

DR. ANSGAR ZERFAß

Professor and Chair in Strategic Communication | University of Leipzig
Professor in Communication and Leadership | BI Norwegian Business School, Oslo
www.communicationmanagement.de

PUBLICATIONS

August 2017

BOOKS (35)

Monographs and editions, in preparation (1)

Zerfaß, A., & Volk, S. C. (2017). *Steuerung und Organisation der Unternehmenskommunikation. Konzepte und Tools für Unternehmensleitung und Kommunikationsverantwortliche*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Monographs and editions, published (34)

Tench, R., Verčič, D., Zerfass, A., Moreno, A. & Verhoeven, P. (2017). *Communication Excellence - How to Develop, Manage and Lead Exceptional Communications*. London: Palgrave Macmillan.

Brønn, P. S., Romenti, S., & Zerfass, A. (Eds.) (2016). *The Management Game of Communication*. Bingley: Emerald.

Zerfaß, A., & Pleil, T. (Eds.) (2015). *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage* [Handbook online public relations. Strategic communication on the internet and social web. 2nd, revised and enlarged edition]. Konstanz, München: UVK.

Catellani, A., Zerfass, A., & Tench, R. (Eds.) (2015). *Communication Ethics in a Connected World*. Brussels: P.I.E. Peter Lang.

Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (Eds.) (2015). *The Routledge Handbook of Strategic Communication*. New York: Routledge.

Zerfaß, A., & Kiesenbauer, J. (2014). *Strategen, Visionäre und Netzwerker der Unternehmenskommunikation. Kommunikationschefs und Protagonisten der nächsten Generation in Nahaufnahme* [Strategists, Visionaries and Networkers of Corporate Communications. A close-up view on Chief Communication Officers and Next-Generation Protagonists]. Münster: Monsenstein + Vannerdat.

Zerfaß, A., & Piwinger, M. (Eds.) (2014). *Handbuch Unternehmenskommunikation, 2. völlig überarbeitete Auflage* [Handbook Corporate Communications, 2nd completely revised edition]. Wiesbaden: Springer Gabler.

Sriramesh, K., Zerfass, A., & Kim, J.-N. (Eds.) (2013). *Current Trends and Emerging Topics in Public Relations and Communication Management*. New York: Routledge.

Zerfaß, A., Rademacher, L., & Wehmeier, S. (Eds.) (2013). *Organisationskommunikation und Public Relations. Forschungsparadigmen und neue Perspektiven*

[*Organisational communication and public relations. Research paradigms and new perspectives*]. Wiesbaden: Springer VS.

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.

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. (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., & 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* [Corporate communications 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.

RESEARCH REPORTS (45)

Research reports, in preparation (1)

Macnamara, J., Lwin, M. O., Adi, A., & Zerfass, A. (2017). *Asia-Pacific Communication Monitor 2017/18*. Hong Kong: APACD.

Research reports, published (44)

Zerfass, A., Moreno, Á., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2017). *European Communication Monitor 2017. How strategic communication deals with the challenges of visualisation, social bots and hypermodernity. Results of a survey in 50 Countries*. Brussels: EACD/EUPRERA, Quadriga Media Berlin.

Zerfaß, A., & Borchers, N. S. (2017). *Integrierte Kommunikation 2017 Studie zum Status Quo und Verständnis von Integrierter Kommunikation in Deutschland*. Frankfurt a.M., Leipzig: F.A.Z.-Institut, Universität Leipzig.

Zerfaß, A., Fink, S., & Winkler, L. (2016). *Mittelstandskommunikation 2016 - Studie zur Professionalisierung, Digitalisierung und Führung der Unternehmenskommunikation*. Leipzig, Wiesbaden: Universität Leipzig, Fink & Fuchs PR.

Zerfass, A., Verhoeven, P., Moreno, A., Tench, R., & Verčič, D. (2016). *European Communication Monitor 2016. Exploring trends in big data, stakeholder engagement and strategic communication. Results of a Survey in 43 Countries*. Brussels: EACD/EUPRERA, Quadriga Media Berlin.

Macnamara, J., Lwin, M. O., Adi, A., & Zerfass, A. (2015). *Asia-Pacific Communication Monitor 2015/16. The state of strategic communication and public*

relations in a region of rapid growth. Survey results from 23 countries. Hong Kong: APACD.

Zerfass, A., Verčič, D., Verhoeven, P., Moreno, A., & Tench, R. (2015). *European Communication Monitor 2015. Creating communication value through listening, messaging and measurement. Results of a Survey in 41 Countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Zerfaß, A., Fink, S., & Winkler, L. (2015). *Mittelstandskommunikation 2015 - Studie zum Stellenwert und Einsatz von Unternehmenskommunikation im Mittelstand.* Leipzig, Wiesbaden: Universität Leipzig, Fink & Fuchs PR.

Dühring, L., & Zerfass, A. (2015). *Corporate Communications and Public Relations in Asia. Context, Status quo, and Future Challenges.* Research reports on corporate communications No. 7. Leipzig: Academic Society for Corporate Management & Communication.

Zerfass, A., Tench, R., Moreno, A., Verhoeven, P., Verčič, D., & Klewes, J. (2014). *Mind the gap: How the public and public relations professionals value leadership and social media. Results of the ComGap study in 10 European countries.* London and Brussels: Ketchum / EUPRERA (plus 10 adapted national reports in various languages).

Zerfass, A., Tench, R., Verčič, D., Verhoeven, P., & Moreno, A. (2014). *European Communication Monitor 2014. Excellence in Strategic Communication - Key Issues, Leadership, Gender and Mobile Media. Results of a Survey in 42 Countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Zerfaß, A., Bentele, G., Schwalbach, J., & Sherzada, M. (2013). *Unternehmenskommunikation aus der Sicht von Vorständen und Kommunikationsmanagern - Ein empirischer Vergleich.* Forschungsberichte zur Unternehmenskommunikation Nr. 2. Leipzig: Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation.

