

**Aktuelle Aufsätze unter www.pr-evaluation.de
Aktuelle Rezensionen, Beiträge und Kommentare
unter <http://blog.pr-evaluation.de>
Amazon Lieblingsliste unter <http://www.amazon.de/PR-Evaluation/lm/RUVS7IEZ68IPR>**

Unsere eigenen Veröffentlichungen:

Besson, Nanette
Strategische PR-Evaluation. Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2008,
3. Auflage Juli 2008

Besson, Nanette
Medienresonanzanalyse DO-IT-YOURSELF. Ein Computerkurs für PR-Praktiker. Dr. Besson Fachverlag Edingen-Neckarhausen 2005

Besson, Nanette
Jahrbuch der PR-Evaluation 2009. Dr. Besson Fachverlag Edingen-Neckarhausen 2010

Wohlfeld, Heike
Medienresonanzanalyse BASIC. CD-Rom mit fiktiver Analyse und Anleitung zum Individualisieren. Dr. Besson Fachverlag Edingen-Neckarhausen 2010

Besson, Nanette
Jahrbuch der PR-Evaluation 2008. Dr. Besson Fachverlag Edingen-Neckarhausen 2009

- AMEC Association of Media Evaluation Companies (1997)
Guide to media evaluation. 9 Lincoln's Inn Fields, London WC2A 3BP, UK London 1997
- Apeler, Martin (1994)
Erfolgskontrolle von PR-Maßnahmen. Wissenschaftsverlag Vauk Kiel KG Kiel 1994
- Argyle, Michael (1992)
Körpersprache und Kommunikation. Junfermann Verlag Paderborn 1992
- Arnold, Sabine (2005)
Moderne Ansätze der PR-Evaluation. In: Klewes, Joachim (2005) Unternehmenskommunikation auf dem Prüfstand. Aktuelle empirische Ergebnisse zum Reputation Marketing. Deutscher Universitätsverlag Wiesbaden 2005, Seite 251-296
- Aronson, Elliot (1994)
Sozialpsychologie: menschliches Verhalten und gesellschaftlicher Einfluß. Spektrum Akademischer Verlag Heidelberg 1994
- Avenarius, Horst (2000)
Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation. Primus Darmstadt 2000
- Awad, Joseph F. (1985)
The Power of Public Relations. Praeger Publishers New York 1985
- Bachem, Christian/ Jens Keller, Sven Reinecke (2008)
Kennzahlengestützte Steuerung digitaler Kommunikation. In: Interaktives Marketing – neue Wege zum Dialog mit den Kunden. Gabler Verlag Wiesbaden 2008
- Baerns, Barbara (1995)
Einleitung. In: Baerns, Barbara (Hrsg.). PR-Erfolgskontrolle. IMK Frankfurt/M. 1995. Seite 20ff
- Baerns, Barbara/ Joachim Klewes (Hrsg.) 1996
Jahrbuch Public Relations 1996. ECON Düsseldorf 1996
- Baerns, Barbara (1997)
Methoden und Maßstäbe. In: GPRA Arbeitskreis Evaluation (Hrsg.). Evaluation von Public Relations - Dokumentation einer Fachtagung. IMK Frankfurt/M. 1997. Seite 46ff
- Bauer, Markus (1998)
PR-Erfolgskontrolle in der Pressearbeit. Verlag Reinhard Fischer München 1998
- Behr, Jana (2005)
PR-Evaluation? Ja, aber richtig! In: Promotion Business Juli 2005, Seite 50-52. Online unter: http://www.pr-guide.de/fileadmin/docs/Diverse_downloads/PR_evaluation_Kopie_1.pdf im April 2008
- Benninghaus, Hans (1996)
Einführung in die sozialwissenschaftliche Datenanalyse. R. Oldenbourg Verlag München 1996
- Bentle, Günter (1997a)
PR-Wissenschaft in Deutschland: Eine Annäherung. In: Public Relations Forum. 1997a
Nr. 3, 3. Jg. Seite 8-15

