

Inhaltsverzeichnis

1	Hinführung zur Thematik	27
1.1	Zielsetzung und Herangehensweise	29
1.1.1	Zielsetzung 1; Unternehmenskommunikation	30
1.1.2	Zielsetzung 2; EDV-Unterstützung der Unternehmenskommunikation	31
1.1.3	Zielsetzung 3; Kommunikationsportal	32
1.2	Vorgehensweise	33
1.3	Begriffsklärung und Abgrenzung	35
2	Kommunikation	37
2.1	Kommunikationswissenschaft	38
2.2	Information versus Kommunikation	39
2.3	Unternehmenskommunikation	40
2.3.1	Unterteilung der Unternehmenskommunikation	41
2.3.2	Unternehmenskommunikation: Allgemeine Anforderungen	42
2.3.3	Kommunikationswege im Unternehmen	44
2.3.4	Führungskräfteinformation / Führungskräftekommunikation	45
2.3.5	Planungsaufgabe der Kommunikation	46
2.4	Externe Kommunikation	48
2.5	Interne Kommunikation	49
2.6	Externe versus interne Kommunikation	51
2.7	Fazit Kommunikation	52
3	Kommunikationsmanagement	55
3.1	Integriertes Kommunikationsmanagement	57
3.2	Praktizierung der integrierten Kommunikation	60
3.2.1	Themenmanagement	62
3.2.2	Krisenmanagement	63

3.2.3	Kommunikationsmanagement bzgl. moralischer Werte	63
3.2.4	Sortierungsfunktion	64
3.2.5	Wahl des passenden Kommunikationsmediums	65
3.3	Fazit Kommunikationsmanagement	68
4	Führungskräftebefragung Unternehmenskommunikation	71
4.1	Methodik	71
4.2	Grundgesamtheit	72
4.3	Gegenstand	73
4.4	Erläuterung	77
4.4.1	Verortung der Befragten nach Branche	77
4.4.2	Tätigkeitsbereiche der Befragten	78
4.4.3	Aufgaben der Befragten aus dem Kommunikationsbereich	79
4.4.4	Einteilung der Befragten nach Managementstufe	80
4.4.5	Ausprägung der Managementstufen	81
4.4.6	Anzahl der Mitarbeiter mit gleichem Aufgabengebiet im Unternehmen	82
4.4.7	Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen	83
4.4.8	Relevanz der Informationsquellen für Arbeit bzw. Aufgabengebiet	84
4.4.9	Erfolgsfaktoren der Unternehmenskommunikation	85
4.4.10	Vermisste Erfolgsfaktoren der Unternehmenskommunikation im eigenen Unternehmen	86
4.4.11	Pflege des persönlichen Netzwerks	86
4.4.12	Marketing und Kommunikation: Organisatorische Gliederung	87
4.4.13	Marketing und Kommunikation: Güte der Zusammenarbeit	88
4.4.14	Höhe des Verbesserungsbedarfs in der Unternehmenskommunikation	89
4.4.15	Verbesserungspotenzial in der Unternehmenskommunikation	89
4.4.16	Verbesserungspotenzial in der Unternehmenskommunikation durch EDV	91
4.4.17	Arbeitszeitaufwand für Informationsbeschaffung	93
4.4.18	Anteil der EDV an der Informationsbeschaffung	93

