
Inhaltsverzeichnis

Teil I Einführung

- 1 Das wachsame Unternehmen: Interne Unternehmenskommunikation und resiliente Organisation 3

Teil II Kulturmerkmale resilienter Organisationen: Der Beitrag der Internen Unternehmenskommunikation zum Aufbau von Erfolgspotenzialen

- 2 Vulnerabilität managen: Agilität als Konzept der Internen Unternehmenskommunikation 13
- 3 Orientierung statt Bindung: Der zentrale Wertschöpfungsfaktor der Internen Unternehmenskommunikation 25
- 4 Strategieentwicklung in unsicheren Zeiten: Interne Unternehmenskommunikation zwischen verlässlicher Orientierung und kontinuierlichem Wandel 33
- 5 Veränderung als Prinzip: Die Funktion der Internen Unternehmenskommunikation im Dauerprozess der Transformation 41
- 6 Nach der Krise ist vor der Krise: Handlungsfähigkeit als Ziel der internen Krisenkommunikation 53

Teil III Kommunikationsstrukturen und -prozesse in resilienten Organisationen: Der Beitrag der Internen Unternehmenskommunikation zur Realisierung des ökonomischen Erfolgs

- 7 Die vernachlässigte Perspektive: Outside-in-Kommunikation als Umwelt- und Selbstbeobachtung 65
- 8 Zwischen Hierarchie und Heterarchie: Grundsätze der vertikalen und horizontalen Kommunikation in komplexen Unternehmen 73

9	Eine eigenständige Managementfunktion: Organisationsfragen der Internen Unternehmenskommunikation	81
10	Enterprise 2.0: Kollaborative Technologien und internes Kommunikationsmanagement	91
11	Jenseits von Return on Investment: Interne Unternehmenskommunikation als Gegenstand und Bedingung des strategischen Controllings	99
12	Handlungsfähigkeit durch Bezugsgruppenmanagement: Die Verortung der internen Kommunikation im Qualitätsmanagement	107
Teil IV Handlungsfelder zur Verbesserung individueller Resilienz: Der Beitrag der Internen Unternehmenskommunikation zur Adaptionsfähigkeit von Organisationsmitgliedern		
13	Zielgruppe Mitarbeiter: Die Auflösung des Rezipientenparadoxons durch Informationsmanagement.	119
	Die Informationssuchenden (Innovatoren)	125
	Die Informierten (Frühe Umsetzer)	126
	Die Interessierten (Frühe Mehrheit)	127
	Die Beobachter (Späte Mehrheit)	128
	Die Desinteressierten (Nachzügler)	129
14	Führungskräftekommunikation: Neue Dringlichkeit für ein altes Thema	131
15	Social Media in der Unternehmenskommunikation: Zwischen Kontingenz und Konsistenz	143
16	Diversity Management: Vielfalt als Ressource für die Bewältigung von Komplexität	151
17	Einen Schritt weiter gehen: Die Mobilisierung von Mitarbeitern für die Interessen des Unternehmens gegenüber externen Bezugsgruppen	159
Teil V Ausblick		
18	Interne Unternehmenskommunikation in resilienten Organisationen: Das Konzept für Agilität als Navigationshilfe durch unsichere Zeiten	167
Literatur		175
Sachverzeichnis		183

Interne Unternehmenskommunikation in resilienten
Organisationen

Buchholz, U.; Knorre, S.

2012, VII, 186 S. 10 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-642-30723-2