

Constanze Jecker (Hrsg.)

Interne Kommunikation

Theoretische, empirische und
praktische Perspektiven

HERBERT VON HALEM VERLAG

Inhalt

SABINE EINWILLER Geleitwort	9
CONSTANZE JECKER Einleitung	12
I. THEORETISCHE ANSÄTZE UND EMPIRISCHE BEFUNDE	
ULRIKE BUCHHOLZ Purpose statt Mission: Das Erläutern des Wozu anstatt der Erklärung des Wohin als zentrale Aufgabe der internen Kommunikation	32
CONSTANZE JECKER / MATTHIAS ALBISSER / MICHAEL BOENIGK Interne Kommunikation in der Schweiz – Status quo und Trends	51
KLAUS SPACHMANN / SIMONE HUCK-SANDHU Corporate Newsrooms – Neuland für die interne Kommunikation	74
MICHAEL BOENIGK / CONSTANZE JECKER / MATTHIAS ALBISSER Integrierte Kommunikation im digitalen Wandel – Einbindung und Ausgestaltung der internen Kommunikation	91

ALEXANDRA HEIZEREDER	109
Arbeitgeberkommunikation – Talente adressatengerecht ansprechen	
MAIKE ELISABETH DEBUS	127
Wenn der Job auf der Kippe steht: Arbeitsplatzunsicherheit und die Bedeutsamkeit der organisationalen Kommunikation	
CLAUDINE GAIBROIS	146
Verpasste Informationen, beeinträchtigter Wissensaustausch und Motivationsverlust: Was Mehrsprachigkeit in Organisationen für die interne Kommunikation bedeutet	
RENATO C. MÜLLER VASQUEZ CALLO	164
E-Leadership und E-Collaboration – Chancen, Risiken und Erfolgsfaktoren einer digital unterstützten Personalführung	
COLETTE SCHNEIDER STINGELIN / LISA ALTORFER	185
Kommunikation mit Mitarbeitenden in Non-Profit-Organisationen: Wertekommunikation und Wir-Gefühl als wichtige Elemente	
ADRIAN AEBI / BRUNO FRISCHHERZ	201
Interne Kommunikation zu Corporate Social Responsibility (CSR) – Mitarbeitende informieren, konsultieren und beteiligen	
INGO STOLZ	219
Der Change der Change-Kommunikation	
ERIK NAGEL / VINZENZ RAST	230
Initialkommunikation in Change-Projekten	
SABINE WITT	249
Vom Korpsgeist zur individuellen Ansprache – historische Analyse der Mitarbeiterzeitung der SBB	

MIKE MEISSNER	268
Arbeitgeberkommunikation bei der Schweizerischen Post/PTT am Beginn des 20. Jahrhunderts	
II. ERFAHRUNGEN UND ERKENNTNISSE AUS DER PRAXIS	
SUSANNE KNORRE	285
Von der Start-up-Akquisition zur Innovationskultur: >Open Innovation< als Herausforderung für die interne Kommunikation	
THOMAS RENKEN	300
Der (anspruchsvolle) digitale Arbeitsplatz und das Problem seiner Nutzung	
ADRIAN BLUM / DANIEL BOPP	314
Mitarbeiterbefragungen: Vom Befragungs- zum Dialoginstrument	
KONRAD E. MOSER	332
Mit Großgruppeninterventionen Organisationen in Bewegung setzen	
OLIVER SIDLER	348
Medienrecht für Mitarbeitende und Unternehmen	
JOHANNES MÜLLER / BEAT GYSIN / NINO DYGA / STEPHAN SCHWANDNER	364
Beispiel Siemens AG: Mit References+ den internen Wissens- und Erfahrungsaustausch fördern	
CHRISTOPH ROGGER	379
Beispiel Alpnach-Norm-Gruppe: Die Mitarbeiterzeitung als überregionale Klammer	

ANNA GRÄNI	392
Beispiel Basler Verkehrs-Betriebe: Kommunikation als strategische Führungsaufgabe	
STEFAN JOSS	404
Beispiel css Versicherung: Im Austausch mit den Mitarbeitenden – die Konzernleitung auf Tour de Suisse	
Autorinnen und Autoren	418