

**Mag. (FH) Sabrina Fischer**  
**Wie Kommunikation zu Geld wird –**  
**Kommunikations-Controlling im B2B Bereich**

Wien, 2010, 172 Seiten

**Kurzzusammenfassung**

Heutzutage müssen Kommunikations- und Marketingabteilungen ihre Budgets argumentieren können, und beweisen welche Wirkung(en) die eingesetzten Kommunikationsmaßnahmen haben. Die Kosten stehen dabei oftmals unverhältnismäßig zu den erreichten Zielen und können die jeweiligen Erlöse übersteigen. Die Herausforderung besteht nun darin, ein praktikables und effizientes System zu entwickeln, das Kommunikation steuern und evaluieren kann. Wissenschaftler und Anwender aus der Praxis beschäftigen sich seit ungefähr 20 Jahren mit der Disziplin des Kommunikations-Controlling. Ein Großteil der entwickelten Methoden ist allerdings auf den B2C Bereich ausgerichtet und geht meist nicht auf die speziellen Anforderungen der B2B Kommunikation ein. Darüber hinaus reichen „weiche Faktoren“ wie bspw. ein Imagewert nicht mehr aus um die Wertschöpfung von Kommunikation zu berechnen. Es bedarf auch betriebswirtschaftlicher Kennzahlen und Fakten.

Die vorliegende Diplomarbeit untersucht, welche Methoden und Instrumente des Kommunikations-Controlling sich zur Steuerung und Evaluation von Kommunikationsmaßnahmen im B2B-Bereich eignen. Des Weiteren erforscht die theoretische und empirische Untersuchung Anforderungen der B2B Unternehmen an diese Systeme. Die empirische Forschung basiert auf qualitativen Leitfadeninterviews mit Experten und Anwendern aus dem Bereich des Kommunikations-Controlling.

Die Ergebnisse der Forschung zeigen, dass es, abhängig von der Größe und Art des Unternehmens, geeignete Methoden gibt, mit denen B2B Kommunikation effizient gesteuert und evaluiert werden kann. Ein optimales Kommunikations-Controlling- Modell für den B2B Bereich muss sowohl quantitative als auch qualitative Kennzahlen enthalten. Weiters sollten sich die einzelnen Methoden auch auf typische Instrumente der B2B Kommunikation fokussieren, einfach zu handhaben und Kosten-Nutzen orientiert sowie effektiv sein. Scorecard- Methoden können in diesem Zusammenhang sinnvoll sein. Allerdings zeigen die Ergebnisse der Forschung auch, dass es derzeit noch kein präferiertes Modell unter Wissenschaftlern und Anwendern gibt.