- Bentele, Günter (1997b)
Einführung in die Thematik. In: GPRA Arbeitskreis Evaluation (Hrsg.). Evaluation von Public Relations - Dokumentation einer Fachtagung. IMK Frankfurt/M. 1997b. Seite 16ff
- Bentele, Günter (2001)
Marketing und PR - Abgrenzung, Abstimmung und Integration. In: Vortrag auf der Konferenz "Integrierte Unternehmenskommunikation", 1.2.2001, Bonn. IIR Deutschland. Anzufordern bei www.iir.de Juni 2001
- Bentele, Günter (2007)
Profession Pressesprecher 2007. Vermessung eines Berufsstandes. Helios Media Berlin 2007.
- Bentele, Günter (2007a)
Bericht über einen Vortrag über PR und PR-Evaluation. In: "Evaluierung und Erfolgskontrolle in der PR". Im Internet unter <http://www.prportal.de/artikel/20070614-25a38a9f>
- Bentele, Günter (2007b)
Vorlesungsskript aus dem Sommersemester 2007 an der Universität Leipzig. Im Internet unter : http://www.communicationmanagement.de/fileadmin/cmgt/PDF_Vorlesungsskripte/PR_in_D__2_Berufsfeld.pdf
- Bentele, Günter (2007c)
Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2007
- Besson, Nanette (2003 und 2004a)
Strategische PR-Evaluation. 1. und 2. Auflage VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2003/2004
- Besson, Nanette (2004b)
Strategische PR-Evaluation. In: PR Magazin. Rommerskirchen Remagen-Rolandseck, 35. Jg., Nr. 9 September 2004. Seite 45-52
- Besson, Nanette (2005)
Medienresonanzanalyse DO-IT-YOURSELF. Dr. Besson Fachverlag Edingen-Neckarhausen 2006
- Besson, Nanette (2007a)
Strategische Krisenevaluation. In: PR Magazin. Rommerskirchen Remagen-Rolandseck, 38. Jg., Nr. 12 Dezember 2007.
- Besson, Nanette (2008a)
Mit strategischer Krisenevaluation zur besseren Krisenperformance. In: Nolting, Tobias /Ansgar Thießen (Hrsg.). Krisenmanagement in der Mediengesellschaft. Potenziale und Perspektiven in der Krisenkommunikation. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2008
- Berth, Kirsten/Göran Sjöberg (1997)
Quality in Public Relations. IQPR Kopenhagen, Denmark 1997
- Bethard-Caplick, Debra (2007)
The Current State of Public Relations Measurement and Evaluation Methods. Master-Arbeit. USA 2007.
- Bogner, Franz (1999)
Das neue PR-Denken. Ueberreiter Wien 1999
- Brauer, Gernot (1993)
ECON Handbuch Öffentlichkeitsarbeit. ECON Düsseldorf 1993
- Brauer, Gernot (1996)
99 mal PR - Checklisten für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit. ECON Düsseldorf 1996
- Broom, Glen M./David M. Dozier (1990)
Using Research in Public Relations. Englewood Cliffs, New Jersey 1990
- Brosius, Hans-Bernd/Friederike Koschel/Alexander Haas (2008)
Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 4. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2008
- Brown, Mark Graham (1997)
Kennzahlen - Harte und weiche Faktoren erkennen, messen und bewerten. In: Brown, Mark Graham: Kennzahlen - Harte und weiche Faktoren erkennen, messen und bewerten. Carl Hanser Verlag München Wien 1997
- Bruhn, Manfred (1995)
Integrierte Unternehmenskommunikation. Schäfer Pöschel Stuttgart 1995
- Bruhn, Manfred (1997)
Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Springer Berlin 1997
- Buchele, Mark-Steffen (2008)
Der Wertbeitrag von Unternehmenskommunikation. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2008
- Burkart, Roland (1998)
Kommunikationswissenschaft. böhlau wien Wien 1998
- Burkart, Roland/Lieselotte Stalzer (2002)
Qualitätsdiskussion in der Öffentlichkeitsarbeit. In: PR Guide Online Februar 2002. www.pr-guide.de/online/p020204.htm
- Buß, Eugen/Manfred Piwinger (1998)
Welchen Wert hat Image? In: Public Relations Forum. ERMA Verlag Nürnberg 1998 4. Jg. Nr. 2. Seite 84-88
- Chartered Institute of Public Relations (CIPR – ehemals IPR)
PR Toolkit: Media Evaluation Edition. CIPR London Juli 2003
- Chartered Institute of Public Relations (CIPR – ehemals IPR)
Reputation and the bottom line. CIPR London 2003
- Cutlip, Scott/A. Center/Glen Broom (1985)
Effective Public Relations. Prentice Hall New Jersey 1985 (7. Auflage 1994)