Zerfass, A., Verčič, D., Moreno, A., Verhoeven, P., Tench, R., & Klewes, J. (2013). *European Chief Communications Officers Survey 2013. Managing CEO positioning and international communication: Insights from interviews with corporate communication leaders.* London and Brussels: Ketchum / EUPRERA.

Zerfaß, A., & Thobe, S. (2013). *Qualität der Kommunikationsberatung. Empirische Studie zum Qualitätsverständnis und zu Handlungsstrategien deutscher PR-Agenturen.* Leipzig: Universität Leipzig.

Zerfass, A., Moreno, A., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2013). *European Communication Monitor 2013. A Changing Landscape - Managing Crises, Digital Communication and CEO Positioning in Europe. Results of a Survey in 43 Countries.* Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Zerfaß, A., Schwalbach, J., & Sherzada, M. (2013). *Unternehmenskommunikation aus der Perspektive des Top-Managements. Eine empirische Studie bei Vorständen und Geschäftsführern in deutschen Großunternehmen.* Leipzig: Universität Leipzig.

Tench, R., Zerfass, A., Verhoeven, P., Verčič, D., Moreno, A., & Okay, A. (2013). *Communication Management Competencies for European Practitioners*. Leeds, UK: Leeds Metropolitan University.

Tench, R., Zerfass, A., Verhoeven, P., Verčič, D., Moreno, A., & Okay, A. (2013). *Competencies and Role Requirements of Communication Professionals in Europe. Insights from quantitative and qualitative studies*. ECOPSI Research Project. Leeds, UK: Leeds Metropolitan University.

Zerfass, A., Invernizzi, E., Verhoeven, P., Tench, R., & Klewes, J. (2013). *European Communications Expert Panel. Report on a qualitative study in four countries*. Brussels, London: EUPRERA / Ketchum.

Röttger, U., Zerfaß, A., Kiesenbauer, J., & Stahl, J. (2013). *Führung im Kommunikationsmanagement - Herausforderungen im internationalen Vergleich*. Forschungsberichte zur Unternehmenskommunikation Nr. 1. Leipzig: Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation.

Zerfaß, A., Fink, S., & Linke, A. (2012). *Social Media Delphi 2012. Wissenschaftliche Studie zu Zukunftstrends der Social-Media-Kommunikation*. Leipzig/Wiesbaden: Universität Leipzig/FFPR.

Zerfaß, A., & Müller, M. C. (2012). *CSR-Kommunikation in Deutschland - Vorgehensweisen und Rahmenbedingungen in deutschen Unternehmen. Ergebnisse einer empirischen Studie bei Kommunikationsverantwortlichen*. Leipzig: Universität Leipzig.

Fink, S., Zerfass, A., & Linke, A. (2012). *Social Media Delphi 2012. Findings of the Quantitative Study*. Leipzig/Wiesbaden: University of Leipzig/FFPR.

Fink, S., Zerfaß, A., & Linke, A. (2012). *Social Media Delphi 2012 - Ergebnisse der quantitativen Studie*. Leipzig/Wiesbaden: Universität Leipzig/FFPR.

Zerfass, A., & Koehler, K. (2012). *Investor Relations 2.0 - Global Benchmark Study 2012. Financial Communication, Online Dialogue and Mobile Information*. Leipzig: University of Leipzig.

Zerfass, A., Verčič, D., Verhoeven, P., Moreno, A., & Tench, R. (2012). *European Communication Monitor 2012. Challenges and Competencies for Strategic Communication. Results of an Empirical Survey in 42 Countries*. Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

Zerfaß, A., & Röttger, U. (2012). *Cross-Cultural Study of Leadership in Public Relations and Communication Management. Results of a survey in Germany, Austria and Switzerland*. Leipzig, Münster: Universität Leipzig, Westfälische Wilhelms-Universität Münster.

Zerfaß, A., Köhler, K., Kiss, P., Adler, S., Haker, M., Müller, M. C., Ratter, R., & Raulf, A. (2012). *Anlegerstudie 2012: Informationsanforderungen von*

Privatanlegern und Perspektiven für Investor Relations. Leipzig: Universität Leipzig.

Klewes, J., & Zerfaß, A. (2011). *Strukturen und Prozesse in der Unternehmenskommunikation. Qualitative Studie zu Status Quo und Trends in der Organisation der Kommunikationsfunktion in deutschen Konzernen.* Düsseldorf, Leipzig: Heinrich-Heine- Universität Düsseldorf / Universität Leipzig.

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.

Zerfass, A., Verhoeven, P., Tench, R., Moreno, A., & Verčič, 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.

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., Tench, R., Verhoeven, P., Verčič, 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., Moreno, A., Tench, R., Verčič, 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., & 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., Verčič, 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). *Bewegt bildkommunikation 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., Verčič, 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.

JOURNAL ARTICLES AND BOOK CHAPTERS (268)

* Peer-reviewed

Journal articles and book chapters, forthcoming (7)

Zerfass, A., & Volk, S. C. (2018). Aligning and Linking Communication with Organizational Goals. In M. J. Canel & V. Luoma-Aho (Eds.), *Handbook of Public Sector Communication*. Chichester, UK: Wiley Blackwell.

Zerfass, A. (2017). Measurement, evaluation and controlling of strategic communication [in Chinese language]. In X. Chen (Ed.), *The Imagination of Public Relations Research*. Beijing: Beijing University Press.

Wolf, C., & Zerfass, A. (2017). Mobile Corporate Communication - Potentials and Contemporary Practices. In S. Duhé (Ed.), *New Media and Public Relations* (3rd. ed.). New York, NY: Peter Lang.

Linke, A., Seiffert, J., & Zerfaß, A. (2017). Strategische Kommunikation: Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen aus interdisziplinärer Sicht. In M. Holenweger (Hrsg.), *Anwendungsgebiete und Grundlagen Strategischer Kommunikation* (S. 37-63), Baden-Baden: Nomos.

Navarro, C., Moreno, A., & Zerfass, A. (2017). Mastering the dialogic tools: Social media use and perceptions of public relations practitioners in Latin America. *Journal of Communication Management*, 21.*

Verčič, D., & Zerfass, A. (2017). Digital and visual. *Communication Director*, 12(3), 16-20.

