



SIEGFRIED J. SCHMIDT / JÖRG TROPP (Hrsg.)

## Die Moral der Unternehmenskommunikation: Lohnt es sich, gut zu sein?

2009, 408 S., 26 Abb., 17 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 28,00 / EUR(A) 28,70 / sFr. 47,10

ISBN 978-3-938258-48-4

**Über dieses Buch:** Es scheint, dass sich die Unternehmen heute ohne einen moralisch korrekten Auftritt der Unternehmenskommunikation ökonomische Nachteile einhandeln. Zumindest liegt vor dem Hintergrund des enormen Anstiegs der Kommunikation zum Thema der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung auf Unternehmensebene (Corporate Social Responsibility) ein solcher Befund nahe. Die Wahrnehmung derartiger Kommunikationsangebote wirft die Frage auf, ob es sich dabei lediglich um ein strategisches Manöver, meist werblicher Art, oder um die glaubwürdige Mitteilung verwirklichter unternehmenskultureller Werte handelt – oder ob wir es hier gar nicht mit einer Alternative, sondern mit einer notwendigen Synthese aus Moral und Ökonomie zu tun haben, die durchaus einen paradoxalen Eindruck hinterlassen kann.

Der Band ist gleichermaßen interdisziplinär wie praxisbezogen konzipiert: Beiträge aus der Kommunikationswissenschaft und Betriebswirtschaftslehre sowie Standpunkte und Fallstudien namhafter Kommunikationsagenturen und Unternehmensberatungen spiegeln die Karriere von Moral als Thema der internen wie externen Unternehmenskommunikation wider.

**Die Autoren dieses Bandes sind:** Ingo Balderjahn, Manfred Bruhn, Alexander Demuth, Dirk Engel, Johannes Christian Fieseler, Jeremias Grenzebach, Birthe Henze, Dana Hirsan, Thomas Horky, Helmut Huber, Diana Ingenhoff, Annette Kleinfeld, Claudia Mast, Miriam Meckel, Frank Merkel, Klaus Merten, Sandra Mies, Sabine Mirkovic, Bastian Mögele, Oliver Nickel, Shamsey Oloko, Leslie Pascaud, Andreas Pauli, Ulrike Röttger, Siegfried J. Schmidt, Jana Schmitt, Gregor Schönborn, Sebastian Schuh, Andreas Schwarz, Walter Schwertl, Gabriele Siegert, Albrecht Söllner, Helena Stehle, Adrian Teetz, Jörg Tropp, Henning von Vieregge und Thomas von Wichert.

### Weitere Informationen:

[http://www.halem-verlag.de/shop/product\\_info.php/products\\_id/185](http://www.halem-verlag.de/shop/product_info.php/products_id/185)

### Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

Bestellen Sie direkt per  
Fax 0221/92 58 29 29  
oder über unseren Online-Buchladen  
oder in Ihrer Buchhandlung

Vorname und Name

Buchhandlung (Stempel):

Straße

E-Mail

Land, PLZ und Ort

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.