- Diesing, Michael (1997)
Resonanzanalysen im Printbereich. In: GPRA Arbeitskreis Evaluation (Hrsg.). Evaluation von Public Relations - Dokumentation einer Fachtagung. IMK Frankfurt/M. 1997. Seite 58ff
- Dörrbecker, Klaus/Renée Fissenewert-Goßmann (1996)
Wie PR-Profis PR-Konzeptionen entwickeln. IMK Frankfurt/M. 1996
- Dörrbecker, Klaus/Renée Fissenewert-Goßmann (1999, 3. Auflage)
Wie PR-Profis PR-Konzeptionen entwickeln. Frankfurter Allgemeine Buch Frankfurt/M. 1999
- DPRG (1999)
Qualifikationsprofil Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations. DPRG Bonn 1999
- DPRG (2000)
PR-Evaluation. Messen, Analysieren, Bewerten - Empfehlungen für die Praxis. Booklet des Evaluationsausschusses der DPRG & GPRA. DPRG Bonn 2000
- Eisele, Hans/Wolfgang Reineke (2000)
Taschenbuch der ÖA. Public Relations in der Gesamtkommunikation. Sauer-Verlag GmbH Heidelberg 2000
- Eisenegger, Mark (2005)
Reputation in der Mediengesellschaft. Konstitution - Issues Monitoring - Issues Management. VS Verlag Wiesbaden 2005
- Ester, Birgit (1997)
Benchmarks für die Ersatzteillogistik - Benchmarkingformen, Vorgehensweise, Prozesse und Kennzahlen. Erich Schmidt Verlag Berlin 1997
- Fairchild, Michael (1997)
How to get real Value from Public Relations. ICO London 1997
- Falkenberg, Viola (2001)
Evaluation der Qualität von Pressearbeit. In: PR-Magazin. Rommerskirchen Remagen-Rolandseck 2001 Nr. 9 September 2001. Seite 35-42
- Felser, Georg (1997)
Werbe- und Konsumentenpsychologie. Schäffer-Poeschel Stuttgart 1997
- Femers, Susanne/Joachim Klewes (1995)
Medienresonanzanalysen als Evaluationsinstrument der ÖA. In: Baerns, Barbara (Hrsg.). PR-Erfolgskontrolle. IMK Frankfurt/M. 1995. Seite 115ff
- Fischer, Gabriele (1991)
Public Relations als strategischer Erfolgsfaktor. Verlag Wissenschaft & Praxis Ludwigsburg - Berlin 1991
- Fombrun, Charles (1996)
Reputation – Realizing Value from the Corporate Image. Harvard Business School Press Boston 1996
- Fombrun, Charles/N. Gardberg/J.M. Sever (2000)
The Reputation QuotientSM: A multi-stakeholder Measure of Corporate Reputation. In: The Journal of Brand Management. 2000 Nr. 4, Vol. 7. Seite 241-255
- Fombrun, Charles/Klaus-Peter Wiedmann (2001)
Unternehmensreputation und der "Reputation Quotient" (RQR). In: PR-Magazin. Rommerskirchen Remagen-Rolandseck 2001 32. Jg. Dezember 2001. Seite 45-52
- Fombrun, Charles/Klaus-Peter Wiedmann (2001a)
Unternehmensreputation auf dem Prüfstand. In: Planung & Analyse. Deutscher Fachverlag GmbH Frankfurt/M. Nr. 4/2001, Seite 60-64
- Friedag, Herwig/Walter Schmidt (2004)
Balanced Scorecard. 2. Auflage. Haufe Verlag Planegg 2004
- Friedrichs, Jürgen (1980)
Methoden empirischer Sozialforschung. Westdeutscher Verlag Opladen 1980
- Fröhlich, Romy/Ralf Schluricke/Stefan Schanz (2007)
PR-Evaluation – Von Wünschen und Wirklichkeiten in der PR-Branche. Ergebnisse einer Online-Befragung. Im Juli 2007 im Internet auf dem Schriftenserver der LMU München unter <http://epub.ub.uni-muenchen.de/archive/00001931/>
- Frontzek, Heinrich (2007)
Wertorientierte Unternehmenskommunikation bei der Festo AG.
<http://www.communicationcontrolling.de/fileadmin/communicationcontrolling/pdf-fallstudien/Fallstudie-Festo-2006.pdf>.
Esslingen, Juli 2007.
- Früh, Werner/Klaus Schönbach (1982)
Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen. In: Publizistik 27, Nr. 1-2. Seite 74-88
- Früh, Werner (1991)
Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung. Westdeutscher Verlag Opladen 1991
- Früh, Werner (1998)
Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis. UVK-Medien Konstanz 1998
- Fuhrberg, Reinhold (1995)
Teuer oder billig, Kopf oder Bauch - Versuch einer systematischen Darstellung von Evaluationsverfahren. In: Baerns, Barbara (Hrsg.). PR-Erfolgskontrolle. IMK Frankfurt/M. 1995. Seite 47ff
- Fuhrberg, Reinhold (1997)
Systematik der Evaluation - Kriterien der Erfolgskontrolle. In: GPRA Arbeitskreis Evaluation (Hrsg.). Evaluation von Public Relations - Dokumentation einer Fachtagung. IMK Frankfurt/M. 1997. Seite 51ff
- Gaitanides, M./R. Scholz/ A. Vrohlings/ M. Raster (1994)
Prozeßmanagement. Konzepte, Umsetzungen und Erfahrungen des Reengineering. Hanser Verlag München 1994