Journal articles and book chapters, published (262)

Winkler, L., Volk, S. C., Borner, M., & Zerfaß A. (2018). Zwischen Intention und Emergenz. Mittelstandskommunikation im Spannungsfeld kontroverser Strategieparadigmen. In S. Wehmeier & D. Schoeneborn (Hrsg.), *Strategische Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Intention und Emergenz* (S. 215-232). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A., Bentele, G., & Sherzada-Rohs, M. (2017). Unternehmenskommunikation aus der Perspektive von Top-Managern und Kommunikatoren: Ein Vergleich. In O. Hoffjann & R. Seidenglanz (Hrsg.), *Allmächtige PR, ohnmächtige PR: Die doppelte Vertrauenskrise der PR* (S. 197-221). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A., & Borchers, N. S. (2017). Licht und Schatten: Integrierte Kommunikation in deutschen Unternehmen. *Kommunikationsmanager*, 14(2), 20-23.

Zerfass, A. (2017). Nine Commandments of Excellent Communication. *Communication for Leaders*, 4(1), 4-5.

Zerfass, A. (2017). Preface. In L. Dühring, *Reassessing the Relationship between Marketing and Public Relations. New Perspectives from the Philosophy of Science and History of Thought* (pp. 7-8). Wiesbaden: Springer VS.

Macnamara J., & Zerfass, A. (2017). Evaluation stasis continues in PR and corporate communication: Asia Pacific insights into causes. *Communication Research and Practice*, 3, <http://dx.doi.org/10.1080/22041451.2017.1275258>.*

Wiesenberg, M., Zerfass, A., & Moreno, A. (2017). Big Data and Automation in Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 11(2) 95-114.*

Zerfass, A., Verčič, D., & Volk, S. C. (2017). Communication Evaluation and Measurement: Skills, Practices and Utilization in European Organizations. *Corporate Communications - An International Journal*, 22(1), 2-18.*

Zerfass, A., & Viertmann, C. (2017). Creating Business Value through Corporate Communication: A Theory-Based Framework and its Practical Application. *Journal of Communication Management*, 21(1), 86-91.*

Verčič, D., & Zerfass, A. (2016). A comparative excellence framework for communication management. *Journal of Communication Management*, 20(4), 270-288.*

Fink, S., & Zerfaß, A. (2016). Digitalisierung und Zielorientierung als Herausforderungen für KMUs. *Pressesprecher* 14(5), 16-18.

Zerfaß, A., & Viertmann, C. (2016). Strategische Aufgaben des Kommunikationsmanagements in der digitalen Gesellschaft. In L. Rolke & J. Sass (Hrsg.), *Kommunikationssteuerung - Wie Unternehmenskommunikation in der digitalen Gesellschaft ihre Ziele erreicht* (S. 67-78). Berlin: de Gruyter.

Krebber, F., Biederstaedt, C., & Zerfass, A. (2016). Online campaigning and offline lobbying: Public Affairs Strategies of Greenpeace Germany. In E. Oliveira, A. Melo & G. Gonçalves (Eds.), *Strategic communication in non-profit organisations: Challenges and alternative approaches* (pp. 103-120). Wilmington, DE: Vernon Press.

Zerfass, A. & Wiesenberg, M. (2016). Communicating the leadership status of organisations. A cross-national study in 10 European countries. In P. S. Brønn, S. Romenti & A. Zerfass (Eds.), *The Management Game of Communication* (pp. 121-142). Bingley, UK: Emerald.*

Zerfass, A. & Winkler, L. (2016). Corporate communication in SMEs. Unveiling an ignored field of practice. In P. S. Brønn, S. Romenti & A. Zerfass (Eds.), *The Management Game of Communication* (pp. 265-286). Bingley, UK: Emerald.*

Wiesenberg, M., & Zerfaß, A. (2016). Big data und Algorithmen. Empirische Studie zum Status quo in Deutschland und Europa. *PR Magazin* 47(9), 42-47.

Zerfass, A., Verčič, D., & Wiesenberg, M. (2016). The dawn of a new golden age for media relations? How PR professionals interact with the mass media and use new collaboration practices. *Public Relations Review*, 42(4), 499-508.*

Winkler, L., & Zerfass, A. (2016). Strategy and organizational culture - Conceptualizing the interplay of key concepts in communication. *Globe: A Journal of Language, Culture and Communication*, 3, 108-120.*

Zerfass, A., & Volk, S. C. (2016). Overcoming the measurement deadlock. *Communication for Leaders*, 3(1), 4-5.

Zerfass, A., & Viertmann, C. (2016). The communication value circle. How communication contributes to corporate success. *Communication Director - European Edition*, 11(2), 50-53. Reprinted in *Communication for Leaders*, 3(2), 5-7.

Lwin, M. O., & Zerfass, A. (2016). Satisfied on the job? How communication professionals in Asia-Pacific assess their work situation. *Communication Director - Asia-Pacific Edition*, 11(2), 14-17.

Macnamara, J., Lwin, M. O., Adi, A., & Zerfass, A. (2016). 'PESO' media strategy shifts to 'SOEP': Opportunities and ethical dilemmas. *Public Relations*

Review, 42(3), 377-385.*

Zerfass, A., & Viertmann, C. (2016). Multiple voices in corporations and the challenge for strategic communication. In: K. Alm, M. Brown & S. Røyseng (Eds.), *Kommunikasjon og ytringsfrihet i organisasjoner* (pp. 44-63). Oslo: Cappelen Damm.*

Zerfaß, A. (2016). Geleitwort. In F. Krebber, *Akzeptanz durch inputorientierte Organisationskommunikation Infrastrukturprojekte und der Wandel der Unternehmenskommunikation* (pp. 5-6). Wiesbaden: Springer VS.

