

Address	Erich-Zeigner-Allee 31   D-04229 Leipzig
Phone	+49 178 4139112
Fax	+49 341 9261952
Email	mail@zerfass.de

**Publications**

**February 2012**

Monographs and editions in preparation (4)

Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (Eds.) (2013). *Routledge Handbook of Strategic Communication*. New York: Routledge.

Zerfaß, A., & Piwinger, M. (Eds.) (2013). *Handbuch Unternehmenskommunikation, 2nd edition* [Handbook Corporate Communications]. Wiesbaden: Gabler.

Sriramesh, K., Zerfass, A., & Kim, J.-N. (Eds.). *Current Trends and Emerging Topics in Public Relations and Communication Management*. New York: Routledge.

Zerfaß, A., Rademacher, L., & Wehmeier, S. (Eds.) (2012). *Organisationskommunikation und Public Relations. Forschungsparadigmen und neue Perspektiven* [Organisational communication and public relations. Research paradigms and new perspectives]. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Monographs and editions (28)

Zerfaß, A., & Pleil, T. (Eds.) (2012). *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web* [Handbook online public relations. Strategic communication on the internet and social web]. Konstanz: UVK.

Zerfaß, A., & Radojković, M. (Eds.) (2011). *Menadžment Političkih Komunikacija* [Political communication management - A reader in Serbian language]. Belgrade: Konrad-Adenauer-Stiftung.

Zerfass, A., Verhoeven, P., Tench, R., Moreno, A., & Vercic, D. (2011). *European Communication Monitor 2011. Empirical Insights into Strategic Communication in Europe. Results of a Survey in 43 Countries*. Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Süss, W., Zerfaß, A., & Dühring, L. (2011). *Corporate Branding im Spannungsfeld von Unternehmens- und Marketingkommunikation. Grundlagen, Fallstudien und empirische Erkenntnisse in Commodity-Branchen* [Corporate branding between corporate communications and marketing communications]. Wiesbaden: Gabler.

Zerfass, A., Tench, R., Verhoeven, P., Vercic, D., & Moreno, A. (2010). *European Communication Monitor 2010. Status Quo and Challenges for Public Relations in Europe. Results of an Empirical Survey in 46 Countries*. Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Zerfaß, A. (2010). *Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations* (3rd rev. ed.) [Corporate management and public relations. A theory of corporate communication and public relations]. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Pfannenberger, J., & Zerfaß, A. (Eds.) (2010). *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis, 2. völlig überarbeitete Auflage* [Value based communication. Communication controlling in corporations, 2nd completely updated edition]. Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Möller, K., Piwinger, M., & Zerfaß, A. (Eds.) (2009). *Immaterielle Vermögenswerte: Bewertung, Berichterstattung und Kommunikation* [Immaterial Assets: Evaluation, reporting and communication]. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel - Edition Handelsblatt.

Zerfass, A., Moreno, A., Tench, R., Vercic, D., & Verhoeven, P. (2009). *European Communication Monitor 2009. Trends in Communication Management and Public Relations. Results of a Survey in 34 Countries*. Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Zerfaß, A., & Möslein, K. M. (Eds.) (2009). *Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement - Strategien im Zeitalter der Open Innovation* [Communication as a success factor in innovation management - Strategies in the age of open innovation]. Wiesbaden: Gabler.

Zerfass, A. (Ed.) (2009). *Institutionalization of Strategic Communication - Theoretical analysis and empirical evidence. International Journal of Strategic Communication, Vol. 3, No. 2 (Special Edition)*. Florence (KT): Routledge.

Zerfass, A., Van Ruler, B., & Sriramesh, K. (Eds.) (2008). *Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zerfaß, A., Welker, M., & Schmidt, J. (Eds.) (2008). *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 1: Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum* [Communication, participation and effects of the social web. Volume 1: From society to the individual]. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Zerfaß, A., Welker, M., & Schmidt, J. (Eds.) (2008). *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik, Publizistik*. [Communication, participation and effects of the social web. Volume 2: Perspectives for business, politics and the media]. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Piwinger, M., & Zerfaß, A. (Eds.) (2007). *Handbuch Unternehmenskommunikation* [Handbook Corporate Communications]. Wiesbaden: Gabler.

- Mast, C., Huck, S., & Zerfaß, A. (2006). *Innovationskommunikation in dynamischen Märkten. Empirische Ergebnisse und Fallstudien* [Innovation communication in dynamic markets. Empirical insights and case studies]. Berlin: LIT.
- Zerfaß, A., & Boelter, D. (2005). *Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien* [The new opinion-makers. Weblogs as a challenge for campaigns, marketing, public relations and the media]. Graz: Nausner & Nausner.
- Mast, C., & Zerfaß, A. (Eds.) (2005). *Neue Ideen erfolgreich durchsetzen. Das Handbuch der Innovationskommunikation* [Bringing new ideas across - The handbook of innovation communication]. Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Pfannenberger, J., & Zerfaß, A. (Eds.) (2005). *Wertschöpfung durch Kommunikation* [Value based communication]. Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
- 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* (2nd upd. ed.) [Corporate management and public relations. A theory of corporate communication and public relations]. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (reprinted 2005 and 2006).
- Haasis, K., Strommer, W., & Zerfaß, A. (Eds.) (2002). *Digitale Wertschöpfung. Internet und E-Business als Chance für den Mittelstand* (2nd rev. ed.) [Digital added value. Internet and e-business in small and medium sized companies]. Heidelberg: dpunkt Verlag.
- Haasis, K., & Zerfass, A. (Eds.) (1999). *Digitale Wertschöpfung. Multimedia und Internet als Chance für den Mittelstand*. [Digital added value. Multimedia and internet in small and medium sized companies]. Heidelberg: dpunkt Verlag.
- Krzeminski, M., & Zerfass, A. (Eds.) (1998). *Interaktive Unternehmenskommunikation. Internet, Intranet, Datenbanken, Online-Dienste und Business-TV als Bausteine erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit* [Interactive corporate communications. Internet, intranet, databases, online services and business tv as elements of public relations]. Frankfurt a. M.: F.A.Z.-Institut. (2nd unmod. Ed. 1999)
- Zerfaß, A. (1996). *Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations* [Corporate management and public relations. A theory of corporate communication and public relations]. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bentele, G., Steinmann, H., & Zerfaß, A. (Eds.) (1996). *Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Grundlagen - Praxiserfahrungen - Perspektiven* [Public relations and dialogue. Theoretical foundations - case studies - perspectives]. Berlin: Vistas.

Ahrens, R., Scherer, H., & Zerfaß, A. (Eds.) (1995). *Integriertes Kommunikationsmanagement. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Erfahrungen* [Integrated communication. Conceptual foundations and empirical evidence]. Frankfurt a. M.: F.A.Z.-Institut.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (Eds.) (1991). *Selbstmedikation bei Erkältungskrankheiten. Grundlagen und Ergebnisse eines Dialogprogramms* [Self medication with common colds. Results of a dialogue program]. Stuttgart: Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft.