- GPR (1994)
Medienresonanz-Analyse (Broschüre). GPR Frankfurt/M. 1994
- Grefe, Rolf/Siegfried Müller (1976)
Die Entwicklung des "Opinion Leader"-Konzepts und der Hypothese von zweistufigen Kommunikationsprozess. In: Zeitschrift für Markt-, Meinungs- und Zukunftsforschung. 1976 19. Jg. 1976/1. Seite 1109-1262
- Gregory, Anne (1999)
Editorial - Measurement and Evaluation. In: Journal of Communication Management. Henry Stewart Publications London 1999
Volume four Number one August. Seite 6-8
- Gregory, Anne (2001)
Public Relations and evaluation: Does the reality match the rhetoric? In: Journal of Marketing Communication Taylor & Francis Juli 2001, Seite 171-189
- Grunig, James/Todd Hunt (1984)
Managing Public Relations. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers USA 1984
- Grunig, James (1992)
Excellence in Public Relations and Communication Management. Lawrence Erlbaum Associates Publishers New Jersey USA 1992
- Grunig und Grunig (1992)
Models of Public Relations and Communication. In: Excellence in Public Relations and Communication Management. Lawrence Erlbaum Associates Publishers New Jersey USA 1992. Seite 285-325.
- Grunig, James/Linda Hon (1999)
Guidelines for Measuring Relationships in Public Relations. Institute for Public Relations Florida, USA 1999. Im Internet unter http://www.instituteforpr.org/research_single/measuring_activities
- Grunig, Larissa/James Grunig/David Dozier (2002)
Excellent Public Relations and Effective Organizations. Lawrence Erlbaum Associates Publishers New Jersey USA 2002
- Grunig, James (2002b)
Qualitative Methods for Assessing Relationships Between Organizations and Publics. Im Internet unter http://www.instituteforpr.org/ipr_info/qualitative_methods_assessing
- Hansen, Renée (geb. Fissenewert)/Stephanie Schmidt (2006)
Konzeptionspraxis. Frankfurter Allgemeine Buch. Frankfurt/M. 3. Auflage August 2006
- Helm, Sabrina (2007)
Unternehmensreputation und Stakeholder-Loyalität. DUV Verlag Wiesbaden 2007
- Hering, Ralf/Bernd Schuppener/Mark Sommerhalder (2004)
Die Communication Scorecard. Eine neue Methode des Kommunikationsmanagements. Haupt Verlag Bern 2004
- Horváth & Partner (Hrsg.) (2000)
Balanced Scorecard umsetzen. Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart 2000
- Ingenhoff, Diana (2007)
Integrated Reputation Management System (IReMS). Ein Analyseinstrument zur Messung und Steuerung von Werttreibern der Reputation. In: PR Magazin Rommerskirchen Remagen-Rolandseck 38. Jg. Juli 2007, Seite 55-62
- Jäger, Wolfgang/Lothar Rolke (2008)
PR für HR. In: PR-Magazin Rommerskirchen Remagen-Rolandseck März 2008, Seite 63-70
- Jahn, Christian (2004)
Suche nach dem Rahmen. In: PR-Magazin Rommerskirchen Remagen-Rolandseck Mai 2004, Seite 10 - 13
- Jahn, Christian (2006)
Mehr Mut zum Messen. In: PR-Magazin Rommerskirchen Remagen-Rolandseck April 2006, Seite 34-37
- Jossé, Harald (2007)
„Denn sie wissen nicht, was sie tun“. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung. 9. Juli 2007. Seite 20
- Kaspers, Walter/Hans-Jürgen Kiefner (1985)
Messen Steuern Regeln. Friedr. Vieweg & Sohn Braunschweig/Wiesbaden 1985
- Kelber, Elisabeth (2000)
Öffentliches Vertrauen: Bedeutung und Funktion für Public Relations. In: Public Relations Forum. ERMA Verlag Nürnberg 2000 6. Jg. Mai 2000 Nr 2. Seite 105-106
- Kempf, Wilhelm (1997)
Soziales Lernen. In: Frey, Dieter und Greif, Siegfried (Hrsg.). Sozialpsychologie. Psychologie Verlags Union Weinheim 1997
4. Auflage. Seite 326-329
- Kern, Werner (1981)
Kennzahlensysteme als Niederschlag interdependenter Unternehmensplanung. In: Steinmann, Horst (Hrsg.). Planung und Kontrolle. Verlag Vahlen München 1981. Seite 410-431
- Klewes, Joachim (1994)
Kann man Öffentlichkeitsarbeit messen? Zur Frage nach dem Sinn und den Möglichkeiten von Wirkungskontrolle in den Public Relations. In: Kohtes & Klewes (Hrsg.). Kompetenz Nr. 11 - Public Relations und Management (Broschüre). K&K Düsseldorf 1994
- Klewes, Joachim (1995)
Qualität und Evaluation - Zwei Schritte auf dem Weg zur Entwicklung der PR-Profession. In: Komm Doku 1995 (Hrsg.). Dokumentation der Messe „Komm 1995“. Düsseldorf 1995
- Klewes, Joachim (1999)
Unternehmenskommunikation heute. In: Klewes, Joachim: Vortrag auf der Konferenz "Integrierte Unternehmenskommunikation", 1. 2. 1999, Bonn. IIR Deutschland. Im Internet unter www.k-brain.de Mai 1999