Falkheimer, J., Heide, M., Simonsson, C., Zerfass, A., & Verhoeven, P. (2016). Doing the Right Things or Doing Things Right? Paradoxes and Swedish Communication Professionals' Roles and Challenges. *Corporate Communications - An International Journal*, 21(2), 142-159.*

Reinecke, S., & Zerfaß, A. (2016). Feelgood Communication als Zukunftstrend? Grundlagen und Steuerung von Unterhaltungsformaten in der Mitarbeiterkommunikation. *PR Magazin* 47(2), 40-45.

Zerfass, A., Verčič, D., & Wiesenberg, M. (2016). Managing CEO communication and positioning: A cross-national study among corporate communication leaders. *Journal of Communication Management*, 20(1), 37-55.*

Zerfaß, A., & Dühring, L. (2016). Strategische Kommunikation - Zentrale Fragestellungen aus Sicht der Unternehmenskommunikation. In M. Bruhn, F.-R. Esch & T. Langner (Eds.), *Handbuch Strategische Kommunikation* (2. Aufl., S. 49-74). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A., & Grünberg, P. (2016). Konzepte der Public Relations: Vertrauen, Reputation und Dialog. In M. Bruhn, F.-R. Esch & T. Langner (Eds.), *Handbuch Strategische Kommunikation* (2. Aufl., S. 185-210). Wiesbaden: Springer Gabler.

Sass, J., & Zerfaß, A. (2016). Communication Scorecards zur Kommunikationssteuerung und Wertschöpfung. In F.-R. Esch, T. Langner & M. Bruhn (Eds.), *Handbuch Controlling der Kommunikation* (2. Aufl., S. 163-179). Wiesbaden: Springer Gabler.

Verčič, D., Zerfass, A., & Wiesenberg, M. (2015). Global Public Relations and Communication Management: A European Perspective. *Public Relations Review*, 41(5), 785-793.*

Kiesenbauer, J., & Zerfass, A. (2015). Today's and tomorrow's challenges in public relations: Comparing the views of chief communication officers and next generation leaders. *Public Relations Review*, 41(4), 422-434.*

Zerfaß, A. (2015). Vorwort. In B. Hartmann, *Kommunikationsmanagement von Clusterorganisationen: Theoretischer Referenzrahmen und Ergebnisse empirischer Forschung* (S. 5-6). Wiesbaden: Springer VS.

- Zerfaß, A., & Köhler, K. (2015). Investor Relations: Online-Kommunikation mit Analysten und Anlegern. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.), *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web* (2nd ed., pp. 181-196). Konstanz: UVK.
- Fink, S., Zerfaß, A., & Linke, A. (2015). Social Media Governance. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.), *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web* (2nd ed., pp. 101-113). Konstanz, München: UVK.
- Zerfaß, A., & Pleil, T. (2015). Strategische Kommunikation in Internet und Social Web. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.), *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web* (2nd ed., pp. 39-83). Konstanz, München: UVK.
- Tench, R., & Zerfass, A. (2015). Insights and experiences. *Communication Director*, 10(3), 14-21.
- Zerfass, A., & Sherzada, M. (2015). Corporate communications from the CEO's perspective: How top executives conceptualize and value strategic communication. *Corporate Communications - An International Journal*, 20(3), 291-309.*
- Oliveira, E., Linke, A., Krohling Kunsch, M., & Zerfass, A. (2015). How global is the web 2.0 hype? A comparison of social media communication in Brazil, Germany and Portugal. In A. Catellani, A. Zerfass & R. Tench (Eds.), *Communication Ethics in a Connected World* (pp. 391-412). Brussels: P.I.E. Peter Lang.*
- Kiesenbauer, J., Burkert, A., & Zerfass, A. (2015). Mentoring in public relations: An international study on mentoring programmes of professional associations. In A. Catellani, A. Zerfass & R. Tench (Eds.), *Communication Ethics in a Connected World* (pp. 367-390). Brussels: P.I.E. Peter Lang.*
- Catellani, A., Zerfass, A., & Tench, R. (2015). Introduction. In A. Catellani, A. Zerfass & R. Tench (Eds.), *Communication Ethics in a Connected World* (pp. 11-16). Brussels: P.I.E. Peter Lang.
- Zerfaß, A. (2015). Geleitwort. In K. Köhler, *Investor Relations in Deutschland. Institutionalisierung - Professionalisierung - Kapitalmarktentwicklung - Perspektiven* (S. V-VII). Wiesbaden. Springer Gabler.
- Burkert, A., Kiesenbauer, J., & Zerfaß, A. (2015). Mentoring als Instrument der Nachwuchsförderung im Berufsfeld Kommunikationsmanagement/PR. In G. Bentele, M. Piwinger, & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (Loseblattwerk, Nr. 8.81, pp. 1-38). Köln: Luchterhand.
- Zerfaß, A. (2015). Kommunikations-Controlling: Steuerung und Wertschöpfung. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (3. Auflage, S. 715-738). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A. (2015). Kommunikations-Controlling. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (3. Auflage, S. 1120-1121). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A. (2015). Wertschöpfung (durch Kommunikation). In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (3. Auflage, S. 1160-1161). Wiesbaden: Springer VS.

Bentele, G., Nothhaft, H., & Zerfaß, A. (2015). Evaluation, PR-Evaluation. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (3. Auflage, S. 1104-1105). Wiesbaden: Springer VS.

Moreno, A., Navarro, C., Tench, R., & Zerfass, A. (2015). Does social media usage matter? An analysis of online practices and digital media perceptions of communication practitioners in Europe. *Public Relations Review*, 41(2), 242-253.*

Zerfaß, A., & Fink, S. (2015). Strategielücke im Mittelstand. *Pressesprecher* 13(3), 10-12.

Wiesenberg, M., & Zerfaß, A. (2015). Social-Web-Kommunikation der Kirchen in Deutschland. Wie (Erz-)Bistümer und Landeskirchen auf Facebook, Twitter und Youtube kommunizieren. *Communicatio Socialis*, 48(1), 72-84.

