

**SCHÄFFER**  
**POESCHEL**

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 5. Auflage.....	V
Vorwort zur 1. Auflage.....	VII
Abbildungsverzeichnis.....	XIII
<b>Einleitung: zur Rolle der internen Unternehmenskommunikation .....</b>	<b>1</b>
IK als Mitgestalter von Veränderungsprozessen .....	1
IK als Kommunikationsmanager und -berater .....	2
IK als Beziehungs- und Kulturmanager .....	3
Das Aufgabenfeld von IK .....	4
<b>Teil 1:</b>	
<b>Der Geschäftsprozess (interne) Unternehmenskommunikation...</b>	<b>5</b>
<b>Die Wertschöpfungskette gestalten: vom Auftrag zum Ergebnisbeitrag....</b>	<b>8</b>
Der Auftrag: Vision, Mission, Ziele und Strategien unterstützen.....	9
Die Rahmenbedingungen beachten: Unternehmensstrukturen, Unternehmenskultur und gesellschaftliche Wertvorstellungen .....	10
Die Grundlage für Kommunikationserfolg schaffen und beachten: verbindliche Leitlinien für alle Kommunikatoren .....	11
Das Instrumentarium wirtschaftlich und wirkungsvoll einsetzen: die Kommunikationsinfrastruktur .....	13
Den Funktionsbereich UK bestimmen: Rolle und Aufgaben, Organisation und Ressourcen.....	15
<b>Controlling in der Unternehmenskommunikation:</b>	
<b>den Geschäftsprozess durch Audits steuern .....</b>	<b>19</b>
Konzeptionsaudit: Überprüfung der Strategie- und Konzeptions- entwicklung .....	20
Durchführungsaudit: Überprüfung der Realisierung von Medien und Maßnahmen .....	21
Ergebnisaudit: Überprüfung der Wirkung auf Zielgruppen und Unternehmen .....	22
Exkurs: Bezugsrahmen für Kommunikationscontrolling.....	24
<b>Die Balanced Scorecard nutzen:</b>	
<b>eine Chance für die Unternehmenskommunikation .....</b>	<b>25</b>
Ableitung von Kommunikationszielen aus der BSC des Unternehmens und den BSCs der Bereiche .....	26
Erstellung einer BSC für den Bereich UK.....	29

<b>Von den Unternehmenszielen zum Masterplan: ein Workshop zur Strategieentwicklung</b> .....	35
Die Vorarbeiten .....	36
Der Workshop.....	36
Die Nacharbeit.....	39
<b>Teil 2:</b>	
<b>Unternehmenskommunikation organisieren</b> .....	41
<b>Themen- und Medienmanagement: der UK-Mitarbeiter in doppelter Verantwortung</b> .....	43
Die Themen durch Verantwortliche absichern .....	44
Die Themen systematisch erschließen.....	46
Die Themen koordinieren, priorisieren und in Medien platzieren .....	49
Die geeigneten Kommunikationswege finden.....	50
Die Kommunikationsinfrastruktur nutzen.....	52
<b>Zielgruppenmanagement: zwischen Differenzierung und Einheitlichkeit</b> .....	55
Differenzierte Kommunikation bei unterschiedlichen Interessenslagen.....	56
Exkurs: Die Drei-Klassen-Gesellschaft im Unternehmen .....	57
Externe als Zielgruppe in der internen Kommunikation .....	58
»Cross Communications« – alles für jeden .....	60
<b>Internes Kundenmanagement: die Beziehungen zu den Auftraggebern systematisieren</b> .....	61
Der Vorstand.....	61
Die Bereiche .....	63
Die Projekte.....	65
<b>Netzwerkmanagement: Unternehmenskommunikation gemeinsam zum Erfolg führen</b> .....	66
UK und ihre Kooperationspartner.....	66
Das informelle Netzwerk.....	72
Kunden- und Netzwerkpflge.....	73
<b>Ressourcenmanagement: Kapazitäten, Geld und Know-how effektiv einsetzen</b> .....	76
Kapazitäten und Kompetenzen .....	77
Budget und Vollkostenrechnung.....	85
Wissensmanagement in der Unternehmenskommunikation .....	88