4.4.19	Anteil der unternehmensinternen EDV an der Informationsbeschaffung	93
4.4.20	Anteil der unternehmensexternen EDV an der Informationsbeschaffung	94
4.4.21	Relevanz empfangener E-Mails	94
4.4.22	Optimierung der EDV-gestützten Informationsbeschaffung	94
4.4.23	Erwartungen an eine Kommunikationsplattform	95
4.4.24	Einsatz von Kommunikationsplattformen	97
4.4.25	Arten verwendeter Kommunikationsplattformen	97
4.4.26	Anspruchserfüllung durch Kommunikationsplattformen	98
4.4.27	Einsatz von Standardsoftware	100
4.4.28	Kommunikationscontrolling	100
4.4.29	Unterstützung des Kommunikationscontrollings durch EDV	100
4.4.30	Eingesetzte Software zur Unterstützung des Kommunikationscontrollings	101
4.4.31	Verbesserung der EDV-Unterstützung des Kommunikationscontrollings	101
4.4.32	Pressekontaktmanagement	101
4.4.33	Vorgehensweise beim Pressekontaktmanagement	102
4.4.34	Unterstützung des Pressekontaktmanagements durch EDV	103
4.4.35	Scorecards und Qualitätsmanagement	103
4.4.36	Erfahrungen mit Scorecards und Qualitätsmanagement	104
4.4.37	Mobiler Informationszugriff	105
4.4.38	Einsatz von Individualsoftware	106
4.4.39	Fehlende EDV-Unterstützung	106
4.4.40	Vorgehen bei Veränderungsmanagement	107
4.4.41	EDV-Unterstützung von Change Management	107
4.4.42	Gewünschte EDV-Unterstützung von Change Management	107
4.4.43	Erwartungen an die EDV-Unterstützung von Unternehmenskommunikation	109
4.4.44	Vermisste EDV-Schnittstellen	111
4.4.45	Gewünschte EDV-Funktionen	111
4.4.46	Abdeckungsgrad gewünschter Funktionen durch genutzte EDV-Produkte	113

4.5	Fazit: Führungskräftebefragung Unternehmenskommunikation .	113
5	Elektronische Datenverarbeitung	115
5.1	Software	116
5.1.1	Systemsoftware und Anwendungssoftware	116
5.1.2	Middleware	120
5.2	Social Software / Media / Web	121
5.2.1	Web 2.0	122
5.2.2	Enterprise 2.0	123
5.3	Portale und Portalklassifikation	123
5.3.1	Portalklassifikation nach Informations- und Integrations- tiefe	124
5.3.2	Portalklassifikation nach Fokus und Nutzerkreis . . .	125
5.3.3	Portalklassifikation nach Zielgruppe	126
5.4	Auswertung der Führungskräftebefragung bzgl. EDV	129
5.5	Fazit: Elektronische Datenverarbeitung	131
6	Veränderungskommunikation (Change Communication)	133
6.1	Veränderungsmanagement (Change Management)	134
6.1.1	Tragweite: Reproduktiver und transformativer Wandel .	135
6.1.2	Ursache: Interner und externer Wandel	136
6.1.3	Handlungsrichtung: Wandel durch Abbau, Umbau oder Aufbau	137
6.2	Veränderungskommunikation als wichtiger Faktor des Ver- änderungsmanagements	138
6.3	Ursprünge von Veränderungsmanagement/-kommunikation .	139
6.3.1	Externer Wandel: Veränderungszyklen nach Kondratjew .	139
6.3.2	Von der Organisationsentwicklung zu Veränderungs- management/-kommunikation	142
6.4	Identität und Kultur von Organisationen	143
6.4.1	Namen in der Organisationskommunikation	143
6.4.2	Identitätsdimensionen von Organisationen	144
6.4.3	Ebenen von Organisationskulturen	145
6.4.4	Stärke von Organisationskulturen	146
6.4.5	Zwei Organisationen - zwei Welten: Eine neue Identität .	150
6.5	Formen und Ansatzpunkte/Modelle des Wandels	151
6.5.1	Wandlungsformen (1. Ordnung / Reproduktiver Wan- del)	151