- Klewes, Joachim (2001)
Management-Praxis in der Unternehmenskommunikation. Im Internet unter www.k-brain.de 2001
- Knobloch, Sylvia (1997)
PR-Erfolgskontrolle durch Zeitreihenanalyse. VISTAS Berlin 1997
- Kochhan, Christoph/Corinna Haas (2000)
"Integrierte Kommunikation" - Zum Nutzen 'klassischer' Werbekennziffern für PR-Planung und PR-Evaluation. In: Public Relations Forum. ERMA Verlag Nürnberg 2000 6. Jg. Aug 2000 Nr 3. Seite 155-157
- Krause, Bernd (1996)
Quantitative und inhaltliche PR Evaluations-Methoden. In: DPRG (Hrsg.). "Aufbruch zu neuen Standard: Evaluation: Erfolge planen - Erfolge messen." Dokumentation DPRG Jahrestagung 1996. DPRG Bonn 1996. Seite 62ff
- Kroeber-Riel, Werner/Peter Weinberg (1999)
Konsumentenverhalten. Verlag Franz Vahlen München 1999 7. Auflage
- Krüger, Christian (2007)
Medienanalyse als Instrument strategischer Kommunikation. In: Wägenbaur, Thomas (Hrsg.). Medienanalyse. Methoden, Ergebnisse, Grenzen. Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement, Band 16. Nomos Verlag Baden-Baden 2007, Seite 189-202
- Kruse, Astrid/Katja Brickwedde (2006)
Evaluation von Kommunikation. Die Berichterstattung in Fachmedien der Kommunikationsbranche. Metis Kommunikation und Analyse 2006
- Kuckartz, Udo/Thorsten Dresing/Stefan Rädiker/Claus Stefer (2007)
Qualitative Evaluation. Der Einstieg in die Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2007
- Lambeck, Alfred (1992)
Die Krise bewältigen - Management und Öffentlichkeitsarbeit im Ernstfall. Ein praxisorientiertes Handbuch. IMK Frankfurt/M. 1992
- Lange, Mirko (2005)
Das Communications Value System der GPRA. In: Pfannenberg, Jörg/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.). Wertschöpfung durch Kommunikation. Frankfurter Allgemeine Buch Frankfurt 2005. Seite 199-211
- Lasswell, Harold (1948)
The Structure and Function of Communication in Society. In: Bryson, Lyman (Hrsg.). The Communication of Ideas. Harper New York 1948. Seite 37-51
- Leipzig, Jürg (2007)
Konzepte entwickeln. Frankfurter Allgemeine Buch. Frankfurt/M. 2. Auflage Februar 2007
- Likely, Fraser (1999)
„Likely Framework for Assessing the Results of PR/Communication Function Performance“, Likely Kommunikation Strategies Ltd.
- Likely, Fraser (2000)
Communication and PR: Made to Measure. In: SCM - Strategic Communication Management, Dezember/Januar 2000
- Likely, Fraser (2003)
"Considerations When Building a Performance Scorecard for Your Communication Function." Vortrag anlässlich der IABC International Conference, Toronto. Juni 2003
- Likely, Fraser (2004)
10 things we should know about communication evaluation. In: SCM - Strategic Communication Management, Volume 8, Issue 5 August/September 2004
- Lindenmann, Walter K. (1993)
An "Effectiveness Yardstick" to measure Public Relations Success. In: PR Quarterly. 1993 Vol 38 No 1. Seite 7-9
- Lindenmann, Walter K. (1997)
Measurement in PR - International Experiences. In: GPRA Arbeitskreis Evaluation (Hrsg.). Evaluation von Public Relations - Dokumentation einer Fachtagung. IMK Frankfurt/M. 1997. Seite 26ff
- Lindenmann, Walter K. (1998)
Only PR Outcomes count - That is the real bottom Line. In: Journal of Communication Management. Henry Stewart Publications London 1998 August Vol 3 No. 1. Seite 66ff
- Lindenmann, Walter (2006)
Public Relations Research for Planning and Evaluation. Resource Booklet. Institute for Public Relations Florida, USA May 2006. Im Internet unter http://www.instituteforpr.org/research_single/research_research_planning
- Litke, Hans-Dieter (1995)
Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Carl Hanser Verlag München 1995
- Macnamara, Jim R. (1992)
Evaluation in Public Relations: The Achilles Heel of the Public Relations Profession. In: International Public Relations Review. IPRA London 1992 Vol. 15 No. 4
- Macnamara, Jim (2006)
The fork in the road of media and communication theory and practice. Institute for Public Relations, Florida 2007. Im Internet unter http://www.instituteforpr.org/research/measurement_and_evaluation/ Oktober 2007
- Mayring, Philipp (1996)
Einführung in die qualitative Sozialforschung. Beltz PsychologieVerlagsUnion Weinheim 1996 3. Auflage
- McGuire, William (1984)
Attitudes and Attitude Change. In: Lindzey, Gardner & Aronson (Hrsg.). The Handbook of Social Psychology VOL II (3rd edition). Random House New York 1984