#### Journal articles and book chapters (144)

Verhoeven, P., Tench, R., Zerfass, A., Moreno, A., & Vercic, D. (2012, accepted for publication): How European PR Practitioners Handle Digital And Social Media. *Public Relations Review*, Vol. 37.

Zerfaß, A., & Linke, A. (2012). Social Media in der Unternehmenskommunikation: Strategien, Kompetenzen, Governance. *Die Unternehmung*, Vol. 66, No. 1, 46-60.

Zerfaß, A., & Köhler, K. (2012): Investor Relations: Online-Kommunikation mit Analysten und Anlegern. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.) (2012). *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web* [Handbook online public relations. Strategic communication on the internet and social web] (pp. 147-160). Konstanz: UVK.

Fink, S., Zerfaß, A., & Linke, A. (2012): Social Media Governance. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.) (2012). *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web* [Handbook online public relations. Strategic communication on the internet and social web] (pp. 99-110). Konstanz: UVK.

Zerfaß, A., & Pleil, T. (2012): Strategische Kommunikation in Internet und Social Web. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.) (2012). *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web* [Handbook online public relations. Strategic communication on the internet and social web] (pp. 39-82). Konstanz: UVK.

Linke, A., & Zerfass, A. (2011). Internal Communication and Innovation Culture: Developing a Change Framework. *Journal of Communication Management*, Vol. 15, No. 4, 332-348.

Koehler, K., Zerfass, A. (2011): Exploring the potential of IR 2.0. *Communication Director*, Vol. 7, No. 4, 28-31.

Zerfaß, A., & Von Oehsen, H. O. (2011). Menadžment Komunikacija u Politici: Osovne, Procesi i Dimenzije [Communication management in politics: Principles, processes, and dimensions]. In A. Zerfaß & M. Radojković (Eds.), *Menadžment Političkih Komunikacija* [Political communication management - A reader in Serbian language] (pp. 11-26). Belgrade: Konrad-Adenauer-Stiftung.

- Zerfass, A. (2011): Macht, Einfluss und neues Denken: Herausforderungen für Kommunikationsmanager in Europa. *Kommunikationsmanager*, Vol. 8, No. 3, 62-65.
- Watson, T., & Zerfass, A. (2011). Return on Investment in Public Relations. A critique of concepts used by practitioners from communication and management sciences perspectives. *PRISM - Australian and New Zealand Academic Journal of Public Relations*, Vol. 8, No 1, 1-14.
- Zerfaß, A. & Fink, S. (2011). Kompetenz und Verantwortung für Social Media. *Pressesprecher*, Vol. 9, No. 5, 18-21.
- Vercic, D., Moreno, A., & Zerfass, A. (2011). Incomplete power. Findings from the European Communication Monitor 2011. *Communication Director*, Vol. 7, No. 3, 36-41.
- Zerfass, A., Fink, S., & Linke, A. (2011). Social Media Governance: Regulatory Frameworks As Drivers of Success in Online Communications, In: L. R. Men & M. D. Dodd (Eds.), *Pushing the Envelope in Public Relations Theory and Research and Advancing Practice, 14th International Public Relations Research Conference* (pp. 1026-1047). Gainesville (FL): Institute for Public Relations.
- Zerfass, A. & Dühring, L. (2011). Between Convergence And Power Struggles: How Public Relations And Marketing Communications Professionals Interact in Corporate Brand Management. In: L. R. Men & M. D. Dodd (Eds.), *Pushing the Envelope in Public Relations Theory and Research and Advancing Practice, 14th International Public Relations Research Conference* (pp. 1000-1025). Gainesville (FL): Institute for Public Relations.
- Zerfaß, A., & Gusko, J. (2011). Enzyklopädie der Images. Wikipedia und Unternehmenskommunikation: Eine Benchmark-Studie. *PR Magazin*, Vol. 42, No. 6, 60-65.
- Verhoeven, P., Tench, R., & Zerfass, A. (2011): Strategic orientation of communication professionals in Europe. *International Journal of Strategic Communication*, Vol. 5, No. 2, 95-117.
- Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2011). The Status of Strategic Communication Practice in 48 Countries. *International Journal of Strategic Communication*, Vol. 5, No. 2, 71-73.
- Heine, D., & Zerfass, A. (2011). Regieren im Social Web - Eine experimentelle Studie zur Rezeption innovativer Elemente der Regierungskommunikation im Internet. In J. Wolling, A. Will, & C. Schumann, (Eds.), *Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern* (pp. 121-136). Konstanz: UVK.
- Zerfaß, A., & Köhler, K. (2010). Investor Relations 2.0. Benchmark-Studie zur Nutzung von Social Media in der Finanzkommunikation. *PR Magazin*, Vol. 41, No. 10, 61-68.

- Moreno, A., Vercic, D., & Zerfass, A. (2010). The power of leadership. Key findings from the European Communication Monitor 2010. *Communication Director*, Vol. 6, No. 3, 36-41.
- Zerfass, A. (2010). Social Media Governance. *Pressesprecher*, Vol. 8, No. 5, 46-48.
- Verhoeven, P., & Zerfass, A. (2010). Reflectieve communicatie bij organisaties. Nederlands Communicatiemanagement in Europees Perspectief [Reflective communication of organisations. Communication management in the Netherlands from an European perspective]. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* [Journal for Communication Science), Vol. 38, 156-171.
- Zerfass, A. (2010). Assuring Rationality and Transparency in Corporate Communications. Theoretical foundations and empirical findings on communication controlling and communication performance management. In M. D. Dodd & K. Yamamura (Eds.), *Ethical Issues for Public Relations Practice in a Multicultural World*, 13th International Public Relations Research Conference (pp. 947-966), Gainesville (FL): IPR.
- Vercic, D., & Zerfass, A. (2010). Constructing European public relations in transnational research. In M. D. Dodd & K. Yamamura (Eds.), *Ethical Issues for Public Relations Practice in a Multicultural World*, 13th International Public Relations Research Conference (pp. 856-869), Gainesville (FL): IPR.
- Trębecki, J., Verhoeven, P., & Zerfass, A. (2010). Europejski Monitor Komunikacyjny – Portret branży PR w czasach niepokoju [European Communication Monitor – a portrait of public relations in times of uncertainty]. In R. Mackowskiej (Ed.), *Public Relations – Efektywne komunikowanie w teorii i praktyce* [Public Relations – Effective communication in theory and practice] (pp. 95-104). Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach.
- Trebecki, J., Verhoeven, P., & Zerfass, A. (2010). The perspectives for Internal Communications in Europe based on the European Communication Monitor research. In B. Pilarczyk & Z. Waskowski (Eds.), *Komunikacja Rynkowa. Ewolucja. Wyzwania. Szanse* [Marketing Communication: Evolution, Challenges, Chances] (pp. 147-155). Poznan: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Rydzak, W., Trebecki, J., Verhoeven, P., & Zerfass, A. (2010). Polski PR w perspektywie europejskiej [Polish PR in European perspective]. In D. Tworzydło & Z. Chmielewski (Eds.), *Public relations w procesie kształtowania relacji z otoczeniem* [Public Relations in the process of forming relations with the environment] (pp. 385-392). Kraków, Rzeszów, Zamosc: Konsorcjum Akademickie WSE, WSiiz, WSZiA.
- Moreno, A., Verhoeven, P., Tench, R., & Zerfass, A. (2010). European Communication Monitor 2009. An institutionalized view of how public relations and communication management professionals face the economic and media crises in Europe. *Public Relations Review*, Vol. 36, 97-104.