Zerfaß, A., Klewes, J., & Wiesenberg, M. (2015). Blindflug oder Punktlandung? Was externe Stakeholder von Unternehmen erwarten und wie PR-Profis ihre Zielgruppen einschätzen. *PR Magazin* 46(1), 48-54.

Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2015). Strategic Communication: Opportunities and Challenges of the Research Area. In D. Holtzhausen & A. Zerfass (Eds.), *Routledge Handbook of Strategic Communication* (pp. 3-17). New York, NY: Routledge.

Zerfaß, A. (2015). Vorwort. In A. Linke. *Management der Online-Kommunikation von Unternehmen. Steuerungsprozesse, Multi-Loop-Prozesse und Governance* (S. 11-13). Wiesbaden: Springer VS.

Zerfaß, A., & Droller, M. (2015). Kein Dialog im Social Web? Eine vergleichende Untersuchung zur Dialogorientierung von deutschen und US-amerikanischen Nonprofit-Organisationen im partizipativen Internet. In O. Hoffjann & T. Pleil (Eds.), *Strategische Onlinekommunikation - Theoretische Konzepte und empirische Befunde* (pp. 75-104). Wiesbaden: Springer VS.

Krebber, F., Biederstaedt, C., & Zerfaß, A. (2015). Digitaler Lobbyismus? Die politische Kommunikation von Greenpeace Deutschland im Internet. In O. Hoffjann & T. Pleil (Eds.), *Strategische Onlinekommunikation - Theoretische Konzepte und empirische Befunde* (pp. 291-310). Wiesbaden: Springer VS.

Klewes, J., Wiesenberg, M., & Zerfaß, A. (2014). Kommunikatoren ticken anders. Führung und Kommunikation. Die Ergebnisse der europaweiten ComGap-Studie. *Pressesprecher*, 12(8), 14-16.

Zerfaß, A. (2014). Was zeichnet exzellente Kommunikationsfunktionen aus? *Kommunikationsmanager*, 11(4), 40-43.

Zerfass, A. (2014). Excellent Communication Departments. *Communication for Leaders* 1(1), 19-20.

Verčič, D., Verhoeven, P., & Zerfass, A. (2014). Key issues of public relations of Europe: Findings from the European Communication Monitor 2007-2014 (Temas clave de las relaciones públicas en Europa: Resultados del European Communication Monitor 2007-2014). *Revista Internacional De Relaciones Publicas*, 4(8), 5-26.*

Kiesenbauer, J., & Zerfass, A. (2014). Kommunikationsmanager in Nahaufnahme. Porträtstudie über heutige und künftige Strategen der Unternehmenskommunikation. *Kommunikationsmanager*, 11(3), 70-73.

Zerfass, A., & Verhoeven, P. (2014). Patterns of Excellence. *Communication Director*, 10(3), 30-35.

Moreno, A., Verhoeven, P., Tench, R., & Zerfass, A. (2014). Increasing power and taking a lead - What are practitioners really doing? Empirical evidence from European communications managers (Incrementar el poder y asumir el liderazgo - ¿Qué hacen realmente los profesionales? Evidencias empíricas sobre los gestores de comunicación en Europa). *Revista Internacional De Relaciones Publicas*, 4(7), 73-94.*

Zerfass, A., & Sherzada, M. (2014). Corporate Communications From the CEO's Perspective: How Top Executives Conceptualize and Value Strategic Communication. In Y. G. Ji, J. H. Liu & Z. C. Li (Eds.). *Public Relations in a More Transparent Age, 17th International Public Relations Research Conference* (pp. 639-663). Miami, FL: IPRRC.*

Zerfaß, A. (2014). Steuerung und Wertschöpfung von Kommunikation. In R. Spiller & H. Scheuerer (Eds.), *Grundlagentexte Public Relations* (S. 332-352). Konstanz, München: UVK.

Zerfass, A., Linke, A., & Röttger, U. (2014). Key Issues in the Field: The Context for Leadership. In B. K. Berger & J. Meng (Eds.), *Public Relations Leaders as Sensemakers. A global study of leadership in public relations and communication management* (pp. 63-79). New York: Routledge.

Röttger, U., Stahl, J., & Zerfass, A. (2014). Leadership in Communication Management: Enduring and Emerging Challenges in Germany, Austria and Switzerland. In B. K. Berger & J. Meng (Eds.), *Public Relations Leaders as Sensemakers. A global study of leadership in public relations and communication management* (pp. 186-200). New York: Routledge.

Zerfaß, A., Ehrhart, C., & Lautenbach, C. (2014). Organisation der Kommunikationsfunktion: Strukturen, Prozesse und Leistungen für die Unternehmensführung.

In A. Zerfaß & M. Piwinger (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2nd ed., pp. 987-1010). Wiesbaden: Springer Gabler.

Rolke, L., Zerfaß, A. (2014). Erfolgsmessung und Controlling der Unternehmenskommunikation: Wertbeitrag, Bezugsrahmen und Vorgehensweisen. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2nd ed., pp. 863-885). Wiesbaden: Springer Gabler.

Pleil, T., & Zerfaß, A. (2014). Internet und Social Software in der Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2nd ed., pp. 731-753). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A., & Dühring, L. (2014). Kommunikationsmanagement als Profession: Strukturen, Handlungsfelder, empirische Befunde. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2nd ed., pp. 163-189). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A. (2014). Unternehmensführung und Kommunikationsmanagement: Strategie, Management und Controlling. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2nd ed., pp. 21-79). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfaß, A., & Piwinger, M. (2014). Unternehmenskommunikation als Werttreiber und Erfolgsfaktor. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Eds.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (2nd ed., pp. 1-18). Wiesbaden: Springer Gabler.

Zerfass, A., Bentele, G., Schwalbach, J., & Sherzada, M. (2014). Corporate Communications from the Top and from the Center: Comparing Experiences and Expectations of CEOs and Communicators. *International Journal of Strategic Communication*, 8(2), 61-78.*

Verhoeven, P., Tench, R., Zerfass, A., Moreno, A., & Verčič, D. (2014). Crisis? What Crisis? How European communication professionals handle crises and crisis communication. *Public Relations Review*, 40(1), 107-109.*

Zerfass, A., & Schramm, D. M. (2014). Social Media Newsrooms in Public Relations. A conceptual framework and corporate practices in three countries. *Public Relations Review*, 40(1), 79-91.*

Swerling, J., Thorson, K., & Zerfass, A. (2014). The role and status of communication in the United States and Europe. *Journal of Communication Management*, 18(1), 2-15.