- Merten, Klaus (1999)
Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Westdeutscher Verlag Opladen 1999
- Merten, Klaus und Edith Wienand (2004)
Medienresonanzanalyse. Vortrag in Berlin 7.5.2004. Im Internet unter www.comdat.de/downloads/Medienresonanzanalyse%20Vortrag%202004.07.05%20Berlin.pdf im September 2007
- Merten, Klaus (2005)
Möglichkeiten des Effekt-Controlling. In: Köhler, Tanja und Adrian Schaffranietz (Hrsg.). Public Relations – Perspektiven und Potenziale im 21. Jahrhundert. 2. Auflage VS Verlag Wiesbaden 2005. Seite 201-215
- Merten, Klaus (2007)
Medienanalyse in der Mediengesellschaft. Möglichkeiten und Grenzen. In: Wägenbaur, Thomas (Hrsg.). Medienanalyse. Methoden, Ergebnisse, Grenzen. Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement, Band 16. Nomos Verlag Baden-Baden 2007, Seite 21-50
- Meyer, Claus (1994)
Kennzahlen und Kennzahlensysteme. Poeschel Verlag Stuttgart 1994
- Möhring, Wiebke/Daniela Schlütz (2003)
Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Westdeutscher Verlag Wiesbaden 2003
- Noble, Paul/Tom Watson (1999)
Applying a unified Public Relations Evaluation Model in a European Context. In: Noble, Paul and Tom Watson: Applying a unified Public Relations Evaluation Model in a European Context. Dokumentation der Konferenz "Transnationale Kommunikation in Europa". Berlin 1999
- Ottmann, Roland (1995)
Qualitätsmanagement mit DIN EN ISO 9000
Mit Projektmanagement effizient einführen. In: Lange, Diemtar (Hrsg.). Management von Projekten. Schäffer-Poeschel Stuttgart 1995. Seite 151-164
- Paine, Katherine Delahaye (2007)
Measuring Success. The Data-Driven Communicator's Guide to Measuring Public Relationships. KDPaine&Partners, Durham, NH, USA (2007). Entwurf im Internet unter <http://kdpaine.blogs.com/bookblog/files/PaineBook4-25.pdf>
- Paine, Katherine Delahaye (2007b)
How to Measure Social Media Relations: The More Things Change, the More They Remain the Same. Institute for Public Relations Florida, USA April 2007. Im Internet http://www.instituteforpr.org/files/uploads/How_to_Measure_Blogs.pdf
- Pavlik, John (1987)
Public Relations. What Research tells Us. Sage Newbury Park 1987
- Pfannenberg, Jörg/Ansgar Zerfaß (2005)
Wertschöpfung durch Kommunikation. Wie Unternehmen den Erfolg ihrer Kommunikation steuern und bilanzieren. FAZ Institut Frankfurt/M. 2005
- Pfeffer, Gerhard/Wolfgang Reineke (1999)
PR Check-up. Stamm Verlag Essen 1999. Seite Teil G, Evaluation
- Piwinger, Manfred/Monika Prött (2001)
Ausgezeichnete PR. Von Profis lernen: Fallbeispiele exzellenter Kommunikation. FAZ Institut Verlag Frankfurt 2001
- Piwinger, Manfred/Victor Porák (2005)
Grundlagen und Voraussetzungen des Kommunikations-Controlling. In: Kommunikations-Controlling. Kommunikation und Information quantifizieren und finanziell bewerten. Gabler Verlag Wiesbaden 2005, Seite 11-56
- Piwinger, Manfred (2005)
Vorschlag für ein Prozessmodell der Kommunikation. In: Kommunikations-Controlling. Kommunikation und Information quantifizieren und finanziell bewerten. Gabler Verlag Wiesbaden 2005, Seite 77-101
- Pfister, Jan/T. Flemming Ruud (2005)
Erfassung und Zuteilung der Informations- und Kommunikationskosten aus konzeptioneller Perspektive. In: Kommunikations-Controlling. Kommunikation und Information quantifizieren und finanziell bewerten. Gabler Verlag Wiesbaden 2005, Seite 57-76
- Power, Micheal (1999)
The Audit Society. Rituals of Verification. Oxford University Press New York, USA 2. Auflage 1999
- Prado, Fernando (2008)
Corporate Reputation Management. Vortrag bei der 6. Münchner Runde zum Kommunikations-Controlling am 10. April 2008. PR-Trendmonitor (1/2007 und 2/2007)
Umfragen von newsaktuell. Im Internet unter <http://www.newsaktuell.de/de/prtrendmonitor/prtrendmonitor.htm> im Juli 2007.
- Puchan, Heike/Magda Pieczka/Jacquie L'Etang (1999)
Rethinking PR Evaluation. In: Journal of Communication Management. Henry Stewart Publications London 1999 Nov Vol 4, no. 2. Seite 164-175
- Pütz, Horst (2004)
Unterschiedliche Kulturen, vergleichbare Kennzahlen für Effizienz in der Internen Kommunikation. Vortrag auf dem 45. Deutschen PR-Tag am 21.05.2004 in Bonn.
- Pütz, Horst (2005)
Interne Kommunikation medienübergreifend messen und steuern. In: Pfannenberg, Jörg/Ansgar Zerfaß (Hrsg.). Wertschöpfung durch Kommunikation. Frankfurter Allgemeine Buch Frankfurt 2005. Seite 85-92
- Pütz, Horst (2006)
Kommunikation managen. Von der gefühlten Kommunikation zur Kennzahl. ICOM Wiesbaden 2006
- Raupp, Juliana (2009)
Medienresonanzanalyse. VS Verlag Wiesbaden 2009