- Moreno, A., Verhoeven, P., Tench, R., & Zerfass, A. (2010). European Communication Monitor 2009. El desarrollo de la profesión de relaciones públicas y gestión de la comunicación estratégica en Europa. *Razón y Palabra*, Vol. 15, No. 72, 1-26.
- Moreno, A., & Zerfass, A. (2010): Los directores de comunicación en Europa: European Communication Monitor 2009. In: Asociación de Directivos de Comunicación (Eds.), *Anuario de la Comunicación 2010* (pp. 42-46), Madrid: DIRCOM.
- Zerfaß, A., & Mumprecht, E. (2010). Internal Branding. Grundlagen und Umsetzung im Spannungsfeld von Marken- und Mitarbeiterführung. In G. Bentele, M. Piwinger, & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (No. 3.67, pp. 1-19) [Loseblattsammlung]. München: Wolters Kluwer.
- Zerfaß, A., & Pfannenber, J. (2010). Die Entwicklung des strategischen Kommunikations-Controllings in Deutschland. In J. Pfannenber & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (pp. 7-14). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Zerfaß, A. (2010). Controlling und Kommunikations-Controlling aus Sicht der Unternehmensführung: Grundlagen und Anwendungsbereiche. In J. Pfannenber & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (pp. 28-49). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Rolke, L., & Zerfass, A. (2010). Wirkungsdimensionen der Kommunikation: Ressourceneinsatz und Wertschöpfung im DPRG/ICV-Bezugsrahmen. In J. Pfannenber & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (pp. 50-60). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Mathes, R., & Zerfaß, A. (2010). Medienanalysen als Steuerungs- und Evaluationsinstrument für die Unternehmenskommunikation. In J. Pfannenber & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (pp. 98-111). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Zerfaß, A., & Dühring, L. (2010). Akzeptanzmessung von Corporate-Publishing-Medien und Events. In J. Pfannenber & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (pp. 127-139). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Liehr, K., Peters, P., & Zerfaß, A. (2010). Reputation messen und bewerten - Grundlagen und Methoden. In J. Pfannenber & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis* (pp. 153-164). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Piwinger, M., & Zerfaß, A. (2009): Intangibles in der Finanz- und Unternehmenskommunikation: Dem schwer Fassbaren einen Wert geben. *Kommunikationsmanager*, Vol. 6, No. 4, S. 56-59.

Zerfaß, A. (2009). Immaterielle Werte und Unternehmenskommunikation - Herausforderungen für das Kommunikationsmanagement. In K. Möller, M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), *Immaterielle Vermögenswerte: Bewertung, Berichterstattung und Kommunikation* (pp. 23-47). Stuttgart: Schaeffer-Poeschel - Edition Handelsblatt.

Möller, K., Piwinger, M., & Zerfaß, A. (2009). Herausforderungen und Gestaltungsansätze für immaterielle Vermögenswerte. In K. Möller, M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), *Immaterielle Vermögenswerte: Bewertung, Berichterstattung und Kommunikation* (pp. 379-389). Stuttgart: Schaeffer-Poeschel - Edition Handelsblatt.

Moreno, A., & Zerfass, A. (2009): European Communication Monitor 2008: la Gestión de la Comunicación y las RR.PP. en Europa. In: Asociación de Directivos de Comunicación (Eds.): *Anuario de la Comunicación 2009* (pp. 30-32), Madrid: DIRCOM.

Zerfaß, A. (2009). Erfolgskontrolle der Live Communication. In: M. Kirchgeorg, C. Springer & C. Brühe (Eds.), *Live Communication. Ein strategischer Leitfaden zur Konzeption, Umsetzung und Erfolgskontrolle* (pp. 239-242). Wiesbaden: Gabler.

Verhoeven, P., Tench, R., & Zerfass, A. (2009). Communication in turbulent times. Insights from the European Communication Monitor 2009. *Communication Director*, Vol. 5, No. 3, 34-39.

Zerfaß, A. (2009). Kommunikation als konstitutives Element im Innovationsmanagement. Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen der Open Innovation. In A. Zerfaß & K. M. Möslein (Eds.), *Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement - Strategien im Zeitalter der Open Innovation* (pp. 23-55). Wiesbaden: Gabler.

Ernst, N., & Zerfaß, A. (2009). Kommunikation und Innovation in deutschen Unternehmen: Eine empirische Typologie in Zukunftstechnologie-Branchen. In A. Zerfass & K. M. Möslein (Eds.), *Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement - Strategien im Zeitalter der Open Innovation* (pp. 57-81). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A., & Möslein, K. M. (2009). Kommunikation im Innovationsprozess - Thesen für eine effektive Zusammenarbeit. In A. Zerfass & K. M. Möslein (Eds.), *Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement - Strategien im Zeitalter der Open Innovation* (pp. 417-422). Wiesbaden: Gabler.

Tench, R., Verhoeven, P., & Zerfass, A. (2009): Institutionalizing Strategic Communication in Europe - An Ideal Home or a Mad House? Evidence from a Survey in 37 Countries. *International Journal of Strategic Communication*, Vol. 3, 147-164.

Zerfass, A. (2009). Institutionalizing Strategic Communication: Theoretical Analysis and Empirical Evidence. *International Journal of Strategic Communication*, Vol. 3, 69-71.

Zerfaß, A., Bentele, G., & Von Oehsen, H. O. (2009). Lobbying in Berlin. Akteure, Strukturen und Herausforderungen eines wachsenden Berufsfeld. In A. Sell & A. N. Krylow (Eds.) *Government Relations, Interaktionen zwischen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft* (pp. 15-35), Frankfurt a. M.: Peter Lang.

Zerfaß, A., & Ernst, N. (2009). Kommunikation im Innovationsprozess - Neue Rollen für Marketing und PR im Zeitalter der Open Innovation. *Marketing Review St. Gallen*, Vol. 2, No. 2, 36-41.

Moreno, A., Zerfass, A., Tench, R., Vercic, D., & Verhoeven, P. (2009). European Communication Monitor. Current developments, issues and tendencies of the professional practice of public relations in Europe. *Public Relations Review*, Vol. 35, 79-82.

Zerfaß, A. (2009). Fluch oder Segen? Institutionen und Institutionalisierung im Kommunikationsmanagement. *Pressesprecher*, Vol. 7, No. 1, 54-57.

Zerfaß, A., & Mahnke, M. (2009): Von Print zu Video? Bewegtbild im Internet als Herausforderung für die Unternehmenskommunikation. *PR Magazin*, Vol. 40, No. 1, 59-64.

