

Geleitwort des Herausgebers

In den letzten zwei Jahrzehnten konnte eine sehr dynamische Entwicklung der Medien- und Kommunikationsmärkte beobachtet werden. Bei einer zunehmenden Ausdifferenzierung der von Unternehmungen eingesetzten Kommunikationsinstrumente wird die Notwendigkeit einer Integrierten Kommunikation zunehmend erkannt und auch als Ziel der Unternehmenskommunikation angestrebt. In der Zwischenzeit liegen in der Literatur zahlreiche Konzepte zur Planung einer Integrierten Kommunikation vor, die Empfehlungen für das Vorgehen – aus teilweise ganz unterschiedlichen Perspektiven – geben. Es zeigt sich allerdings in der Praxis, dass bei den zahlreichen Problemen (z.B. Organisation, Zusammenarbeit mit Agenturen, Kulturunterschiede) eine Integrierte Kommunikation nur sehr begrenzt geplant und umgesetzt werden kann. Darüber hinaus belegen zahlreiche Studien, dass vor allem Defizite in der Erfolgskontrolle bestehen.

An diesem Punkt setzt der Verfasser der vorliegenden Schrift an. Er legt den Fokus auf die Erfolgskontrolle und ist sich der Tatsache bewusst, dass es sich um ein multidimensionales und multikausales Problemfeld handelt. Deshalb erfolgt auch keine Ausrichtung an den klassischen Formen der Erfolgskontrolle in der Kommunikation, sondern der Grundgedanke ist ein anderer. Mit der Weiterentwicklung des „Integrationsgrades der Kommunikation“ verbindet er eine interne Prozessanalyse mit einer extern gerichteten Wirkungsanalyse und nähert sich damit einem holistischen Kontrollansatz an. Wie in anderen Bereichen, z.B. der Markt- und Kundenorientierung, wird der Verfasser hierbei der Komplexität der Integrierten Kommunikation mit der Entwicklung eines entsprechenden Indikators gerecht. Analog zur Erfolgsfaktorenforschung werden hierfür Determinanten der Integrierten Kommunikation und Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge identifiziert. Das EFQM Excellence-Modell dient dabei als eine Art von „Leitidee“ und Grundgedanke für das Vorgehen. Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es, Ansatzpunkte zur inhaltlichen Definition der Integrierten Kommunikation und zur Messung des Integrationsgrades gleichermaßen zu finden. Damit hat sich der Autor insgesamt eine sehr anspruchsvolle Aufgabe vorgenommen.

Zunächst wird der Stand der Literatur zu den Erfolgsfaktoren der Integrierten Kommunikation aufgearbeitet. Es muss vorweg geschickt werden, dass es nur sehr spärliche Hinweise zu den Erfolgsfaktoren in der wissenschaftlichen Literatur gibt. Deshalb gestaltet es sich auch schwierig, diese in eine systematische Struktur zu fassen, und der Verfasser beschreitet relatives Neuland mit seiner Schrift. Dennoch werden die wichtigsten Impulse aus der Literatur herausgearbeitet. Es handelt sich dabei um die sog. Stufenmodelle und die Sammlung verschiedener Kerngrößen, die in der Literatur thematisiert werden.

Die vom Verfasser konzipierte und durchgeführte empirische Untersuchung zu den Erfolgsfaktoren der Integrierten Kommunikation wird im Anschluss vorgestellt. Da bislang nur wenige Erkenntnisse hinsichtlich der Determinanten der Integrierten Kommunikation sowie deren Zusammenhängen vorliegen, erscheint grundsätzlich ein qualitativ-explorativer Forschungsansatz sinnvoll. Die Originalität der empirischen Untersuchung besteht dabei in einer Synthese aus qualitativ orientierten Erhebungsmethoden, angefangen mit dem psychologischen Tiefeninterview, über das Struktur-Lege-Verfahren bis hin zur Gruppendiskussion unter Einbeziehung der gegenwärtigen Möglichkeiten der computergestützten Datenanalyse, die die Ansprüche an Reliabilität und Validität erfüllen. Als Ergebnis der empirischen Untersuchung werden die Erfolgsfaktoren entsprechend dem EFQM Excellence-Modell in den Dimensionen „Maßnahmen“, „Wirkungen“ und „Ziele“ strukturiert dargestellt und deren Ursache-Wirkungs-Beziehungen in einer „hierarchical value map“ veranschaulicht. Mit den Ergebnissen nach der means-end-Analyse liegen erstmals ernst zu nehmende Ergebnisse über den Stand der Integrierten Kommunikation in Unternehmen vor, an denen weitere Arbeiten ansetzen können.

Schließlich unternimmt es der Verfasser, den Einsatz seiner Ergebnisse im Rahmen eines Bewertungsmodells der Integrierten Kommunikation zu diskutieren, damit Unternehmen mit den Ergebnissen konkret arbeiten können. Hier wird – in enger Anlehnung an die Struktur des EFQM Excellence-Modells – ein Bewertungsmodell als Hauptergebnis der Arbeit vorgestellt. Die Dimensionen werden im Einzelnen dargestellt und beispielhaft durch Kennzahlen oder Indikatoren operationalisiert, wobei diese als Beispiele zu verstehen sind, da sie noch von anderen Einflussfaktoren, wie Branche, Unternehmensgröße u.a.m. abhängen.

Der Verfasser hat durch seine vorliegende Schrift wesentliche Impulse für die weitere wissenschaftliche Forschung über die Integrierte Kommunikation und deren Erfolgskontrolle geleistet. Diese Impulse ergeben sich für das Konstrukt selbst, dessen Erfolgsfaktoren und deren Wirkungszusammenhänge. Zugleich enthält die Schrift hilfreiche Anregungen für die Praxis. In diesem Sinne verbindet der Herausgeber mit der Veröffentlichung die Hoffnung, dass die vorliegende Arbeit auf breites Interesse stößt und als Ausgangspunkt für vertiefende Untersuchungen die ihr gebührende Anerkennung erhält.