Zerfass, A., & Oliveira, E. (2014). Estudo comparado do estado da comunicação estratégica em Portugal e na Europa - European Communication Monitor 2013. In M. Martins & J. Veríssimo (Eds.). *Comunicação Global, Cultura e Tecnologia* (pp. 949-959). Lisbon: SOPCOM.

Patsch, S., & Zerfass, A. (2013). Co-Innovation and Communication: The Case of SAP's Global Co-Innovation Lab Network. In N. Pfeffermann, T. Minshall & L. Mortara (Eds.), *Strategies and Communication for Innovation* (pp. 297-414). Berlin, Heidelberg: Springer.

- Linke, A., & Zerfaß, A. (2013). Social-Media-Kommunikation. Status quo und Zukunftstrends des Social-Media-Einsatzes in der Organisationskommunikation. In G. Bentele, M. Piwinger, & G. Schönborn (Eds.), *Kommunikationsmanagement* (Loseblattwerk, Nr. 2.56, S. 1-30). Köln: Luchterhand.
- Zerfass, A., & Simon, K. (2013). Mapping the Future of the Profession: Contrasting Views of PR Practitioners and Next Generation Professionals. In A. Okay, V. Carayol & R. Tench (Eds.), *Researching the Changing Profession of Public Relations* (pp. 187-204). Brussels: Peter Lang.*
- Zerfass, A. (2013). Practice of Public Relations in Germany. In R. L. Heath (Ed.), *SAGE Encyclopedia of Public Relations* (2nd ed., pp. 389-391). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Zerfass, A., & Koehler, K. (2013). International Strategic Communication with Investors on the Web - A Global Benchmark Study of Financial Communications in the US, UK, France, Germany and Japan. In Y. G. Ji & Z. C. Li (Eds.), *Exploring the strategic use of new media's impact on change management and risk in theory and practice, 16th International Public Relations Research Conference* (pp. 647-675). Miami (FL): IPRRC.*
- Zerfass, A., & Schramm D. M. (2013). Social Media Newsrooms in Public Relations Developing a conceptual framework and researching corporate practices in the United States, the United Kingdom and Germany. In Y. G. Ji & Z. C. Li (Eds.), *Exploring the strategic use of new media's impact on change management and risk in theory and practice, 16th International Public Relations Research Conference* (pp. 676-696). Miami (FL): IPRRC.*
- Zerfaß, A., & Thobe, S. (2013). Qualität der Kommunikationsberatung. Kundenorientierung, Qualitätsverständnis und Handlungsstrategien von PR-Agenturen aus empirischer Perspektive. *PR Magazin*, 44 (9), 64-70.
- Linke, A., & Zerfass, A. (2013). Social media governance: Regulatory frameworks for successful online communications. *Journal of Communication Management*, 17 (3), 270-286.
- Verčič, D., Moreno, A., & Zerfass, A. (2013). Communicative Assets. *Communication Director*, 9 (3), 22-29.
- Zerfaß, A., & Schwalbach, J. (2013). Strategische Kommunikation aus Sicht von Vorständen und Geschäftsführern. Empirische Studie in deutschen Großunternehmen. *Kommunikationsmanager*, 9(2), 70-74.
- Zerfaß, A., & Köhler, K. (2013). Finanzkommunikation im Social Web: Informationskanal oder Online-Dialog mit Anlegern? *The Reporting Times*, 2(1), 12-13.
- Zerfaß, A., & Müller, M. C. (2013). CSR-Kommunikation: Zwischen Pflichterfüllung und Problemlösung. *Verantwortung Zukunft*, 2, 38-41.

- Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2013). Strategic Communication - Pillars and Perspectives of an Alternative Paradigm. In K. Sriramesh, A. Zerfass, & J.-N. Kim (Eds.), *Current Trends and Emerging Topics in Public Relations and Communication Management* (pp. 283-302). New York: Routledge.
- Moreno, A., Zerfass, A., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2013). Perfil del profesional de relaciones públicas y comunicación estratégica en Europa: influencia y poder dentro de las organizaciones y tendencias del sector. *Razón y Palabra*, 82 (Marzo-Mayo), 1-14.*
- Zerfass, A., & Franke, N. (2013). Enabling, advising, supporting, executing: A theoretical framework for internal communication consulting within organizations. *International Journal of Strategic Communication*, 7(2), 118-135.*
- Navarro, C., Moreno, A., & Zerfass, A. (2013). Los medios tradicionales resisten ante los social media. Análisis longitudinal del uso de los medios digitales en la gestión de comunicación en España. In Asociación de Directivos de Comunicación (Eds.), *Anuario de la Comunicación 2013* (pp. 64-67). Madrid: DIRCOM.
- Zerfaß, A., & Zlateva, M. (2013). Innovationskommunikation im Internet und Social Web. In M. Garn & D. Schleidt (Eds.), *Jahrbuch Innovation 2013 - Innovationstreiber für Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft* (pp. 40-43). Frankfurt am Main: FAZ-Institut.
- Wehmeier, S., Rademacher, S., & Zerfaß, A. (2013). Organisationskommunikation und Public Relations: Unterschiede und Gemeinsamkeiten. In A. Zerfaß, L. Rademacher, & S. Wehmeier (Eds.), *Organisationskommunikation und Public Relations. Forschungsparadigmen und neue Perspektiven* (pp. 7-24). Wiesbaden: Springer VS.
- Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2013). Strategic Communication - Pillars and Perspectives of an Alternative Paradigm. In A. Zerfaß, L. Rademacher, & S. Wehmeier, (Eds.), *Organisationskommunikation und Public Relations. Forschungsparadigmen und neue Perspektiven* (pp. 73-94). Wiesbaden: Springer VS.
- Zerfaß, A., & Müller, M. C. (2013). Stakeholderbeziehungen in der CSR-Kommunikation. Empirische Studie zu Strategien und Rahmenbedingungen in deutschen Unternehmen. *UmweltWirtschaftsForum*, 21(1), 51-57.*
- Zerfass, A., & Dühring, L. (2012). Between Convergence and Power Struggles: How Public Relations and Marketing Communications Professionals Interact in Corporate Brand Management. *Public Relations Journal*, 6(5), 1-31.*
- Linke, A., & Zerfass, A. (2012). Future trends of social media use in strategic communication: Results of a Delphi study. *Public Communication Review*, 2(2), 17-29.*
- Navarro, C., Moreno, A., & Zerfass, A. (2012). Análisis longitudinal de la profesión de relaciones públicas en España en los últimos cinco años (2007-2011) [Longitudinal Analysis of Public Relations Practice in Spain during the Last Five Years (2007-2011)]. *Anagramas*, 10(20), 53-66.

