

Inhaltsverzeichnis

Überlegungen zu <i>Mobilität</i> und ein kurzer Überblick über die Beiträge	1
Peter Handler	
MOBILITÄT UND IHRE AUSWIRKUNGEN: UNTERNEHMEN ZWISCHEN INNOVATION UND ANPASSUNG	
Unternehmenskommunikation zwischen Explorations- und Exploitationsanforderungen: <i>Vision-Communication</i> als Mittel zur Überwindung des Ambidextrie-Dilemmas	21
Volker M. Banholzer und Michael A. Siebert	
Business Model Innovation: Technische Produktliteratur als Instrument der Markenkommunikation im B2B-Geschäft	53
Michael Schaffner	
Wie Digitalisierung Industrien auf den Kopf stellt: Steht der Automobilindustrie dasselbe Schicksal wie der Musikbranche bevor?	69
Frank A. Diederichs	
Ist „Industrie 4.0“ gleich „Industry 4.0“? Die Bedeutung kultureller Kontexte für die internationale Wirtschaftskommunikation: Technologiebezeichnungen in Deutschland und Norwegen im Vergleich	81
Volker M. Banholzer	

**MOBILITÄT UND IHRE AUSWIRKUNGEN:
SPRACHENMANAGEMENT UND SPRACHKOMPETENZEN**

Mobilität und der Umgang mit sprachlicher Vielfalt: Zu Spracheinstellungen und Sprachgebrauch im Tourismus	109
Monika Dannerer	
Erwartungen an die Sprachkompetenz in der fremdsprachlichen Wirtschaftskommunikation: Befunde einer empirischen Untersuchung	131
Holger Wochele	
Sprachgebrauch in migrantischen Social-Media-Gruppen: Eine soziolinguistische Fallstudie zur Verwendung digitaler Kommunikationsmittel durch italienische Migranten	145
Matthias Wolny	
Sprachbeherrschung als integrativer Faktor: Eine Studie zu Migration, Spracherwerb und Kommunikation im akademischen Bereich	167
Dominik Pietzcker	
Mobilität von Kapital als Motor für Veränderungen in der Unternehmenskommunikation: Zur Dynamik von Fachwortschätzten durch Internationalisierung	181
Miriam P. Leibbrand	
Kapitalmarktkommunikation, Sprachenregime und Anlegermobilität	207
Christian Szücs	
MOBILITÄT UND IHRE AUSWIRKUNGEN: NEUE WEGE IN WERBUNG UND MARKETING	
Einsatz von Content-Marketing-Strategien in Schweizer Unter- nehmen: Nutzenerwartungen – Inhalte – Erfolgsgrundlagen	219
Michael Boenigk, Susanne Bründler-Ulrich, Ursula Stalder, Seraina Mohr und Antonia Steigerwald	

Mobility as a Challenge in Relationship Marketing: The Application of Mediatized Interaction Rituals and Symbols for Relationship Maintenance	237
Henrietta Leonie Pilny, Katharina Hördemann und Florian U. Siems	
Kult und Mobilität: Zur Markenkommunikation bei VW <i>Käfer/(New) Beetle</i> und <i>Fiat (Nuova) 500</i>	253
Sabine Heinemann und Sara Matrisciano	
Wirtschaftskommunikation am Beispiel „autonome Mobilität“: Exemplarische Analysen von Werbespots aus sprach- und medienwissenschaftlicher Sicht	279
Sandra Reimann	
The Danish Way: Eine Carlsberg-Kampagne, die Grenzen überschreitet	295
Martin Nielsen	
MOBILITÄT UND IHRE AUSWIRKUNGEN: SOCIAL MEDIA IM ARBEITSKONTEXT	
Anonymisierung und Hyperlokalität der Studierenden-App „Jodel“: Eine Fallstudie zu Funktionsweise und Anwendungsmöglichkeiten des sozialen Netzwerks am Beispiel der Studierendenwerke	317
Matthias Johannes Bauer	
Translators as Digital Nomads: Constructing Professional Identity Online	333
Sara Orthaber und Simon Zupan	
„Sind Sie mein neuer Kollege?“ <i>Employee Advocacy</i> im Recruiting	347
Anne Grethe Julius Pedersen und Aase Voldgaard Larsen	