Zerfass, A., & Vercic, D. (2008). Future trends and strategic insights. *Communication Director*, Vol. 4, No. 4, 31-36.

Zerfaß, A., Bentele, G., & Von Oehsen, H. O. (2008). Lobbying in Berlin. Akteure, Strukturen und Herausforderungen eines wachsenden Berufsfeld. In G. Bentele, M. Piwinger, & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (No. 3.53, pp. 1-29) [Loseblattsammlung]. München: Wolters Kluwer.

Zerfaß, A. (2008). Kommunikations-Controlling: Methoden zur Steuerung und Kontrolle der Unternehmenskommunikation. In M. Meckel & B. Schmid (Eds.), *Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung* (2nd ed., pp. 435-469). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A., & Ernst, N. (2008). Innovationsmanagement und Kommunikation. Empirie und Typologie in Zukunftstechnologie-Branchen. *PR Magazin*, 7, 73-80.

Zerfass, A. (2008). Positioning Theory. In W. Donsbach (Ed.), *International Encyclopedia of Communication* (Vol. VIII, pp. 3822-3824). Oxford: Wiley & Sons.

Zerfass, A. (2008). The Corporate Communications Scorecard - A framework for managing and evaluating communication strategies. In B. van Ruler, A. Tkalac Vercic & D. Vercic (Eds.), *Public Relations Metrics: Research and Evaluation* (pp. 139-153). Mahwah, NJ: Routledge.

Zerfass, A. (2008). Corporate Communication Revisited: Integrating Business Strategy and Strategic Communication. In A. Zerfass, B. van Ruler & K. Sriramesh (Eds.), *Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations* (pp. 65-96). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Sriramesh, K., Van Ruler, B., & Zerfass, A. (2008): Introduction. In A. Zerfass, B. van Ruler & K. Sriramesh (Eds.), *Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations* (pp. 9-16). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zerfaß, A., & Sandhu, S. (2008). Interaktive Kommunikation, Social Web und Open Innovation: Herausforderungen und Wirkungen im Unternehmenskontext. In A. Zerfaß, M. Welker & J. Schmidt (Eds.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik, Publizistik* (pp. 283-310). Köln: Halem.

Welker, M., & Zerfaß, A. (2008). Einleitung: Social Web in Journalismus, PR und Gesellschaft. In A. Zerfaß, M. Welker & J. Schmidt (Eds.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik, Publizistik* (pp. 12-18). Köln: Halem.

Zerfaß, A., & Buchele, M.-S. (2008). Strukturwandel der Kommunikation. Herausforderungen für Unternehmen und Kommunikationsagenturen, In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (No. 2.27, pp. 1-40) [Loseblattsammlung]. München: Wolters Kluwer.

Zerfaß, A., & Buchele, M.-S. (2008). Kommunikationscontrolling - Forschungsstand und Entwicklungen. *Marketing Review St. Gallen*, Vol. 1, No. 1, 20-24.

Zerfaß, A. (2008). Kommunikationscontrolling. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyzka (Eds.), *Handbuch der Public Relations* (2nd ed., pp. 599-600). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zerfaß, A. (2008). Wertschöpfung durch Kommunikation. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyzka (Eds.), *Handbuch der Public Relations* (2nd ed., pp. 629-630). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., Nothhaft, H., & Zerfaß, A. (2008). „Evaluation, PR-Evaluation“. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyzka (Eds.), *Handbuch der Public Relations* (2nd ed., pp. 587-588). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zerfass, A., Van Ruler B., Rogojinaru, A., Vercic, D., & Hamrefors, S. (2007). Monitoring kumuniciranja u Evropi 2007: Trendovi u upravljanju komuniciranjem i odnosima s javnošću. *CM Casopis Za Upravljanje Komuniciranjem* [Communication Management Quarterly], Vol. 5, No. 2, 47-53.

Zerfaß, A. (2007). Von der Einkanal-Kommunikation zum Dialog - wenn Empfänger zu Akteuren werden. In T. Ellerbeck & K. Siebenhaar (Eds.), *Vernetzte Welt - Veränderungen der Kommunikation durch Neue Medien und Mobilfunk* (pp. 31-48). Berlin: B&S Siebenhaar.

Zerfaß, A., & Sandhu, S. (2007). Relationship-Management statt Medienarbeit: Die zweite digitale Revolution und ihre Folgen. *Kommunikationsmanager*, Vol. 4, No. 2, 58-61.

Zerfass, A., & Huck, S. (2007). Innovation, Communication, and Leadership: New Developments in Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, Vol. 1, No. 2, 107-122.

Zerfaß, A. (2007). Was bezweckt strategisches Kommunikationsmanagement? Empirische Rahmenbedingungen, normative Anforderungen, faktische Handlungsmöglichkeiten. *Kommunikationsmanager*, Vol. 4, No. 1, 62-65.

Zerfaß, A., & Huck, S. (2007). Innovationskommunikation: Neue Produkte, Technologien und Ideen erfolgreich positionieren. In M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (pp. 847-858). Wiesbaden: Gabler.

Pleil, T., & Zerfass, A. (2007). Internet und Social Software in der Unternehmenskommunikation. In M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (pp. 511-532). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A. (2007). Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement: Grundlagen, Wertschöpfung, Integration. In M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (pp. 21-70). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A., & Piwinger, M. (2007). Kommunikation als Werttreiber und Erfolgsfaktor. In M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (pp. 6-16). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A., & Sandhu, S. (2006): Issues Management und Web 2.0: Monitoring der Meinungsbildung in der Blogosphäre. *PR Magazin*, Vol. 38, No. 9, 45-52.

Zerfaß, A., & Sandhu, S. (2006). CEO-Blogs: Personalisierung der Online-Kommunikation als Herausforderung für die Unternehmensführung. In A. Picot & T. Fischer (Eds.), *Weblogs professionell - Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld* (pp. 51-75). Heidelberg: dpunkt Verlag.

Zerfaß, A. (2006). Kommunikations-Controlling: Methoden zur Steuerung und Kontrolle der Unternehmenskommunikation. In B. Schmid & B. Lyczek (Eds.), *Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung* (pp. 431-465). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A. (2005). Rituale der Verifikation? Grundlagen und Grenzen des Kommunikations-Controlling. In L. Rademacher (Ed.), *Distinktion und Deutungsmacht. Studien zu Theorie und Pragmatik der Public Relations* (pp. 181-220). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zerfaß, A. (2005). Steuerung und Wertschöpfung von Kommunikation. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyzyska (Eds.), *Handbuch der Public Relations* (pp. 533-548). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Klewes, J., & Zerfaß, A. (2005). Praxiserfahrungen bei der Due Diligence von PR-Agenturen - Ein Interview. In A. Zerfaß & M. Gläser (Eds.), *Bewertung und Rating von Kommunikationsagenturen. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 15* (pp. 71-74). Stuttgart: MFG/HdM.

Gläser, M., & Zerfaß, A. (2005). Finanzierung zwischen Kreativität und Strategie – Herausforderungen an die Bewertung und das Rating von Kommunikationsagenturen. In A. Zerfaß & M. Gläser (Eds.), *Bewertung und Rating von Kommunikationsagenturen. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 15* (pp. 7-14). Stuttgart: MFG/HdM.

