
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung und Problemstellung	1
	Literatur	6
2	Unternehmenskommunikation und ihre Facetten	7
2.1	Kommunikationsansätze	8
2.2	Kommunikationsbedingungen	16
	Literatur	19
3	Unternehmenskommunikation und ihre Prozesse	23
3.1	Organisatorischer Rahmen von Unternehmenskommunikation	24
3.2	Corporate Newsroom als möglicher Prozessrahmen	27
3.2.1	Kommunikationsanforderungen und Newsroom-Konzept	27
3.2.2	Newsroom in der Unternehmenskommunikation	29
3.3	Einflussfaktoren auf Prozessgestaltungen	38
3.4	Aktuelle Prozesse der Unternehmenskommunikation:	
	Qualitativer Forschungsansatz	41
3.4.1	Experteninterviews als Erhebungsmethode	41
3.4.2	Experteninterviews in Anwendung und Auswertung	44
	Literatur	53
4	Unternehmenskommunikation und ihre Prozesse in der Praxis	57
4.1	Organisation von Unternehmenskommunikation	58
4.1.1	Aufbau und Zusammenarbeit	58
4.1.2	Rollen und Verantwortlichkeiten im Kommunikationskontext	64

4.2	Prozesse von Kommunikation.	69
4.2.1	Auslöser von Kommunikationsaktivitäten	69
4.2.2	Ablauf von Kommunikationsprozessen	73
4.3	Modellhafter Ansatz von Kommunikationsorganisation und -prozess: Corporate Newsroom	82
4.3.1	Strategiedesk	82
4.3.2	Themendesk	86
4.3.3	Mediendesk	93
4.3.4	Zuordnung von Ansätzen eines Corporate-Newsroom-Konzepts.	98
4.4	Perspektiven in der Unternehmenskommunikation	102
	Literatur	108
5	Unternehmenskommunikation aus Beraterperspektive: Thomas Mickleit (KommunikationNeuDenken!) im Interview	109
5.1	Unternehmenskommunikation im Überblick	110
5.2	Organisation von Unternehmenskommunikation	111
5.3	Prozesse der Unternehmenskommunikation.	114
5.4	Corporate-Newsroom-Ansatz in der Unternehmenskommunikation	116
5.5	Zukunft in der Unternehmenskommunikation	122
	Literatur	124
6	Erfolgreiche Unternehmenskommunikation: Implikationen für Aufbau und Prozesse	125
6.1	Kommunikationsorganisation und -prozesse: Status quo	126
6.2	Kommunikationsorganisation und -prozesse: Perspektiven	129
7	Fazit und Ausblick	135