

Egbert Deekeling | Dirk Barghop (Hrsg.)

hr. '

# Kommunikation im Corporate Change

Maßstäbe für eine  
3. neue Managementpraxis

j 2., vollständig überarbeitete Auflage

hr. ' / -

B HOCHSCHULE  
• LIECHTENSTEIN  
Bibliothek



**GABLER**

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Teil I

## Einführung

Change-Kommunikation ist Führungskommunikation ..... 13  
*Egbert Deekeling /Dr. Dirk Barghop*

## Teil II

### Stellenwert der Kommunikation im Corporate Change

Zielbestimmung Change-Kommunikation -  
Vom journalistischen Verständnis zur Gestaltung von Kommunikation.....19  
*Egbert Deekeling*

„Stop! Start Making Sense!“ -  
Die Organisation von Inhalten als Kernkompetenz der Internen Kommunikation.....23  
*Dr. Dirk Barghop*

Lost in Open Space -  
Das Zusammenwirken von Kommunikation  
und Human Resources in Veränderungsprozessen.....31  
*Egbert Deekeling*

High Noon -  
Im eskalierenden Streit zwischen Unternehmen und Mitbestimmung  
kommt es immer auch zum Kommunikations-Duell.....35  
*Lutz Zimmermann*

**Teil III**  
**CEO-Kommunikation**

CEO-Kommunikation in Veränderungsprozessen.....43  
*Egbert Deekeling*

Corporate Speaking -  
CEO-Kommunikation und rhetorische Kompetenz.....45  
*Dr. Stefan Wachtel*

**Teil IV** A t üt  
**Führungskräfte und Kommunikation** \*

Führungskommunikation im Corporate Change.....59  
*Stefan Haver*

Leadership and Communication.....69  
*Bill Quirke*

„Es gibt keine Alternative zu mehr kultureller Vielfalt in der Führung“.....93  
*£/n Gespräch mit Bernd J. Wiczorek und Dr. Jörg Ritter*

Das Beispiel Haniel - Identitätsmanagement in einem familiengeführten Konglomerat ... 101  
*Ein Gespräch mit Jutta Stolle und Dr. Michael Prochaska*

Im Schraubstock der Restrukturierung - Führungskräfte zwischen allen Fronten.....115  
*Natascha Kunath / Kristina Haaf*

This Is the End! -  
Führungskommunikation in übernommenen Unternehmen.....121  
*Egbert Deekeling*

*Glückauf 2012* - Führungskommunikation in einem schrumpfenden Unternehmen.....131  
*Peter Schrimpf / Michael Weise*

## Teil V

### Herausforderung Global Change

„First Choice“ kommunizieren - Erfahrungen aus einem globalen Veränderungsprozess.....	141
<i>Heike Humpf</i>	

Kommunikativer Drahtseilakt - Die BASF AG übernimmt ein US-amerikanisches Unternehmen - feindlich!.....	159
<i>Christian Schubert</i>	

Dialogue with Global Range - Erfolgsmodell der Kommunikation in internationalen Veränderungsprozessen.....	163
<i>Torsten Gerharz</i>	

## Teil VI

### Herausforderung Multiple Change

ARAG Essentials - Das Aktionsprogramm für ein starkes Familienunternehmen.....	173
<i>Klaus Heiermann</i>	

Die <i>Offensive Bahn</i> - Aufbruch in eine neue Zeit. Vom nationalen Eisenbahnunternehmen zum international führenden Mobilitäts- und Logistikdienstleister.....	183
<i>Burkhard Tewinkel</i>	

Markenintegration am Beispiel der Evonik Industries AG.....	195
<i>Stefan Haver</i>	

Selbstzweck oder Performance-Steigerung? Irrwege und Chancen interner Markenführung.....	207
<i>Klaus Lintemeier</i>	

## Teil VII Herausforderung Evaluation

Wirkung objektivieren, Nutzen erkennen -  
 Messung und Benchmarking von Interner Kommunikation 213  
*Thomas Geiger/Ariana Fischer/Jürgen Mirbach*

Die Herausgeber..... 231

Die Autorinnen und Autoren. 233

www.wiley-vch.de

© 2010 Wiley-VCH

ISBN 978-3-527-32111-1

www.wiley-vch.de

www.wiley-vch.de

www.wiley-vch.de

www.wiley-vch.de

---



---