Zerfaß, A. (2005). Führungskommunikation und Innovation. *ZFO Zeitschrift Führung + Organisation*, 4, 234-237.

Mast, C., & Zerfaß, A. (2005). Perspektiven, Profil, Persönlichkeiten. Was Redaktionen und Leser an Innovationen interessiert. In C. Mast & A. Zerfaß (Eds.), *Neue Ideen erfolgreich durchsetzen. Das Handbuch der Innovationskommunikation* (pp. 220-226). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Mast, C., Huck, S., & Zerfaß, A. (2005). Journalisten und Unternehmen: Meinungen, Erfahrungen, Perspektiven. Ergebnisse der Studie INNOVATE 2004. In C. Mast & A. Zerfaß (Eds.), *Neue Ideen erfolgreich durchsetzen. Das Handbuch der Innovationskommunikation* (pp. 58-67). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A. (2005). Innovationsmanagement und Innovationskommunikation. In C. Mast & A. Zerfaß (Eds.), *Neue Ideen erfolgreich durchsetzen. Das Handbuch der Innovationskommunikation* (pp. 16-42). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A. (2005). Die Corporate Communications Scorecard. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (No. 4.17, pp. 1-25) [Loseblattsammlung]. München: Wolters Kluwer.

Pfannenberger, J., & Zerfaß, A. (2005). Wertschöpfung durch Kommunikation: Thesenpapier der DPRG zum strategischen Kommunikations-Controlling in Unternehmen und Institutionen. In J. Pfannenberger & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation* (pp. 184-198). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A. (2005). Integration von Unternehmenszielen und Kommunikation: Die Corporate Communications Scorecard. In J. Pfannenberger & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation* (pp. 102-112). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A., & Pfannenberger, J. (2005). Kommunikations-Controlling: Neue Herausforderungen für das Management. In J. Pfannenberger & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation* (pp. 14-26). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A., & Hartmann, B. (2005). Erfolgsfaktor Usability: Wie Websites und mobile Dienste nutzerfreundlich werden. In F. Arnold (Ed.), *Handbuch der Telekommunikation* (No. 12.3.2.17, pp. 1-33) [Loseblattsammlung]. Köln: Wolters Kluwer.

- Zerfass, A. (2005). Innovation Readiness - A framework for enhancing corporations and regions by Innovation Communication. *Innovation Journalism*, Vol. 2, No. 8, 1-27.
- Zerfaß, A. (2005). Vom Profil zu Handlungsprogrammen: Der Leitbildprozess für den Medienstandort Baden-Württemberg. In H. Gapski (Ed.), *Leitbilder für die Wissensgesellschaft. Fallbeispiele, Strategien und Reflexionen* (pp. 99-124). München: kopaed.
- Zerfaß, A. (2005). Weblogs als Meinungsmacher: Neue Spielregeln für die Unternehmenskommunikation. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (No. 5.20, pp. 1-38) [Loseblattsammlung]. Neuwied: Luchterhand.
- Zerfass, A., & Hartmann, B. (2005). The Usability Factor: Improving the Quality of E-Content. In P. A. Bruck, A. Buchholz, Z. Karssen & A. Zerfass (Eds.), *E-Content - Technologies and Perspectives for the European Market* (pp. 163-180). Berlin/Heidelberg/New York: Springer.
- Buchholz, A., & Zerfass, A. (2005). E-Content in Europe: Dimensions of an Emerging Field. In P. A. Bruck, A. Buchholz, Z. Karssen & A. Zerfass (Eds.), *E-Content - Technologies and Perspectives for the European Market* (pp. 3-27). Berlin/Heidelberg/New York: Springer.
- Mast, C., Huck, S., & Zerfass, A. (2005). Innovation Communication - Outline of the concept and empirical findings from Germany. *Innovation Journalism*, Vol. 2, No. 7, 1-14.
- Zerfaß, A., & Buchholz, A. (2005). Grundlagen und Perspektiven von E-Content - Ergebnisse eines europäischen Forschungsprojekts. *Medienwirtschaft*, 1, 43-45.
- Zerfaß, A. (2004). Medienunternehmen als Impulsgeber für Medienethik - Strategien für die Wahrnehmung sozialer Verantwortung. *Forum Wirtschaftsethik*, No. 3, 20-24.
- Zerfaß, A., Sandhu, S., & Huck, S. (2004). Innovationskommunikation - Strategisches Handlungsfeld für Corporate Communications. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (No. 1.24, pp. 1-30) [Loseblattsammlung]. Neuwied: Luchterhand.
- Zerfaß, A. (2004). Meinungsmacher im Internet: Weblogs und Peer-to-Peer-Dienste als Herausforderungen für die PR. *pr-guide.de*, No. 6, 1-9.
- Zerfaß, A. (2004). Die Corporate Communications Scorecard - Kennzahlensystem, Optimierungstool oder strategisches Steuerungsinstrument? *prportal.de*, No. 57, 1-8.
- Zerfaß, A., Sandhu, S., & Huck, S. (2004). Kommunikation von Innovationen - Neue Ideen und Produkte erfolgreich positionieren. *Kommunikationsmanager*, Vol. 1, No. 2, 56-58.

Pfendert, E., & Zerfaß, A. (2004). Professionelle Kommunikation optimieren: der Usability-Test für das Landesportal [www.baden-wuerttemberg.de](http://www.baden-wuerttemberg.de). In A. Zerfaß & H. Zimmermann (Eds.), *Usability von Internet-Angeboten - Grundlagen und Fallbeispiele. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 10* (pp. 39-50). Stuttgart: MFG/HdM.

Zerfaß, A. (2003). Public Relations - richtig verstanden: Warum moderne Unternehmensführung strategische und integre PR benötigt. In R. Ahrens & E. Knödler-Bunte (Eds.), *Public Relations in der öffentlichen Diskussion. Die Affäre Hunzinger - ein PR-Mißverständnis* (pp. 121-126). Berlin: Media Mind.

Welker, M., & Zerfaß, A. (2002). Digitale Wertschöpfung im Mittelstand - ein Leitfaden. In K. Haasis, W. Strommer & A. Zerfaß (Eds.), *Digitale Wertschöpfung* (2nd ed., pp. 183-197). Heidelberg: dpunkt Verlag.

Zerfaß, A., & Haasis, K. (2002). Internet und E-Business im Mittelstand: Anwendungsfelder, Chancen, Handlungsmöglichkeiten. In K. Haasis, W. Strommer & A. Zerfaß (Eds.), *Digitale Wertschöpfung* (2nd ed., pp. 5-25). Heidelberg: dpunkt Verlag.

Zerfaß, A., & Saehrendt, M. (2002). Integrierte Kommunikation im Web: Das Portal [www.baden-wuerttemberg.de](http://www.baden-wuerttemberg.de). In M. Piwinger & M. Prött (Eds.), *Ausgezeichnete PR* (pp. 55-65). Frankfurt a. M.: F.A.Z-Institut.