- Moreno, A., Zerfass, A., & Navarro, C. (2012). La situación de los profesionales de relaciones públicas y comunicación estratégica en Europa y en España. Análisis comparado del European Communication Monitor 2009, *Tripodos*, (Special Issue), 299-313.
- Moreno, A., Navarro, C., & Zerfass, A. (2012). Relaciones Públicas, un término desacreditado en España y el resto de Europa. Conclusiones del European Communication Monitor 2011, *Hologramática*, 16(2), 115-140.
- Zerfaß, A., & Köhler, K. (2012). Internationale Benchmark-Studie zur Finanzkommunikation im Social Web. *IM - Information Management & Consulting*, 27(4), 25-30.
- Zerfaß, A., & Müller, M. C. (2012). CSR-Kommunikation in Deutschland. Empirische Studie zu Rahmenbedingungen und Vorgehensweisen in deutschen Unternehmen. *PR Magazin*, 43(11), 66-71.
- Zerfass, A., & Storck, C. (2012): Communication Controlling: Next Step in Accountability. In B. van Ruler (Ed.), *Communicatie Nu - Grootboek van het Communicatievak* (pp. 152-155). Amsterdam: Adformatie Group.
- Zerfaß, A. (2012). Medienresonanzanalyse (MERA). In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Eds.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (2nd ed., pp. 220-221). Wiesbaden: Springer VS.
- Zerfaß, A. (2012). Kommunikationscontrolling. In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Eds.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (2nd ed., pp. 156-157). Wiesbaden: Springer VS.
- Zerfaß, A. (2012). Evaluation. In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Eds.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (2nd ed., pp. 76-77). Wiesbaden: Springer VS.
- Zerfaß, A. (2012). Communication Scorecard. In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Eds.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (2nd ed., pp. 42-43). Wiesbaden: Springer VS.
- Macnamara, J., & Zerfass, A. (2012). Social media communication in organizations: The challenges of balancing openness, strategy and management. *International Journal of Strategic Communication*, 6(4), 287-308.*
- Zerfass, A., & Tench, R. (2012). Time for a Rethink? Insights from the European Communication Monitor 2012. *Communication Director*, 8(3), 24-29.
- Zerfaß, A., Fink, S., & Linke, A. (2012). Nicht mehr ins Blaue. Quantitative Ergebnisse der Studie „Social Media Delphi 2012“. *Pressesprecher*, 10(5), 12-15
- Zerfaß, A., & Röttger, U. (2012). Leadership im Kommunikationsmanagement. Eine empirische Studie in Deutschland, Österreich und der Schweiz. *PR Magazin*, 43(8), 62-67.

- Klewes, J., & Zerfass, A. (2012): Kommunikation besser organisieren. *Harvard Business Manager*, 34(4), 12-14.*
- Verhoeven, P., Tench, R., Zerfass, A., Moreno, A., & Verčič, D. (2012). How European PR Practitioners Handle Digital And Social Media. *Public Relations Review*, 38(1), 162-164.*
- Zerfaß, A., & Linke, A. (2012). Social Media in der Unternehmenskommunikation: Strategien, Kompetenzen, Governance. *Die Unternehmung*, 66(1), 46-60.*
- Zerfaß, A. (2012). Kommunikationsmanagement. In J. Vogelgesang, *Kommunikationswissenschaft studieren* (pp. 112-116). Wiesbaden: Springer VS.
- Zerfass, A., & Franke, N. (2012). Enabling, Advising, Supporting, Executing: A Theoretical Framework for Internal Communication Consulting Within Organizations. In Z. C. Li (Ed.), *Using Theory for Strategic Practice Through Global Engagement and Conflict Research, 15th International Public Relations Research Conference* (pp. 830-848). Miami (FL): University of Miami.*
- Moreno, A., Zerfass, A., & Navarro, C. (2012). Tendencias de comunicación en Europa: European Communication Monitor 2011. In Asociación de Directivos de Comunicación (Eds.), *Anuario de la Comunicación 2012* (pp. 31-38). Madrid: DIRCOM.
- Zerfaß, A., & Köhler, K. (2012). Investor Relations: Online-Kommunikation mit Analysten und Anlegern. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.), *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web* (pp. 147-160). Konstanz: UVK.
- Fink, S., Zerfaß, A., & Linke, A. (2012). Social Media Governance. In A. Zerfaß & T. Pleil (Eds.), *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und 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.), *Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und 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*, 15(4), 332-348.*
- Koehler, K., Zerfass, A. (2011): Exploring the potential of IR 2.0. *Communication Director*, 7(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*, 8(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*, 8(1), 1-14.*
- Zerfaß, A. & Fink, S. (2011). Kompetenz und Verantwortung für Social Media. *Pressesprecher*, 9(5), 18-21.
- Verčič, D., Moreno, A., & Zerfass, A. (2011). Incomplete power. Findings from the European Communication Monitor 2011. *Communication Director*, 7(3), 36-41.
- Moreno, A., Zerfass, A., & Navarro, C. (2011). European Communication Monitor 2010. España en línea con los profesionales europeos In Asociación de Directivos de Comunicación (Eds.), *Anuario de la Comunicación 2011* (pp. 30-41). Madrid: DIRCOM.
- 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*, 42(6), 60-65.
- Verhoeven, P., Tench, R., & Zerfass, A. (2011). Strategic orientation of communication professionals in Europe. *International Journal of Strategic Communication*, 5(2), 95-117.*
- Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2011). The Status of Strategic Communication Practice in 48 Countries. *International Journal of Strategic Communication*, 5(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*, 41(10), 61-68.

