

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Die Mitarbeiterzeitschrift im Spannungsfeld mit digitalen Angeboten der internen Unternehmenskommunikation	11
2.1	„Mitarbeiterzeitschriften in Deutschland“ – Tradition und aktueller Status	12
2.2	Forschungsstand zu gedruckten Mitarbeiterzeitschriften	19
2.3	Formale, inhaltliche und organisationale Merkmale von Mitarbeiterzeitschriften	23
2.4	Zusammenfassung – Die Mitarbeiterzeitschrift	37
3	Einflüsse auf die Ausgestaltung der gedruckten Mitarbeiterzeitschrift	39
3.1	Unternehmensindividualität	40
3.2	Funktionen, Unternehmensziele und Zielgruppen	41
3.3	Zusammenfassung – Einflussfaktoren auf die Merkmale der Mitarbeiterzeitschriften	44
4	Veränderungen und Herausforderungen durch unternehmensinterne digitale Web-2.0-Angebote	47
4.1	Intranet, Mitarbeiter-TV, Corporate Blog & Co	48
4.2	Forschungsstand zu internen Web-2.0-Angeboten	59
4.3	Digitale Medien als Konkurrenz oder als Ergänzung der Mitarbeiterzeitschrift?	64
4.4	Zusammenfassung – Digitale Web-2.0-Anwendungen in der internen Unternehmenskommunikation	69

5 Konkretisierung des Forschungsvorhabens	71
5.1 Mitarbeiterzeitschriften im stetigen Dilemma – und auf dem Prüfstand!	71
5.2 Mitarbeiterzeitschriften und Web-2.0-Angebote: Substitution oder Synergien?	73
6 Methodisches Vorgehen	77
6.1 Auswahl und Beschreibung der Untersuchungsmethode	77
6.1.1 Erhebungsinstrument: Schriftliche, postalische Befragung	81
6.1.2 Begleitschreiben, Entwicklung des Fragebogens und Pretest	82
6.1.3 Inhaltliche Dimensionen des Fragebogens	85
6.1.4 Aufbau des Fragebogens	96
6.2 Durchführung der schriftlich-postalischen Befragung	98
6.2.1 Grundgesamtheit und Stichprobenziehung	99
6.2.2 Ausschöpfung, Plausibilitätskontrolle und Datenbereinigung	101
6.2.3 Methodenüberblick und Untersuchungssteckbrief	103
6.3 Datenvorbereitung und –verdichtung	105
6.3.1 Umkodierung, Skalen und Dummy-Kodierung	105
6.3.2 Dimensionsreduktion mittels Hauptkomponentenanalyse	106
6.3.3 Clusteranalysen zur explorativen Vertiefung	107
7 Ergebnisse: Konkurrenz oder Synergie zwischen Mitarbeiterzeitschrift und Web-2.0-Angeboten?	109
7.1 Struktur der Stichprobe	109
7.2 Veränderungen bei Mitarbeiterzeitschriften in Bezug auf Web-2.0-Angebote	110
7.2.1 Entwicklungen bei Mitarbeiterzeitschriften zwischen den Jahren 2003 und 2015	111
7.2.2 Inhaltliche Veränderungen bei gedruckten Mitarbeiterzeitschriften zwischen den Jahren 2003 und 2015	127
7.2.3 Wandel bei den Funktionen und Zielsetzungen gedruckter Mitarbeiterzeitschriften im Vergleich der Jahre 2003 und 2015	136

7.2.4	Einsatz von internen Web-2.0-Anwendungen	144
7.2.5	Web-2.0.-Angebote und Mitarbeiterzeitschrift im strategischen Medienmix	154
8	Diskussion und Ausblick: „Evolution statt Revolution!“	159
8.1	Wettbewerb mit zwei Gewinnern: Gedruckte Mitarbeiterzeitschrift und digitale Web-2.0-Angebote	159
8.2	Relevanz dieser wissenschaftlichen Arbeit für die Berufspraxis der internen Unternehmenskommunikation	165
8.3	Ansatzpunkte für weiterführende Forschungen	168
	Literaturverzeichnis	173