6.5.2	3W-Modell (2. Ordnung / Transformativer Wandel) .	153
6.5.3	Veränderungsfaktoren	154
6.5.4	Unternehmensentwicklung als Einflussgröße für Wandel .	156
6.6	Kommunikation als Katalysator im Wandel	157
6.6.1	Aktivierung von mentalen Modellen durch Kommunikation und deren Rolle im Wandel	158
6.6.2	Kommunikationsstrategie im Wandel	159
6.6.3	Schaffung von Akzeptanz für Veränderungen durch geeignete Veränderungskommunikation	160
6.6.4	Anwendung von Kommunikationsinstrumenten	165
6.7	Praktizierung von Veränderungsmanagement/-kommunikation .	166
6.7.1	Der Veränderungsfahrplan in sieben Stufen	166
6.7.2	Wandlungsprozess in Phasen	169
6.7.3	Veränderungsmanagement/-kommunikation bei Fusionen und Übernahmen	179
6.8	Auswertung der Führungskräftebefragung bzgl. Veränderungskommunikation	180
6.8.1	Vorgehensweisen bei Veränderungen	181
6.8.2	Veränderungsmanagement im Bereich der Informationstechnik	182
6.8.3	Veränderungsbereitschaft	183
6.8.4	Führungskräfte und Veränderungskommunikation . .	184
6.8.5	Bedeutung des Veränderungsmanagements	186
6.8.6	Softwareunterstützung Veränderungsmanagement/-kommunikation	187
6.8.7	Fazit Veränderungskommunikation (Führungskräftebefragung)	189
6.9	Fazit: Veränderungskommunikation (Change Communication) .	190
7	Kommunikationscontrolling .	193
7.1	Immaterielle Werte	194
7.2	Messung von Kommunikationsaktivitäten	197
7.2.1	Wirkungsstufen/Wertschöpfung der Kommunikation nach DPRG/ICV-Bezugsrahmen	198
7.2.2	EFQM-Modell	202
7.2.3	Balanced Scorecard	207
7.2.4	Communication Scorecards	212
7.2.5	Kontrolle von Aktivitäten im Bereich Social Software .	219

7.3	Reputationsmessung	230
7.3.1	Reputationsmessung mit dem Reputation Quotient	231
7.3.2	Unternehmensbewertung auf der Basis von RQ-Studien	233
7.4	Internationale Perspektiven des Kommunikationscontrollings	234
7.5	Auswertung der Führungskräftebefragung bzgl. Kommunikationscontrolling	236
7.5.1	Bedeutung von Kommunikationscontrolling / Evaluation für die Unternehmenskommunikation	237
7.5.2	Verbreitungsgrad von Kommunikationscontrolling / Evaluation in Unternehmen	238
7.5.3	Softwareunterstützung Kommunikationscontrolling / Evaluation	239
7.5.4	Zwischenfazit Kommunikationscontrolling / Evaluation	241
7.5.5	Einsatz von für Kommunikationscontrolling relevanten BWL-Modellen	242
7.5.6	Erfahrungen bzgl. Einsatz von für Kommunikationscontrolling relevanten BWL-Modellen	243
7.5.7	Softwareunterstützung von für Kommunikationscontrolling relevanten BWL-Modellen	244
7.5.8	Zwischenfazit von für Kommunikationscontrolling relevanten BWL-Modellen	246
7.5.9	Auswertung der Führungskräfteumfrage bzgl. Medien/Journalismus-Datenmanagement	246
7.5.10	Softwareunterstützung Medien/Journalismus-Datenmanagement	247
7.5.11	Zwischenfazit Medien/Journalismus-Datenmanagement	250
7.6	Fazit: Kommunikationscontrolling	251
8	Unterstützung der Unternehmenskommunikation durch EDV	255
8.1	Unterstützung der Unternehmenskommunikation durch Standardsoftware	255
8.1.1	SAP	256
8.1.2	IBM	260
8.1.3	Bürosoftware	266
8.2	Unterstützung der Unternehmenskommunikation durch Individualsoftware	267
8.2.1	Methodik ipm 360	268
8.2.2	Module ipm 360	268