Zerfaß, A. (2001). Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. In D. J. Brauner, J. Leitolf, R. Raible-Besten & M. M. Weigert (Eds.), *Lexikon der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit* (pp. 394-399). München: Oldenbourg.

Zerfaß, A. (2001). Online-Ressourcen zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. In D. J. Brauner, J. Leitolf, R. Raible-Besten & M. M. Weigert (Eds.), *Lexikon der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit* (pp. 291-294). München: Oldenbourg.

Zerfaß, A. (2001). Interaktive Öffentlichkeitsarbeit. In D. J. Brauner, J. Leitolf, R. Raible-Besten & M. M. Weigert (Eds.), *Lexikon der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit* (pp. 156-160). München: Oldenbourg.

Zerfaß, A., & Saehrendt, M. (2000). Strategien für den Mittelstand im Internet. In M. Barabas & G. Rossbach (Eds.): *Internet - E-Business-Strategien für die Unternehmensentwicklung* (pp. 65-68). Heidelberg: dpunkt Verlag.

Zerfaß, A. (2000). Machen Medien Märkte? Zur Rolle der Medien im ökologischen Wettbewerb. In K. Fichter & U. Schneidewind (Eds.), *Umweltschutz im globalen Wettbewerb* (pp. 171-175). Berlin/Heidelberg: Springer.

Köchel, E., Zerfaß, A., & Hoffmann, C. (2000). Medienkompetenz: Berufliche Qualifikation in Unternehmen. In A. Zerfaß, C. Hoffmann, W. Wunden & W. Klingler (Eds.), *Medienkompetenz in der Informationsgesellschaft. Perspektiven in Baden-Württemberg* (pp. 29-36). Stuttgart: MFG/SWR.

Zerfaß, A., & Saehrendt, M. (1999). Mit Multimedia Informationen managen: Digitale Wertschöpfung in der technischen Dokumentation. *Technische Kommunikation*, No. 6, 4-9.

Zerfaß, A. (1999). Soziale Verantwortung in der Mediengesellschaft. In R. Funiok, U. F. Schmälzle & C. H. Werth (Eds.), *Medienethik - Die Frage der Verantwortung* (pp. 163-182). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Zerfaß, A. (1999). Digitale Wertschöpfung: Neue Medien optimieren die Geschäftsprozesse. Teil 2: Einsatzmöglichkeiten und Fallbeispiele. In H. Barske, A. Gerybadze, L. Hünninghausen & T. Sommerlatte (Eds.), *Das innovative Unternehmen* (No. 12.01/2, pp. 1-17) [Loseblattsammlung]. Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A. (1999). Digitale Wertschöpfung: Neue Medien optimieren die Geschäftsprozesse, Teil 1: Internet und Multimedia im Unternehmen. In H. Barske, A. Gerybadze, L. Hünninghausen & T. Sommerlatte (Eds.), *Das innovative Unternehmen* (No. 12.01/1, pp. 1-18) [Loseblattsammlung]. Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A. (1999). Protagonisten, Plattformen und Partner: Die Rolle von Massenmedien für die Ökologisierung von Unternehmensstrategien. *Ökologisches Wirtschaften*, No. 1, 20-21.

Adam, B., Balázs, S., & Zerfaß, A. (1999). Digitale Wertschöpfung im Mittelstand - ein Leitfaden. In K. Haasis & A. Zerfaß (Eds.), *Digitale Wertschöpfung* (pp. 219-232). Heidelberg: dpunkt Verlag.

Schulz, C.-D., & Zerfaß, A. (1999). Multimedia-Technik und Infrastruktur: Voraussetzungen für die digitale Wertschöpfung. In K. Haasis & A. Zerfaß (Eds.), *Digitale Wertschöpfung* (pp. 25-36). Heidelberg: dpunkt Verlag.

Zerfaß, A., & Haasis, K. (1999). Multimedia im Mittelstand: Anwendungsfelder, Chancen, Handlungsmöglichkeiten. In K. Haasis & A. Zerfaß (Eds.), *Digitale Wertschöpfung* (pp. 3-24). Heidelberg: dpunkt Verlag.

Zerfaß, A. (1998). Techniken - Tools - Theorien: Management-Knowhow für Public Relations. *Medien Journal*, Vol. 22, No. 3, 3-15.

Zerfaß, A., & Krzeminski, M. (1998). Zukunftsperspektiven der interaktiven Unternehmenskommunikation. In M. Krzeminski & A. Zerfaß (Eds.), *Interaktive Unternehmenskommunikation* (pp. 359-364). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A. (1998). Öffentlichkeitsarbeit mit neuen Medien: Grundlagen und Anwendungen. In M. Krzeminski & A. Zerfaß (Eds.), *Interaktive Unternehmenskommunikation* (pp. 29-52). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1997). Unternehmensethik. In *Gablers Wirtschaftslexikon* (14th rev. ed., pp. 3919-3922). Wiesbaden: Gabler.

Zerfaß, A. (1997). Thesen zur PR-Geschichtsschreibung. In P. Szyszka (Ed.), *Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein* (pp. 35-36). Berlin: Vistas.

Zerfass, A. (1997). Interaktive PR - Öffentlichkeitsarbeit in Internet und Online-Diensten. In G. Schulze-Fürstenow & B.-J. Martini (Eds.), *Handbuch PR* (No. 1.111, pp. 1-21) [Loseblattsammlung]. Neuwied: Luchterhand.

Zerfaß, A. (1996). Was ist exzellente PR? Ergebnisse des weltweit größten Forschungsprogramms. *Public Relations Forum*, Vol. 2, No. 3, 18-21.

Bentele, G., Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1996). Dialogorientierte Unternehmenskommunikation: Ein Handlungsprogramm für die Kommunikationspraxis. In G. Bentele, H. Steinmann & A. Zerfaß (Eds.), *Dialogorientierte Unternehmenskommunikation* (pp. 447-463). Berlin: Vistas.

Zerfaß, A. (1996). Dialogkommunikation und strategische Unternehmensführung. In G. Bentele, H. Steinmann & A. Zerfaß (Eds.), *Dialogorientierte Unternehmenskommunikation* (pp. 23-58). Berlin: Vistas.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1996). Republikanische Unternehmensethik und katholische Soziallehre. In N. Brieskorn & J. Müller (Eds.), *Gerechtigkeit und Soziale Ordnung, Festschrift für Prof. Dr. Walter Kerber SJ* (pp. 83-104). Freiburg: Herder.

Zerfaß, A., & Scherer, A. G. (1995). Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Überlegungen zur wissenschaftstheoretischen Grundlegung der Public Relations-Forschung. *Die Betriebswirtschaft*, Vol. 55, 493-512.

Zerfass, A. (1995). Gesellschaftspolitische Öffentlichkeitsarbeit. *Forum Wirtschaftsethik*, Vol. 3, No. 2, 8-11.

