

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	8
Einblicke in die Praxis	10
1 Unternehmensberatung	13
1.1 Theoretische und begriffliche Einordnung	14
1.2 Unternehmensberatung als Dienstleistung	15
1.3 Kriterien und Funktionen einer Beratungsleistung	31
1.4 Grundformen der Unternehmensberatung	38
2 Expertenberatung	41
2.1 Theoretische und begriffliche Einordnung	42
2.2 Die Beratungsform der Expertenberatung	42
2.3 Kritik am Modell der Expertenberatung	49
3 Organisationsentwicklung und Prozessberatung	53
3.1 Theoretische und begriffliche Einordnung	54
3.2 Die Beratungsform der Organisationsentwicklung und Prozessberatung	54
4 Systemische Prozessberatung	63
4.1 Theoretische und begriffliche Einordnung	64
4.2 Entwicklungsgeschichte	64
4.2.1 Herkunft des systemischen Weltbilds und Entwicklung der Systemtheorie	64
4.2.2 Mechanistisches vs. systemisches Weltbild	66
4.3 Das systemische Organisationsverständnis	68
4.3.1 Die Differenz zwischen dem System und seiner Umwelt	69
4.3.2 Beratung aus systemischer Organisationssicht	70
4.3.3 Systemische Verfahren und der Konstruktivismus	72
4.4 Die Beratungsform der Systemischen Prozessberatung	73
4.4.1 Elemente von Kernprozessen der systemischen Beratung	82
4.4.2 Die Phasen des Beratungsprozesses der Systemischen Prozessberatung	85
4.4.3 Systemische Projektplanung und Zielfindungsprozess	87
4.4.4 Beratungsphasen mit Expertenberatung und Prozessberatung	88
4.4.5 Widerstände gegenüber dem systemischen Ansatz	91
5 Unternehmenskommunikation	97
5.1 Theoretische und begriffliche Einordnung	98
5.2 Bezugsguppen	98
5.3 Unternehmenspersönlichkeit	102
5.4 Unternehmenskommunikation ist eine Managementaufgabe	107

6 Integrierte Kommunikation	111
6.1 Theoretische und begriffliche Einordnung	112
6.1.1 Kommunikationsmassnahmen	113
6.1.2 Kommunikationsinstrumente	114
6.1.3 Zielgruppen	114
6.1.4 Kommunikationsbotschaften	115
6.1.5 Kommunikationsmittel	115
6.2 Klassifikation von Kommunikationsinstrumenten und -mitteln	118
6.3 Kommunikationsziele	119
6.4 Merkmale der Integrierten Kommunikation	124
6.5 Entwicklungsgeschichte	128
6.5.1 Herausforderungen der Kommunikationsarbeit im Kommunikationswettbewerb	128
6.5.2 Der Wandel vom Transaktions- zum Beziehungsmarketing	129
6.5.3 Push- vs. Pull-Kommunikation	130
6.6 Kommunikationsformen, -systeme und -prozesse der Integration	134
6.6.1 Abwärtsgerichtete Kommunikationsprozesse	135
6.6.2 Aufwärtsgerichtete Kommunikationsprozesse	136
6.6.3 Seitwärtsgerichtete Kommunikationsprozesse	136
6.7 Komplexität und Integrationsbedarf	141
6.8 Ziele der Integrierten Kommunikation	145
6.9 Aufgabenbereiche der Integrierten Kommunikation	149
6.10 Integrierte Kommunikation und die Organisations- und Systemtheorie	154
6.10.1 Integration aus der Perspektive der Organisationstheorie	154
6.10.2 Systemisches und ganzheitliches Denken in der Integrierten Kommunikation	155
6.11 Integration durch Prozessorientierung	161
6.11.1 Organisation der Integrierten Kommunikation als Lernprozess	162
6.12 Integrierte Kommunikation und die Zusammenarbeit mit Kommunikationsagenturen	167
6.12.1 Agenturinternes Prozessmanagement	168
6.12.2 Interprozessualer Koordinationsbedarf	174
6.12.3 Interinstrumenteller Koordinationsbedarf	174
6.12.4 Merkmale der Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Agenturen	175
Anhang	183
Interviewverzeichnis	184
Literaturverzeichnis	189
Abbildungsverzeichnis	192
Stichwortverzeichnis	193
Die Autoren	198