- Reichmann, Thomas (1993)
Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten. Verlag Franz Vahlen München 1993
- Rehbein, Rolf/Zafer Bülent Yurdakul (2003)
Mit Six Sigma zu Business Excellence. Publicis Corporate Publishing Erlangen 2003
- Renner, Markus (2007)
Der Novartis Brand & Reputation Index. In: kommunikationsmanager. FAZ Institut Mainz Juni 2007, Seite 14-16. Ebenfalls vorgestellt auf dem Kommunikationskongress 11.-12.10.2007 in Berlin.
- Reputation Institute (2008)
Corporate Reputation Management. In: Prado, Fernando (2008). Vortrag bei der 6. Münchner Runde zum Kommunikations-Controlling am 10. April 2008.
- Ein Vortrag von Fernando Prado im Rahmen der 6. Münchner Runde zum Kommunikations-Controlling. Informationen auch unter www.reputation-institute.com
- Rinza, Peter (1998)
Projektmanagement: Planung, Überwachung und Steuerung von technischen und nichttechnischen Vorhaben. Springer Verlag Berlin Heidelberg New York 1998
- Ropohl, Günter (1988)
Zur Technisierung der Gesellschaft. In: Bungart, Walter und Hans Lenk (1988). Technikbewertung. Suhrkamp Frankfurt 1988 Seite 79-97
- Rolke, Lothar (1997)
Der betriebswirtschaftliche Wert von Public Relations. In: Public Relations Forum. ERMA Verlag Nürnberg 1997 3. Jg. Nr. 3. Seite 19-21
- Rolke, Lothar (2004a)
Vom Kennzahlen-Sammelsurium zum CommunicationControlCockpit (CCC). (Teil 1)
Das Armaturenbrett für die wertorientierte Unternehmenskommunikation. (Teil 2)
Steuern mit Kennzahlen muß gelernt werden. (Teil 3)
In: Trimedia Communications GmbH (Hrsg.). Trimedia Topics Juli 2004, Seite 2-8
- Rolke, Lothar (2004c)
Das CommunicationControlCockpit. In: Bentele, Günter; Manfred Piwinger; Georg Schönborn (Hrsg.). Kommunikationsmanagement. Luchterhand Neuwied 2004. Nr. 4.14. Seite 1-27
- Rolke, Lothar (2004d)
Vortrag auf dem Kommunikationskongress. Berlin, 18./19. November 2004. Seite 15-19
- Rolke, Lothar (2005)
Kennziffernsystem für die wertorientierte Unternehmenskommunikation: Das CommunicationControlCockpit (CCC). In: Pfannenberg, Jörg/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.). Wertschöpfung durch Kommunikation. Frankfurter Allgemeine Buch Frankfurt 2005. Seite 123-131
- Rolke, Lothar/Florian Koss (2005)
Value Corporate Communications – Wie sich Unternehmen wertorientiert managen lassen. Books on Demand GmbH (Juni 2005)
- Rolke, Lothar (2007)
Das CommunicationsControlCockpit – als Teil des Referenzsystems für Kommunikations-Controlling. Vortrag vom 25.10.2007 auf der Konferenz „PROFILE“ in Münster.
- Ronneberger, Franz/Manfred Rühl (1992)
Theorie der Public Relations. Westdeutscher Verlag Opladen 1992
- Rossi, Freeman/Lipsey (1999)
Evaluation: A systematic Approach. Sage Newbury Park 1999 6. Auflage
- Röttger, Ulrike (2000)
Public Relations - Organisation und Profession. Westdeutscher Verlag Wiesbaden 2000
- Sabisch, Helmut (1997)
Benchmarking als notwendiger Bestandteil des Innovationsmanagements im Unternehmen. In: Sabisch, Tintelnot (Hrsg.). Benchmarking - Weg zu unternehmerischen Spitzenleistungen. Schäffer-Poeschel Stuttgart 1997. Seite 1-14
- Scharf, Anette/Alexander Baumeister (1999)
PR-Controlling - Erfolgsfaktor für Public Relations. In: PR-Magazin. Rommerskirchen Remagen-Rolandseck 1999 März 1999. Seite 35-42
- Schreyögg, Georg (1999)
Organisation. GABLER Verlag Wiesbaden 1999
- Schulz, Beate (1991)
Strategische Planung von Public Relations. Das Konzept und ein Fallbeispiel. Campus Verlag Frankfurt/New York Frankfurt 1991
- Schulze-Fürstenow, Günther (1996)
Konzeptions-Modell für gesellschaftsorientierte Public Relations. In: Dörbbecker, Klaus & Renée Fissenewert-Goßmann: Wie PR-Profis PR-Konzeptionen entwickeln. IMK Frankfurt/M. 1996. Seite 204ff
- Schuppener, Bernd (2005)
Erfolgreiche Steuerung und Bewertung von Kommunikation: Die Communication Scorecard. In: Pfannenberg, Jörg/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.). Wertschöpfung durch Kommunikation. Wie Unternehmen den Erfolg ihrer Kommunikation steuern und bilanzieren. F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen Frankfurt/M. 2005. Seite 113 – 122
- Steinmann, Horst/Georg Schreyögg (1990)
Management: Grundlagen der Unternehmensführung. Gabler Verlag Wiesbaden 1990