Steinmann, H., Zerfass, A., & Ahrens, R. (1995). Consultants' Roles and Responsibilities. Lessons from Public Relations in Germany. In H. von Weltzien Høivik & A. Føllesdal (Eds.), *Ethics and Consultancy: European Perspectives* (pp. 163-177). Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1995). Management der integrierten Unternehmenskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und strategische Implikationen. In R. Ahrens, H. Scherer & A. Zerfaß (Eds.), *Integriertes Kommunikationsmanagement* (pp. 11-50). Frankfurt a. M.: F.A.Z-Institut.

Zerfaß, A. (1994). Kommunikative Kompetenz und Unternehmensethik. Perspektiven für die interne und externe Kommunikation. In E. Bartsch (Ed.), *Sprechen, Führen, Kooperieren in Betrieb und Verwaltung* (pp. 297-306). München/Basel: Ernst Reinhardt Verlag.

Zerfaß, A. (1993). Öffentlichkeit und Unternehmenskommunikation - Betriebswirtschaftliche Fragen und Perspektiven. In W. Faulstich (Ed.), *Konzepte von Öffentlichkeit* (pp. 116-145). Bardowick: Wissenschaftler-Verlag.

Steinmann, H., Zerfaß, A., & Ahrens, R. (1993). Ethische Problemfelder der Public Relations-Beratung. *PR Magazin*, Vol. 24, No. 10, 33-40.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1993). Wirtschafts- und Unternehmensethik in Deutschland. *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, Vol. 22, 647-648.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1993). Privates Unternehmertum und öffentliches Interesse. In G. R. Wagner (Ed.), *Betriebswirtschaft und Umweltschutz* (pp. 3-26). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1993). Unternehmensethik. In G. Enderle, K. Homann, M. Honecker, W. Kerber & H. Steinmann (Eds.), *Lexikon der Wirtschaftsethik* (col. 1113-1122). Freiburg: Herder.

Steinmann, H., & Zerfass, A. (1993). Corporate Dialogue - a new perspective for Public Relations. *Business Ethics - A European Review*, Vol. 2, No. 2, 58-63.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1992). Unternehmensethik. In *Gablers Wirtschaftslexikon* (13th rev. ed., pp. 3400-3404). Wiesbaden: Gabler.

#### Research reports (13)

Fink, S., Zerfass, A., & Linke, A. (2011). *Social Media Governance 2011. Expertise Levels, Structures and Strategies of Companies, Governmental Institutions and Non-Profit Organizations communicating on the Social Web. Results of an empirical study of communications professionals*. Leipzig/Wiesbaden: University of Leipzig/FFPR.

Fink, S., Zerfaß, A., & Linke, A. (2011). *Social Media Governance 2011 - Kompetenzen, Strukturen und Strategien von Unternehmen, Behörden und Non-Profit-Organisationen für die Online-Kommunikation im Social Web. Ergebnisse einer empirischen Studie bei Kommunikationsverantwortlichen*. Leipzig/Wiesbaden: Universität Leipzig/FFPR.

Fink, S., & Zerfass, A. (2010). *Social Media Governance 2010. Results of a survey among communications professionals from companies, governmental institutions and non-profit organizations in Germany*. Leipzig/Wiesbaden: University of Leipzig/FFPR.

Fink, S., & Zerfaß, A. (2010). *Social Media Governance 2010. Ergebnisse einer Studie unter Kommunikationsverantwortlichen in Unternehmen, Behörden, Verbänden und Non-Profit-Organisationen in Deutschland*. Leipzig/Wiesbaden: Universität Leipzig/FFPR.

Zerfaß, A., & Dühring, L. (2009). *PR 2009: Fokussierung, Rückschritt, Expansion? Herausforderungen in Zeiten von Kommunikationswandel und Rezession*. Leipzig/Frankfurt a. M.: Universität Leipzig/GPRA.

Zerfass, A., Moreno, A., Tench, R., Vercic, D., & Verhoeven, P. (2008). *European Communication Monitor 2008. Trends in Communication Management and*

*Public Relations - Results and Implications*. Leipzig: University of Leipzig/Euprera.

Zerfaß, A., Rau, H., Mahnke, M., & Boltze, A. (2008). *Bewegtbildkommunikation im Internet - Herausforderungen für Journalismus und PR. Ergebnisse der Bewegtbildstudie 2008*. Leipzig: Universität Leipzig.

Zerfaß, A., & Ernst, N. (2008). *Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement. Ergebnisse einer Studie in deutschen Zukunftstechnologie-Branchen*. Leipzig: Universität Leipzig.

Zerfaß, A., & Buchele, M.-S. (2007). *Wandel der Kommunikationslandschaft - Wandel der PR? Neue Herausforderungen für Kommunikationsagenturen*. Leipzig/Frankfurt a. M.: Universität Leipzig/GPRA.

Zerfass, A., Van Ruler, B., Rogojinaru, A., Vercic, D., & Hamrefors, S. (2007). *European Communication Monitor 2007. Trends in Communication Management and Public Relations - Results and Implications*. Leipzig: University of Leipzig/Euprera.

Zerfass, A., Sandhu, S., & Young, P. (2007). *EuroBlog 2007: European Perspectives on Social Software in Communication Management - Results and Implications*. Leipzig/Luzern/Sunderland: Universities of Leipzig, Lucerne and Sunderland.

Zerfaß, A., & Bogosyan, J. (2007). *Blogstudie 2007: Informationssuche im Internet - Blogs als neues Recherchetool*. Leipzig: Universität Leipzig.

Young, P., Zerfass, A., & Sandhu, S. (2006). *Results of the first European Survey on Weblogs in Public Relations and Communication Management (Euroblog 2006)*. Sunderland/Stuttgart: University of Sunderland/MFG.

#### Other publications (19)

Liehr, K., Peters, P., & Zerfaß, A. (2009): *Reputationsmessung - Grundlagen und Verfahren. communicationcontrolling.de Dossier No. 1*, Berlin/Leipzig: DPRG/Universität.

Storck, C., Buchele, M.-S., & Zerfaß, A. (Eds.) (2009-): *Dossiers communicationcontrolling.de* (Vol. 1-3, to be continued). Berlin/Leipzig: Universität Leipzig/DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft.

Sass, J., & Zerfaß, A. (2008). *Kommunikationscontrolling - Bedeutung, Handlungsfelder, Implementierungsschritte*. Berlin: Bundesverband Deutscher Pressesprecher.

Gläser, M., Friedrichsen, M., Haasis, K., & Zerfaß, A. (Eds.) (2001-2005): *Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft* (Vol. 1-15). Stuttgart: MFG Medienentwicklung/HdM Hochschule der Medien.

