

# Inhalt

<b>Geleitwort der Staatsministerin im Auswärtigen Amt (AA)</b> <i>Cornelia Pieper</i> .....	9
<b>Vorwort der Auftraggeberin und Gleichstellungsbeauftragten im AA</b> <i>Barbara Tipon</i> .....	11
<b>Einleitungsworte des begleitenden Forschungsteams</b> <i>Holger Sievert, Astrid Nelke</i> .....	13
 <b>1. Karriere und Kommunikation im AA auf dem Papier und im Gespräch – Ergebnisse einer qualitativen Vorstudie</b> <i>Isabelle Kürschner, Astrid Nelke</i> .....	17
1.1 Einleitung und Wahl des qualitativen Forschungsansatzes.....	17
1.2 Auswahl der Stichprobe und Durchführung der Datenauswertung.....	18
1.3 Auswertung der Lebensläufe .....	21
1.3.1 Sozio-demographische Merkmale .....	22
1.3.2 Berufslaufbahn .....	23
1.4 Auswertung der Interviews.....	23
1.4.1 Ergebnisse für die Kategorie „Karriere-Spezifika“ .....	24
1.4.2 Ergebnisse für die Kategorie „Gender-Spezifika“ .....	25
1.4.3 Ergebnisse für die Kategorie „Kommunikations-Spezifika“ .....	26
1.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen der qualitativen Vorstudie.....	27
 <b>2. Karriere und Kommunikation als Gegenstand interner Medien- (berichterstattung) im AA – Ergebnisse einer Inhaltsanalyse</b> <i>Pia Körber, Leonie Schöne, Adriana Tkacz</i> .....	31
2.1 Einleitung und Überblick zu dieser Teilstudie.....	31
2.2 Allgemeine theoretische Grundlagen dieser Teilstudie .....	32
2.2.1 Interne Kommunikation als Forschungsthema.....	32
2.2.1.1 Grundsätzliche Theorien.....	32
2.2.1.2 Beschäftigtenmedien als Kommunikationsinstrument.....	34

2.2.2 Inhaltsanalyse als gewählte Methode .....	35
2.2.2.1 Allgemeines Vorgehen .....	35
2.2.2.2 Spezielle Anwendung bei Beschäftigtenmedien.....	36
2.3 Methodenteil und Ergebnisdeskription .....	39
2.3.1 Methodisches Vorgehen dieser Teilstudie .....	39
2.3.2 Deskription der wichtigsten Häufigkeiten.....	41
2.3.2.1 Grunddaten der untersuchten Artikel.....	41
2.3.2.2 Themen der untersuchten Artikel .....	46
2.3.2.3 Akteure der untersuchten Artikel.....	49
2.4 Kreuztabellierung und Gruppenbildung.....	54
2.4.1 Interessante Kreuztabellierungen und Hypothesenkontrolle .....	54
2.4.1.1 Karriere.....	54
2.4.1.2 Gender / Gleichstellung .....	57
2.4.1.3 Kommunikation.....	61
2.4.2 Kurzes Clustering.....	65
2.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen der Inhaltsanalyse .....	67

### **3. Karriere und Kommunikation als Thema der Beschäftigten im AA – Ergebnisse einer quantitativen Befragung**

<i>Corinna Hübl, Heike Poley, Corinna Schwarz</i> .....	69
3.1 Einleitung und Überblick zu dieser Teilstudie.....	69
3.2 Allgemeine theoretische Grundlagen dieser Teilstudie .....	70
3.2.1 Gleichstellung als Forschungsthema .....	70
3.2.1.1 Grundsätzliche Theorien.....	70
3.2.1.2 Genderspezifische Beschäftigtenbefragung als Erhebungs- instrument.....	72
3.2.2 Befragung als gewählte Methode .....	72
3.2.2.1 Allgemeines Vorgehen .....	72
3.2.2.2 Spezielle Anwendung bei Beschäftigtenbefragungen.....	76
3.3 Konkrete Methodik und allgemeiner Ergebnisüberblick .....	79
3.3.1 Methodisches Vorgehen dieser Teilstudie .....	79
3.3.2 Häufigkeitsbezogene Deskription der Ergebnisse.....	82
3.3.2.1 Grundgesamtheit und Stichprobe .....	82
3.3.2.2 Karriereverlauf und Mediennutzung.....	83
3.3.2.3 Gleichstellung und Vereinbarung von Beruf und Familie .....	87
3.4 Spezifische Ergebnisauswertung und vorläufiges Clustering .....	90
3.4.1 Kreuztabellarische Hypothesenkontrolle .....	90
3.4.1.1 Karriere.....	90
3.4.1.2 Gender/Gleichstellung .....	93

