatoren (deutschlandweit beste Masterarbeit) 2024: James E. Grunig and Larissa A. Grunig Outstanding Thesis Award 2024 der International Communication Association (ICA), USA (weltweit beste Masterarbeit) 2024: Wissenschaftspreis der DPRG (innovativste Dissertation in Deutschland)
2023:	BdKOM-Talent-Award des Bundesverbands der Kommunikatoren (deutschlandweit beste Masterarbeit) 2022: Dissertationspreis Internationale und Interkulturelle Kommunikation der DGPK und der Ludwig-Delp-Stiftung (beste deutschsprachige Dissertation) 2022: James E. Grunig and Larissa A. Grunig Outstanding Thesis Award 2020/2021 der International Communication Association (ICA), USA (weltweit beste Masterarbeit) 2022: Wissenschaftspreis der DPRG (innovativste Masterarbeit in Deutschland)
2020:	Dissertationspreis PR/Organisationskommunikation der DGPK (beste deutschsprachige Dissertation) 2020: Master Thesis Award der EUPRERA (europaweit beste Master-Arbeit)
2020:	Dissertationspreis PR/Organisationskommunikation der DGPK (beste deutschsprachige Dissertation) 2019: PhD-Award der EUPRERA (beste Dissertation in Europa)
2018:	Master Thesis Award der EUPRERA (europaweit beste Master-Arbeit) 2017: BdP-Nachwuchspreis des Bundesverbands Deutscher Pressesprecher 2017: Wissenschaftspreis der DPRG (innovativste Masterarbeit in Deutschland) 2016: Master Thesis Award der EUPRERA (europaweit beste Master-Arbeit) 2015: Master Thesis Award der EUPRERA (europaweit beste Master-Arbeit)
2012:	Albert-Oeckl-Wissenschaftspreis der DPRG (innovativste Masterarbeit in Deutschland) 2012: BdP-Nachwuchspreis des Bundesverbands Deutscher Pressesprecher
2011:	Digital Communication Award (europaweit beste Master-Arbeit zur Online-PR) 2010: BdP-Nachwuchspreis des Bundesverbands Deutscher Pressesprecher
2010:	PR Report Gold Award „Studentin des Jahres“
2009:	BdP-Nachwuchspreis des Bundesverbands Deutscher Pressesprecher 2007: BdP-Nachwuchspreis des Bundesverbands Deutscher Pressesprecher

Mehr Informationen

Persönliche Profilseite (Universität Leipzig)	http://www.zerfass.de/ mit Publikationsverzeichnis und Pressefoto
Website des Lehrstuhls	http://bit.ly/StratKomm
Forschungsprojekte des Lehrstuhls	https://fob.uni-leipzig.de/public/ou/309/forschungsprojekt
Publikationen des Lehrstuhls	https://fob.uni-leipzig.de/public/ou/309/publikation
Website des Forschungs-/Lehrbereichs Communication Management (Universität Leipzig)	www.communicationmanagement.de

Veröffentlichungen von Professor Ansgar Zerfaß

Die Publikationen von Ansgar Zerfaß umfassen 44 Monographien und Herausgeberwerke, die Herausgeberschaft für drei „Special journal issues“, 83 Forschungsberichte sowie 369 veröffentlichte Buchbeiträge und Zeitschriftenartikel, außerdem noch 21 herausgegebene Reihen, White papers und Editorials.

Monographien und Herausgeberwerke (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). *Izvršnost 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.). 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*. 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*. 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)*. Beijing: Communication University of China Press]
- Einwiller, S., Sackmann, S., & Zerfaß, A. (Hrsg.) (2021). *Handbuch Mitarbeiterkommunikation: Interne Kommunikation in Unternehmen*. 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*. Beijing: 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*. 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.)*. 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*. 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.). 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*. 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*. 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*. Gabler. [Corporate branding between corporate communications and marketing communications]
- Zerfaß, A. (2010). *Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations* (3. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften. [*Corporate management and public relations. A theory of corporate communication and public relations* (3rd ed.)]
- Pfannenbergl, J., & Zerfaß, A. (Hrsg.). (2010). *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (2. Aufl.). 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*. Schaeffer-Poeschel – Edition Handelsblatt. [*Immaterial Assets: Evaluation, reporting and communication*]
- Zerfaß, A., & Möslin, K. M. (Hrsg.). (2009). *Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement – Strategien im Zeitalter der Open Innovation*. 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*. 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*. 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*. 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*. Gabler. [Handbook Corporate Communications]
- Mast, C., Huck, S., & Zerfaß, A. (2006). *Innovationskommunikation in dynamischen Märkten. Empirische Ergebnisse und Fallstudien*. 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*. 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 Innovationskommunikation*. Frankfurter Allgemeine Buch. [Bringing new ideas across – The handbook of innovation communication]
- Pfannenberger, J., & Zerfaß, A. (Hrsg.). (2005). *Wertschöpfung durch Kommunikation. Wie Unternehmen den Erfolg ihrer Kommunikation steuern und bilanzieren*. 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 Unternehmenskommunikation und Public Relations* (2. Aufl.). 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.). 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*. 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*. 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 Unternehmenskommunikation und Public Relations*. 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*. 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*. 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*. Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft. [*Self medication with common colds. Results of a dialogue program*]

Herausgeberschaft für „Special journal issues“ (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.

Forschungsberichte (83)

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*. 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. 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). 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*. 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*. 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*. 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*. 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*. 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., Dühmann, 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*. 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, Staffbase/Universität Leipzig.
- Zerfaß, A., Lautenbach, C., Sass, J., Jakubowitz, M., & Zimmer, V. (2019). *Communication Benchmarking 2019 – Vergleich von Strukturen, Ressourcen und Handlungsfeldern der Unternehmenskommunikation*. 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, marketers 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 Unternehmenskommunikation: Bedeutung, Nutzung und Erfahrungen. Ergebnisse einer empirischen Studie in Kommunikationsabteilungen*. 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*. 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*. F.A.Z.-Institut, Universität Leipzig.
- Zerfaß, A., Fink, S., & Winkler, L. (2016). *Mittelstandskommunikation 2016 – Studie zur Professionalisierung, Digitalisierung und Führung der Unternehmenskommunikation*. 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). 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.