**Teil 3:**

**Aktuelle Aufgaben und neue Ansätze in der (internen) Unternehmenskommunikation** ..... 95

**Veränderungen kommunizieren – Kommunikation verändern – durch Kommunikation verändern** ..... 97

Befürchtungen und Verunsicherungen begegnen ..... 100

Einbinden durch Prozesskommunikation ..... 103

Mobilisieren durch emotionale Kommunikation ..... 113

Auf Krisensituationen vorbereitet sein ..... 117

Von der Fusion zur Integration: Kommunikationsaktivitäten im Rückblick.. 119

**Unternehmenskultur durch interne Kommunikation verändern**..... 122

Die Rolle von IK im Kulturveränderungsprozess ..... 125

Der Leitbildprozess als Kulturveränderungsprojekt..... 127

Über den Erfolg entscheidet die Führung: ein Leitbildprojekt ..... 132

**Kommunikation ist Führungsaufgabe** ..... 135

Aspekte der Führungskräfte-Kommunikation ..... 136

Vorstand und Führungskräfte im Dialog ..... 138

Die Führungskraft und ihre Kommunikationsaufgabe..... 140

Topmanagement und Mitarbeiter im Dialog..... 145

Exkurs: Führung und Kommunikation – eine Story ..... 147

**Die Mitarbeiterzeitschrift: von der Vorstandspostille zum Wegweiser im Veränderungsprozess** ..... 151

Die Mitarbeiterzeitschrift im Kommunikationsmix..... 152

Fragen und Antworten: zur Konzeption einer Mitarbeiterzeitschrift..... 153

Die Rolle der Mitarbeiterzeitschrift im Veränderungsprozess..... 157

**Befragungen als Teil von Veränderungsprozessen:**

**Mitarbeitermeinungen mit Einfluss**..... 162

Kommunikative Begleitung von Umfragen ..... 163

Umfragen zur Kommunikation..... 164

**Horizontale, informelle Kommunikation:**

**notwendig für das Miteinander und den Unternehmenserfolg**..... 168

Informelle Netzwerke ..... 168

Plattformen für die horizontale, informelle Kommunikation..... 169

**Kommunikationsdefizite als Nährboden für Gerüchte:**

**vermeidbarer Verlust der Kommunikationshoheit** ..... 172

Bedeutung und Folgen von Gerüchten ..... 172

Entstehung von Gerüchten ..... 173

Prävention und Bekämpfung von Gerüchten..... 177

<b>IK als Promotor und Nutzer der Kommunikations-, Arbeits- und Wissensplattform Intranet.....</b>	182
Der digitale Arbeitsplatz.....	183
Die Rolle von IK in der Intranetentwicklung .....	185
Mit Web 2.0-Tools und Social-Media-Plattformen die interne Kommunikation weiterentwickeln.....	192
<b>Wissensmanagement für das Unternehmen – eine neue Aufgabe für IK...</b>	197
Bescheidene Erfahrungen, gute Aussichten.....	197
Die Rolle von IK im Projekt Wissensmanagement.....	198
<b>Konzernkommunikation organisieren, koordinieren und steuern.....</b>	201
Zuständigkeiten für die verschiedenen Kommunikationsbereiche.....	201
Abstimmung von Kommunikationszielen, Themen und Medien .....	203
<b>Internationale Kommunikation zwischen Einheitlichkeit und Unterschiedlichkeit .....</b>	206
Steuerung der Zusammenarbeit.....	208
Erfolgsfaktor Kommunikatoren-Netzwerk.....	211
<b>Interne Kommunikation – auf dem Weg zur »leading position«? (Claudia Mast) .....</b>	215
<b>Ausblick: Entwicklungstrends und künftige Aktionsfelder .....</b>	221
<b>Literatur zum Weiterlesen.....</b>	223
<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	225