8.2.3	Unterstützungspotenzial für Unternehmenskommunikation	270
8.3	Auswertung der Führungskräfteumfrage bzgl. Standard- und Individualsoftware	272
8.3.1	Verwendete Standardsoftware	272
8.3.2	Verwendete Individualsoftware	273
8.4	Zwischenfazit Standardsoftware und Individualsoftware	274
8.5	Unterstützung der Kommunikation durch Social Software / Media / Web	274
8.5.1	Unternehmensblogs (Corporate Blogs)	275
8.5.2	Unternehmenswikis (Corporate Wikis)	275
8.5.3	RSS Feeds	276
8.5.4	Firmeninterne Chatprogramme	277
8.5.5	Virtuelle Soziale Netzwerke	277
8.5.6	Konnektoren zu Social Software	279
8.5.7	Bewertungen und Beurteilungen in Sozialen Netzwerken.	281
8.6	Auswertung der Führungskräftebefragung bzgl. Relevanz von Social Software	284
8.6.1	Einsatz von Social Software in Unternehmen - Informationsbeschaffung	284
8.6.2	Einsatz von Social Software in Unternehmen - Unternehmenskommunikation	285
8.6.3	Einsatz von Social Software in Unternehmen - persönliches Netzwerk	287
8.6.4	Ansichten der Befragten zum Thema Social Software	288
8.6.5	Studie zur Nutzung von Social Software durch Führungskräfte	290
8.6.6	Studien zum Einsatz von Social Software in Unternehmen	291
8.6.7	Thesen zur Zukunft von Social Media	296
8.6.8	Studie bzgl. Herausforderung Enterprise 2.0	298
8.7	Zwischenfazit Social Software / Media / Web	299
8.8	Unterstützung der Unternehmenskommunikation durch Integration und Vernetzung	302
8.9	Auswertung der Führungskräftebefragung bzgl. Integration und Vernetzung	306
8.9.1	Relevanz von EDV-Schnittstellen für die Befragten	306
8.9.2	Vermisste Schnittstellen	307

8.10	Fazit: Unterstützung der Unternehmenskommunikation durch EDV	307
9	Kommunikationsportal als Dreh- und Angelpunkt	311
9.1	Abgrenzung: Kommunikationsportal und Intranet	313
9.2	Grundlegende Portalfunktionen	314
9.2.1	Erwartungen der Nutzer an ein Kommunikationsportal (Gewünschte Portalfunktionen / Anforderungen) .	316
9.2.2	Schnelle Verfügbarkeit von Information	320
9.2.3	Bereitstellung individueller Information (Rollenkonzept) .	320
9.2.4	Schnelle Beantwortung spezifischer Fragen	324
9.2.5	Zugriff auf Statusinformationen	327
9.2.6	Publikationsmöglichkeiten	327
9.2.7	Kollaborationsmöglichkeiten	329
9.2.8	Kommunikationsportal als Mediensystem: Anforderung und Erfüllungsgrad	333
9.3	Auswertung der Führungskräftebefragung bzgl. Kommunikationsportal	335
9.3.1	Verbreitung von Kommunikationsportalen in Unternehmen	336
9.3.2	Softwareunterstützung Kommunikationsportale . . .	336
9.3.3	Fazit Umfrage Kommunikationsportal	336
9.4	Anwendungsfelder Kommunikationsportal	337
9.4.1	Integrierte Kommunikation (Kommunikationsmanagement)	338
9.4.2	Kommunikationscontrolling	339
9.4.3	Veränderungskommunikation	354
9.4.4	Möglichkeiten des Wissensmanagements im Kommunikationsportal	357
9.5	Fazit: Kommunikationsportal als Dreh- und Angelpunkt . . .	359
10	Fazit/Schlussbetrachtung	363
10.1	Informationskanäle und Ansichten zur Kommunikation . . .	367
10.1.1	Informationsbeschaffung	368
10.1.2	Ansichten zur Unternehmenskommunikation	372
10.1.3	Pflege des persönlichen Netzwerks	377
10.1.4	Fazit bzgl. Informationsbeschaffung und Ansichten bzgl. der Unternehmenskommunikation	378

10.2 Limitationen durchgeführter Umfrage	379
10.3 Ausblick	382
11 Anhang	389
11.1 Controlling und Qualitätsbewertung	389
11.2 Controlling: Einführung der Balanced Scorecard - SixLoop-Konzept	392
11.3 Der Gartner Hype Cycle	395
11.4 Artikulationsarten der Benutzer von Social Software	397
11.5 Allgemeine Abkürzungen	402
11.6 Fachliche Abkürzungen	403
11.7 Glossar	407
11.8 Fragebogen: Führungskräftebefragung / Umfrage Kommunikation und EDV	416
11.9 Liste der befragten Führungskräfte	426