

Vorwort	7
KAPITEL 1 Einführung & Trends	11
1.1 7 Regeln, wie die Einführung von Social Media im Unternehmen garantiert ein Misserfolg wird <i>Stefan Donat</i>	13
1.2 Das soziale Intranet und die Wurzeln des Networking <i>Lutz Hirsch</i>	19
1.3 Das Innen wird zum Außen – soziale Medien neu interpretiert <i>Sean MacNiven</i>	31
KAPITEL 2 Grundlagen & Konzepte	49
2.1 Vom Privatvergnügen zum Managementinstrument – wie Social Media zum Resonanzboden der Organisationsentwicklung werden können <i>Dr. Georg Kolb</i>	51
2.2 Interne Kommunikation auf der Suche nach dem Unternehmenswissen <i>Felix Escrivano</i>	67
2.3 Was bedeuten Social Media für die Unternehmenskultur? <i>Lars Dörfel und Anja Ross</i>	113
2.4 Star Wars in the Enterprise – Eine Anleitung für erfolgreiche Change Communication auf der Suche nach dem Social Workplace <i>Janine Müller und Carsten Rossi</i>	129
2.5 Social Media Guidelines – Freiheit oder Restriktion? <i>Ergin Iyilikci und Jan-Paul Schmidt</i>	147
2.6 Die Trias der Internen Kommunikation <i>Nemo Altenberger, Jan Eisenkrein und Benita Schader</i>	165
2.7 Social Intranet <i>Jürgen Mirbach und Ulf Sthamer</i>	187

2.8 Maßnahmen-Controlling und Kennzahlen für Enterprise 2.0-Projekte <i>Ariana Fischer und Dr. Matthias Wager</i>	205
KAPITEL 3 Tools & Anwendungen	219
3.1 Leadership 2.0: Die Skepsis der Leitwölfe überwinden – mit Web 2.0 <i>Andreas Voß</i>	221
3.2 Verknüpfung von Interne und Externer Kommunikation <i>Nadja Amireh und Anja Beckmann</i>	239
3.3 Corporate Radio – „Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ <i>Ulrich E. Hinsen</i>	253
3.4 Bewegtbild in der internen Unternehmenskommunikation <i>Armin Dhillon</i>	271
3.5 connect.BASF – ein Online-Netzwerk für das beste Team <i>Cordelia Kroß</i>	283
3.6 Jetzt werden wir persönlich – Dialog 2.0 Social Media in der Internen Kommunikation der ING-DiBa <i>Janine Krönung</i>	297
3.7 Blogs als Instrument für die Interne und Externe Kommunikation <i>Nadja Amireh und Anja Beckmann</i>	313
3.8 Wie der Dialog mit Mitarbeitern in einem Management-Blog gelingt – ein Erfahrungsbericht der T-Systems Multimedia Solutions <i>Dr. Cornelia Mossal</i>	327
3.9 Old Economy auf neuen Wegen: Wie Social Media auch bei RWE die Kommunikation verändern <i>Henriette Viebig</i>	337
3.10 Wenn nicht jetzt, wann dann? Social Media als Instrument für den Auf- und Ausbau der Internen Kommunikation in KMUs <i>Esther Mahr und Sebastian Ziegler</i>	353
Anhang/ Stichwortverzeichnis	367