- Moreno, A., Verčič, D., & Zerfass, A. (2010). The power of leadership. Key findings from the European Communication Monitor 2010. *Communication Director*, 6(3), 36-41.
- Zerfass, A. (2010). Social Media Governance. *Pressesprecher*, 8(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), 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.*
- Verčič, 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*, 36(2), 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*, 15(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*, 6 (4), 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*, 5(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*, 3(2), 147-164.*

- Zerfass, A. (2009). Institutionalizing Strategic Communication: Theoretical Analysis and Empirical Evidence. *International Journal of Strategic Communication*, 3(2), 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*, 2(2), 36-41.*
- Moreno, A., Zerfass, A., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2009). European Communication Monitor. Current developments, issues and tendencies of the professional practice of public relations in Europe. *Public Relations Review*, 35, 79-82.
- Zerfaß, A. (2009). Fluch oder Segen? Institutionen und Institutionalisierung im Kommunikationsmanagement. *Pressesprecher*, 7(1), 54-57.
- Zerfaß, A., & Mahnke, M. (2009): Von Print zu Video? Bewegtbild im Internet als Herausforderung für die Unternehmenskommunikation. *PR Magazin*, 40(1), 59-64.
- Zerfass, A., & Verčič, D. (2008). Future trends and strategic insights. *Communication Director*, 4(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*, 39(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 Verčič & D. Verčič (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. Srira-

mesh (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*, 1(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., Verčič, 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], 5(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*, 4 (2), 58-61.
- Zerfass, A., & Huck, S. (2007). Innovation, Communication, and Leadership: New Developments in Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(2), 107-122.*
- Zerfaß, A. (2007). Was bezweckt strategisches Kommunikationsmanagement? Empirische Rahmenbedingungen, normative Anforderungen, faktische Handlungsmöglichkeiten. *Kommunikationsmanager*, 4 (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*, 38(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.
- Pfannenbergs, J., & Zerfaß, A. (2005). Wertschöpfung durch Kommunikation: Thesenpapier der DPRG zum strategischen Kommunikations-Controlling in Unternehmen und Institutionen. In J. Pfannenbergs & 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. Pfannenbergs & A. Zerfaß (Eds.), *Wertschöpfung durch Kommunikation* (pp. 102-112). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Zerfaß, A., & Pfannenbergs, J. (2005). Kommunikations-Controlling: Neue Herausforderungen für das Management. In J. Pfannenbergs & 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*, 2(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* (Loseblattwerk, Nr. 5.20, pp. 1-38). 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*, 2(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*, 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* (Loseblattwerk, No. 1.24, pp. 1-30). Neuwied: Luchterhand.

Zerfaß, A. (2004). Meinungsmacher im Internet: Weblogs und Peer-to-Peer-Dienste als Herausforderungen für die PR. *pr-guide.de*, 6, 1-9.

Zerfaß, A. (2004). Die Corporate Communications Scorecard - Kennzahlensystem, Optimierungstool oder strategisches Steuerungsinstrument? *prportal.de*, 57, 1-8.

Zerfaß, A., Sandhu, S., & Huck, S. (2004). Kommunikation von Innovationen – Neue Ideen und Produkte erfolgreich positionieren. *Kommunikationsmanager*, 1 (2), 56-58.

Pfendert, E., & Zerfaß, A. (2004). Professionelle Kommunikation optimieren: der Usability-Test für das Landesportal 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. 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. Kling-

ler (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*, 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*, 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*, 22(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* (Loseblattwerk, No. 1.111, pp. 1-21). Neuwied: Luchterhand.

Zerfaß, A. (1996). Was ist exzellente PR? Ergebnisse des weltweit größten Forschungsprogramms. *Public Relations Forum*, 2(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*, 55, 493-512.*

Zerfass, A. (1995). Gesellschaftspolitische Öffentlichkeitsarbeit. *Forum Wirtschaftsethik*, 3(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*, 24(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 Wirtschafts-ethik* (col. 1113-1122). Freiburg: Herder.

Steinmann, H., & Zerfass, A. (1993). Corporate Dialogue - a new perspective for Public Relations. *Business Ethics - A European Review*, 2(2), 58-63.*

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

OTHER PUBLICATIONS (22)

Volk, S. C., Berger, K., Zerfass, A., Bisswanger, L., Fetzer, M., Köhler, K. (2017). *How to play the game. Strategic tools for managing corporate communications and creating value for your organization* (Communication Insights, Issue 3). Leipzig, Germany: Academic Society for Management & Communication.

Berger, K., Borner, M., Köhler, K., Viertmann, C., Volk, S. C., & Zerfaß, A. (2015). *Was bringt das alles? Wertschöpfung durch Kommunikation* (Communication Insights, Issue 1). Leipzig: Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation.

Zerfaß, A., & Georgi, L. (2015). *Reputation von Unternehmen messen und steuern - CCCV-Whitepaper 2015*. Wien: Corporate Communication Cluster Vienna.

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.

BOOK REVIEWS AND INTERVIEWS

Columns and comments published in national journals and newspapers, i.e. Handelsblatt, Kommunikationsmanager, Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft.

Interviews in national and regional media, i.e. Handelsblatt, Manager Magazin, Brand Eins, Financial Times Deutschland, n-tv, dpa, Welt, Welt am Sonntag, LVZ, WirtschaftsWoche, Absatzwirtschaft, 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.