

Siegfried Schick

# **Interne Unternehmens- kommunikation**

**Strategien entwickeln, Strukturen schaffen,  
Prozesse steuern**

**5., aktualisierte Auflage**

**2014**

**Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart**

## 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: 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: 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>	<b>35</b>
Die Vorarbeiten	36
Der Workshop	36
Die Nacharbeit	39
<b>Teil 2:</b>	
<b>Unternehmenskommunikation organisieren</b>	<b>41</b>
<b>Themen- und Medienmanagement: der UK-Mitarbeiter in doppelter Verantwortung</b>	<b>43</b>
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>	<b>55</b>
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>	<b>61</b>
Der Vorstand	61
Die Bereiche	63
Die Projekte	65
<b>Netzwerkmanagement: Unternehmenskommunikation gemeinsam zum Erfolg führen</b>	<b>66</b>
UK und ihre Kooperationspartner	66
Das informelle Netzwerk	72
Kunden- und Netzwerkpflge	73
<b>Ressourcenmanagement: Kapazitäten, Geld und Know-how effektiv einsetzen</b>	<b>76</b>
Kapazitäten und Kompetenzen	77
Budget und Vollkostenrechnung	85
Wissensmanagement in der Unternehmenskommunikation	88

**Teil 3:**

<b>Aktuelle Aufgaben und neue Ansätze in der (internen) Unternehmenskommunikation</b>	<b>95</b>
<b>Veränderungen kommunizieren – Kommunikation verändern – durch Kommunikation verändern</b>	<b>97</b>
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
<b>Unternehmenskultur durch interne Kommunikation verändern</b>	<b>122</b>
Die Rolle von IK im Kulturveränderungsprozess	125
Der Leitbildprozess als Kulturveränderungsprojekt	127
Über den Erfolg entscheidet die Führung: ein Leitbildprojekt	132
<b>Kommunikation ist Führungsaufgabe</b>	<b>135</b>
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
<b>Die Mitarbeiterzeitschrift: von der Vorstandspostille zum Wegweiser im Veränderungsprozess</b>	<b>151</b>
Die Mitarbeiterzeitschrift im Kommunikationsmix	152
Fragen und Antworten: zur Konzeption einer Mitarbeiterzeitschrift	153
Die Rolle der Mitarbeiterzeitschrift im Veränderungsprozess	157
<b>Befragungen als Teil von Veränderungsprozessen: Mitarbeitermeinungen mit Einfluss</b>	<b>162</b>
Kommunikative Begleitung von Umfragen	163
Umfragen zur Kommunikation	164
<b>Horizontale, informelle Kommunikation: notwendig für das Miteinander und den Unternehmenserfolg</b>	<b>168</b>
Informelle Netzwerke	168
Plattformen für die horizontale, informelle Kommunikation	169
<b>Kommunikationsdefizite als Nährboden für Gerüchte: vermeidbarer Verlust der <u>Kommunikations</u>hoheit</b>	<b>172</b>
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>	<b>182</b>
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>	<b>197</b>
Bescheidene Erfahrungen, gute Aussichten	197
Die Rolle von IK im Projekt Wissensmanagement	198
<b>Konzernkommunikation organisieren, koordinieren und steuern</b>	<b>201</b>
Zuständigkeiten für die verschiedenen Kommunikationsbereiche	201
Abstimmung von Kommunikationszielen, Themen und Medien	203
<b>Internationale Kommunikation zwischen Einheitlichkeit und Unterschiedlichkeit</b>	<b>206</b>
Steuerung der Zusammenarbeit	208
Erfolgsfaktor Kommunikatoren-Netzwerk	211
<b>Interne Kommunikation – auf dem Weg zur »leading Position«? (Claudia Mast)</b>	<b>215</b>
<b>Ausblick: Entwicklungstrends und künftige Aktionsfelder</b>	<b>221</b>
<b>Literatur zum Weiterlesen</b>	<b>223</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>225</b>