- Zerfaß, A., & Gläser, M. (Eds.) (2005). *Bewertung und Rating von Kommunikationsagenturen. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 15*. Stuttgart: MFG/HdM.
- Pfendert, E., Zerfaß, A., & Gehring, R. (Eds.) (2005). *E-Procurement in der öffentlichen Verwaltung. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 14*. Stuttgart: MFG/HdM.
- Mast, C., & Zerfaß, A. (Eds.) (2004). *Innovationskommunikation als Herausforderung für PR und Journalismus. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 13*. Stuttgart: MFG/HdM.
- Buchholz, A., Sandhu, S., Kupczyk, T. & Zerfass, A. (2004). *ACTeN Anticipating Content Technology Needs - Final Report*. Stuttgart: MFG Medienentwicklung.
- Zerfaß, A., & Zimmermann, H. (Eds.) (2004). *Usability von Internet-Angeboten - Grundlagen und Fallbeispiele. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 10*. Stuttgart: MFG/HdM.
- Winchenbach, U., & Zerfaß, A. (Eds.) (2001). *Internet für alle - Projekte zur Überwindung der digitalen Spaltung*. Stuttgart: MFG Medienentwicklung.
- Winchenbach, U., & Zerfaß, A. (Eds.) (2001). *Kommunen im Internet*. Stuttgart: MFG Medienentwicklung.
- Palmer, C.-E. (Ed.), Zerfaß, A., Haasis, K., Röthemeyer, G., Kühner, R., Friedrich, B., & Conrad, M. (Red.) (2000). *Baden-Württemberg in der Informationsgesellschaft. Leitbild für den Medienstandort*. Stuttgart: Staatsministerium Baden-Württemberg/MFG Medienentwicklung.
- Zerfaß, A., Hoffmann, C., Wunden, W., & Klingler, W. (Eds.) (2000). *Medienkompetenz in der Informationsgesellschaft. Perspektiven in Baden-Württemberg*. Stuttgart: MFG Medienentwicklung/SWR Südwestrundfunk.
- Zerfaß, A., & Fietkau, K. (1997). *Interaktive Öffentlichkeitsarbeit. Der Einsatz von Internet und Online-Diensten im PR-Management. Diskussionsbeitrag Nr. 89 des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung*. Nürnberg: Universität Erlangen-Nürnberg.
- Zerfaß, A. (1994). *Europäische Unternehmensordnung. Nationale Unternehmensverfassungen und die Reformansätze der Europäischen Kommission zur Mitbestimmung und Führungsorganisation. Diskussionsbeitrag Nr. 71 des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung (2nd rev. ed.)*. Nürnberg: Universität Erlangen-Nürnberg.)
- Zerfaß, A., & Emmendorfer, A. (1994). *Gesellschaftsorientiertes Marketing und sozial verantwortliche Unternehmensführung. Diskussionsbeitrag Nr. 80 des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung*. Nürnberg: Universität Erlangen-Nürnberg.

Zerfaß, A., & Scherer, A. G. (1993). *Die Irrwege der Imagekonstrukteure. Ein Plädoyer gegen die sozialtechnologische Verkürzung der Public Relations-Forschung. Diskussionsbeitrag Nr. 77 des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung*. Nürnberg: Universität Erlangen-Nürnberg.

Zerfaß, A. (1992). *Europäische Unternehmensordnung. Nationale Unternehmensverfassungen und die Reformansätze der Europäischen Kommission zur Mitbestimmung und Führungsorganisation. Diskussionsbeitrag Nr. 71 des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung*. Nürnberg: Universität Erlangen-Nürnberg.

Steinmann, H., & Zerfaß, A. (1991). *Das ERBE-Dialogprogramm. Chancen und Grundlagen eines Dialogs zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit über die Problemfelder der Selbstmedikation bei Erkältungskrankheiten*. Nürnberg: Universität Erlangen-Nürnberg.

### Articles, interviews and book reviews

Articles, commentaries and columns published in national journals and newspapers, i.e. Handelsblatt, Kommunikationsmanager, Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft.

Interviews in national and regional media, i.e. Financial Times Deutschland, Handelsblatt, Manager Magazin, n-tv, dpa, Welt, Welt am Sonntag, LVZ, MDR, RTL, ZDF.

More than 60 book reviews published in the journals Publizistik, Personalwirtschaft, Management Revue, Forum Wirtschaftsethik and in several online magazines, i.e. PR Guide, Public Relations Journal.

### Presentations at academic conferences (overview)

Since 1991 approximately 50 lectures and presentations (peer-reviewed papers as well as peer-reviewed panels, moderations, and invited keynotes) at academic conferences in Europe, the United States and Asia, i.e.

- ICA International Communication Association, Annual Conferences
- ECREA European Communication Research and Education Association, Bi-Annual Conferences
- IPR Institute of Public Relations, Annual International Public Relations Research Conferences
- EUPRERA European Public Relations Education and Research Association, Annual Conferences and Spring Symposia
- BLEDCOM International Public Relations Conferences
- IJ Innovation Journalism Conference at Stanford University
- DGPuK German Association of Communication Science, Annual Conferences and Conferences of the Public Relations/Organisational Communication Division

### Selected titles of presentations (invited and peer-reviewed)

- *Strategic communication - A concept at the center of applied communications* (organizer of a full-day pre-conference with 35 peer-reviewed papers from 17 countries). ICA 2011 Conference, Boston, Mass., USA.
- *Corporate Communications Revisited - How communication drives corporate value and legitimization*. Bournemouth University, UK.
- *Social Media Governance: Regulatory frameworks as drivers of success in online communications*. IPRRC International Public Relations Research Conference 2011, Miami, USA (Best paper award).
- *Social Media in Public Relations: Analyzing the Enactment in Communication Departments*. International Public Relations Research Institute, Beijing International University, Beijing, China.
- *Measurement and Controlling - New directions*. Hong Kong Baptist University, Hong Kong.
- *The Dynamics of Power in Public Relations: Using Castells and Giddens to Develop a Framework for Investigation*. ICA 2010 Conference, Singapore.

- *Integrated communication and brand management: The struggle between public relations and marketing communications in commodity industries*, ECREA 2010 Conference, Hamburg.
- *Assuring Rationality and Transparency in Corporate Communications: The Role of Communication Controlling from a Management Point of View*. IPRRC International Public Relations Research Conference 2010, Miami, USA.
- *Monitoring Communication Management in Europe*. ICA 2009 Conference, Chicago, USA.
- *Public relations and interactive communication: Integrating online videos, communities and social media*. International conference "Communication in the millennium", Istanbul University, Istanbul, Turkey.
- *Social Web, Interactive Communication and Open Innovation: Joining Forces to Contribute to the Bottom Line*. EuroBlog 2008 International Research Symposium, Brussels, Belgium.
- *Corporate Communications Revisited: Introducing an Advanced Theory of the Firm and Value Based Management into Public Relations Theory*. ICA 2006 Conference, Dresden.
- *The Corporate Communications Scorecard - A framework for managing and evaluating communication strategies*. BLEDCOM 2005 Public Relations Research Conference, Lake Bled, Slovenia.
- *Executive Blogs. Weblog technologies as a challenge and opportunity for Public Relations and CEO Communication*. EUPRERA 2005 Annual Conference, Lisbon, Portugal.
- *Innovation Readiness - A framework for enhancing corporations and regions by Innovation Communication*. Second Innovation Journalism Conference 2005, Stanford University, Palo Alto, USA.