

Vorwort

Steigender Wettbewerb, enge Budgetvorgaben, hoher Innovationsdruck, rege Bautätigkeiten, reichhaltige Unternehmensgeschichten, eklatanter Fachkräftemangel, Internationalisierung der Belegschaft, spezielles Berufsethos und Ständebewusstsein sowie eine starke Trennung der Berufsgruppen: Es würde schwerfallen, so scheint es doch auf den ersten Blick, sich erstklassigere Betätigungsfelder für interne Kommunikation auszumalen als deutsche Krankenhäuser. Wer solche Herausforderungen hat, braucht sich um die Themen interner Kommunikation keine Gedanken zu machen. Umso erstaunlicher ist es, dass diese Betätigung in vielen Fällen kaum begonnen hat. Mehr noch: Auch die inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Thema beschreibt bislang eine Leerstelle; interne Kommunikation in deutschen Krankenhäusern geschieht, wenn überhaupt, offenbar noch weitgehend intuitiv. Das muss nicht immer falsch sein – ist aber auch nicht stets im Interesse des Hauses.

Dieses Buch bietet erstmalig einen Beitrag zur methodischen Anleitung und strategischen Ausrichtung interner Kommunikation im Krankenhaus. Ausgehend von einer Begriffsbestimmung unternimmt es eine theoretische Fundierung interner Kommunikation im Konzert der Disziplinen moderner Unternehmenskommunikation. Es skizziert, gewissermaßen als Hands-on-Workshop, die Funktionsweise sowie die Vorzüge und Reichweite der einzelnen Kanäle in Theorie und Praxis und untersucht ihre Reichweite und Wirksamkeit im Hinblick auf die Kommunikationsziele Bekanntheit, Image, Einstellung und Verhalten. Es handelt in der Folge die relevanten Instrumente einer strategischen Mitarbeiterkommunikation ab und skizziert Sondersituationen wie Imagekrisen und Fusionen, die sowohl vom PR-Fachmann als auch von der Geschäftsführung besonderes Feingefühl in der hausinternen Darstellung erfordern. Welche Hürden im Rahmen der praktischen Einführung oder Verbesserung der internen Kommunikation zu nehmen sind, zeigen der abschließende Transfer und Praxischeck.

Wir bedanken uns für Ihr Vertrauen beim Erwerb des Buches und wünschen eine anregende und fruchtbare Lektüre. Sollten Sie Fragen oder Anregungen haben, zögern Sie bitte nicht, uns zu kontaktieren. Wir freuen uns auf Ihr Feedback!

Die Autoren

Mathias Brandstädter

mbrandstaedter@ukaachen.de

Sandra Grootz

sgrootz@ukaachen.de

Thomas W. Ullrich

tu@webosoph.de

Interne Kommunikation im Krankenhaus
Gelungene Interaktion zwischen Unternehmen und
Mitarbeitern

Brandstädter, M.; Grootz, S.; Ullrich, Th.W.

2016, VIII, 122 S. 48 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-662-45153-3