- Szyzka, Peter (2008)
Kommunikationskonzepte. Das AE-Modell der strategischen PR-Planung. In: PR-Magazin. Rommelskirchen Remagen-Rolandseck 2008 Januar 2008. Seite 61-68
- Töpfer, Armin /Sven Günther (2004)
Steigerung des Unternehmenswertes durch Null-Fehler-Qualität als strategisches Ziel: Überblick und Einordnung der Beiträge. In: Töpfer (Hrsg.). Six Sigma. 2. Auflage Springer Verlag Berlin 2004
- Vesper, Sebastian (2007)
Im Gespräch mit Nanette Besson, 12.7.2007.
- Wägenbaur, Thomas (2007)
Einleitung. In: Wägenbaur, Thomas (Hrsg.). Medienanalyse. Methoden, Ergebnisse, Grenzen. Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement, Band 16. Nomos Verlag Baden-Baden 2007
- Watson, Tom (1997)
Effects-based Planning in Public Relations. In: DIPR Deutsches Institut für Public Relations e. V. DIPR Intern - Infoletter. DIPR 1997
- Weber, Volker (2004)
Das Kaninchen vor der Schlange oder: Warum Public Relations mit Controlling nichts anfangen können. In: PR-Portal, 8.3.2004. <http://www.prportal.de/artikel/06-03-04-526472>
- Weber, Volker (2005)
Von der PR-Evaluation zum PR-Controlling: Mit intelligenten Kennzahlen zum Erfolg in der Medienarbeit. Im Internet unter <http://www.volker-weber-consulting.de> im März 2008
- Wottawa, Heinrich/H. Thierau (1998)
Lehrbuch Evaluation. Huber Bern 1998
- Zanger, Cornelia (1997)
Benchmarking für Marketingprozesse - Stand der praktischen Anwendung und aktuelle Entwicklungstendenzen. In: Sabisch, Tintelnot (Hrsg.). Benchmarking - Weg zu unternehmerischen Spitzenleistungen. Schäffer-Poeschel Stuttgart 1997. Seite 1-14
- Zerfaß, Ansgar (1996)
Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Westdeutscher Verlag Opladen 1996
- Zerfaß, Ansgar (2004a)
Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Westdeutscher Verlag Opladen 2004. Zweite, überarbeitete und erweiterte Auflage
- Zerfaß, Ansgar (2004b)
Die Corporate Communications Scorecard – Kennzahlensystem, Optimierungstool oder strategisches Steuerungsinstrument? Im Internet: www.pr-portal.de Nr. 57 (24/04) vom 22.06.2004 Artikel Nr. 200604521754 Download unter: http://www.communicationmanagement.de/fileadmin/cmgt/PDF_Publikationen_download/Corporate_Communications_Scorecard__A_Zerfa__-prportal.de_22.06.04.pdf
- Zerfaß, Ansgar (2005a)
Rituale der Verifikation? Grundlagen und Grenzen des Kommunikations-Controllings. In: Rademacher, Lars (Hrsg.). Distinktion und Deutungsmacht. Studien zu Theorie und Pragmatik der Public Relations. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2005, Seite 181-220
- Zerfaß, Ansgar (2005b)
Integration von Unternehmenszielen und Kommunikation: Die Corporate Communications Scorecard. In: Pfannenber, Jörg/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.). Wertschöpfung durch Kommunikation. Frankfurter Allgemeine Buch Frankfurt 2005. Seite 102-112
- Zerfaß, Ansgar (2007)
"Strategische Kommunikation als Basis für den Erfolg von morgen". In: Public Affairs Manager. Zeitschrift des Deutschen Instituts für Publis Affairs. Thema: Wertbeitrag und Evaluation für Lobbying und Strategische Kommunikation. 2. Jg., Heft 3, 2007. Lit-Verlag Berlin 2007, Seite 17-24
- Zerfaß, Ansgar (2008)
Steuerung und Wertschöpfung von Kommunikation. In: Bentele, Günter/ Romy Fröhlich/Peter Szyzka (Hrsg.). Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. 2. Auflage VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2008
- Ziesche, Birgit (2005)
Interne Kommunikation effizienter gestalten: Strategien und Erfahrungen bei Vokswagen. In: Pfannenber, Jörg/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.). Wertschöpfung durch Kommunikation. Frankfurter Allgemeine Buch Frankfurt 2005. Seite 93-100