3.4.1.3 Kommunikation .....	95
3.4.2 Vorläufige Gruppenbildung .....	96
3.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen der Befragung .....	98
 <b>4. Interne Web 1.0- und Web 2.0-Kommunikation im AA und bei der Deutschen Lufthansa – ein Exkurs am Beispiel Change</b>	
<i>Astrid Nelke, Holger Sievert</i> .....	101
4.1 Einleitung und Überblick zu diesem Exkurs .....	101
4.2 Allgemeine theoretische Grundlagen dieses Exkurses .....	102
4.2.1 Social Media als Tool der internen Kommunikation in aktueller akademischer und praxisorientierter Fachliteratur aus dem In- und Ausland .....	102
4.2.2 Generelle Probleme von Informationstransfer zwischen General Managern und Kommunikationsprofis am Beispiel Veränderungskommunikation .....	105
4.3 Vergleich klassischer und Social Media-basierter Online-Nutzung in deutschen Unternehmen und staatlichen Institutionen .....	107
4.3.1 Nutzung klassischer interner Online-Medien für den Informationstransfer: Teilergebnisse einer früheren Befragung bei der Deutschen Lufthansa AG .....	107
4.3.2 Offizielle und informelle interne Nutzung von Social Media: Kurze neue Inhaltsanalyse des Vorkommens der Deutsche Lufthansa AG und des AA in entsprechenden Angeboten .....	109
4.4 Mögliche Auswirkungen von Social Media auf Informationstransfer durch interne Kommunikation .....	112
4.4.1 Potential von Social Media als Tool der internen Kommunikation im AA – Teilergebnisse aus der Befragungs-Teilstudie dieses Sammelbandes .....	112
4.4.2 Heuristische Denkanstöße für die Weiterentwicklung des Verhältnisses von Social Media und (Organisations-) Führung .....	114
4.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen dieses Exkurses .....	116
 <b>5. Karrierewege als Thema der internen Kommunikation – Übergreifende Ergebnisse und Handlungsempfehlungen</b>	
<i>Holger Sievert, Astrid Nelke</i> .....	117
5.1 Einleitung und Überblick .....	117
5.2 Methodik und Ergebnisse der durchgeführten Erhebungen .....	118

5.2.1 Qualitative Lebenslaufanalyse und persönliche Interviews .....	118
5.2.2 Inhaltsanalyse interner Medien .....	119
5.2.3 Befragung aller AA-Beschäftigten .....	119
5.2.4 Vergleichende Sekundärauswertung dreier Befragungen 2004-2011 .....	120
5.3 Vergleich von Befragung und Inhaltsanalyse .....	121
5.3.1 Befragungsergebnisse aus Sicht der Inhaltsanalyse .....	121
5.3.2 Ausgewählte Befunde der Inhaltsanalyse aus Sicht der Befragung ...	123
5.4 Handlungsempfehlungen .....	124
5.4.1 Allgemeine Hinweise für interne Kommunikation im AA .....	124
5.4.2 Konkrete Vorschläge zum Umgang mit dem Thema Karriere und Karrierewege .....	124
5.4.3 Erste Ideen für die künftige Kommunikationsarbeit der Gleich- stellungsbeauftragten .....	125
5.5 Zusammenfassung und generelle Schlussfolgerungen für den Bereich der internen Kommunikation .....	125
<b>Anhang.....</b>	<b>131</b>
Erhebungsinstrument 1: Fragebogen für qualitative Leitfadenterviews .....	132
Erhebungsinstrument 2: Codierbogen für quantitative Inhaltsanalyse.....	133
Erhebungsinstrument 3: Fragebogen für quantitative Online-Befragung .....	144
Literaturverzeichnis .....	157
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis .....	163
Lebensläufe der Autorinnen und Autoren.....	165

Karrierewege als Thema der internen Kommunikation  
Befragungen der Beschäftigten und Inhaltsanalyse der  
internen Medien im Auswärtigen Amt

(Eds.) A. Nelke; H. Sievert; B. Tipon

2013, XVI, 148 S. 17 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-531-18589-7

Karrierewege als Thema der internen Kommunikation  
Befragungen der Beschäftigten und Inhaltsanalyse der  
internen Medien im Auswärtigen Amt  
Nelke, A.; Sievert, H.; Tipon, B. (Hrsg.)  
2013, XVI, 148 S. 17 Abb., Softcover  
ISBN: 978-3-531-18589-7