

Inhalt

9 01. Einstieg. Neue Sicht der Kommunikation

- 10 Umbruch in der internen Kommunikation
- 12 Wer nicht kommuniziert, verliert
- 13 Interne Kommunikation als Trumpf
- 14 Wegweiser für mehr Weitblick
- 15 Interne Kommunikation mit einfachen Mitteln

19 02. Grundlagen. Voraussetzungen klären

- 20 Interne Kommunikation braucht Konzept
- 24 Kompetenzfeld definieren
- 28 Rolle der Beteiligten aufzeigen
- 38 Brücke zur externen Kommunikation schlagen
- 43 In die Unternehmenskultur verankern
- 47 Von der Unternehmenskultur zur Kommunikationskultur
- 48 Prozess der Konzeption
- 50 Arten des Konzepts

57 03. Analyse. Situation einschätzen

- 58 Analyse als Konzeptionsbasis
- 59 Zuerst die Aufgabe festlegen
- 63 Mit einem Exposé den Weg frei machen
- 66 Gründlich recherchieren
- 71 Rechercheklassiker Mitarbeiterbefragung
- 75 Faktenspiegel erstellen
- 77 Statusanalyse verdichtet weiter

85 04. Strategie. Kurs bestimmen

- 86 Kommunikation die Richtung geben
- 86 Wohin kommunizieren? Ziele festlegen
- 91 Ziele nach Zeit ordnen
- 92 Ziele ausformulieren
- 97 Für wen kommunizieren? Bezugsgruppen festlegen

- 101 Wichtige Bezugsgruppen transparent machen
- 104 Motive bestimmen
- 107 Wofür kommunizieren? Unternehmenspositionierung entwickeln
- 115 Kommunikationsobjekt positionieren
- 116 Was kommunizieren? Kernbotschaften ausformulieren
- 123 Von Kernbotschaften zu Teilbotschaften
- 124 Botschaften sinnlich fassbar machen
- 127 Wie kommunizieren? Strategisches Vorgehen konkretisieren
- 130 Strategieraster zur Endkontrolle nutzen

133 05. Operative Planung. Tatsachen schaffen

- 134 Strategie praktikabel umsetzen
- 134 Relevante Themen auswählen
- 144 Geschichten bewirken mehr
- 147 Die Themenkonstellation überprüfen
- 149 Ansprache kreativ zuspitzen
- 152 Maßnahmen mit System planen
- 154 Passende Instrumente auswählen
- 157 Instrumente kombinieren
- 160 Instrumente konkretisieren
- 166 Die Zeit planen
- 169 Die Kosten in den Griff bekommen
- 172 Erfolgskontrolle einplanen

179 06. Instrumentarium. Mittel auswählen

- 180 Instrumentarium im Überblick
- 182 Persönliche Gespräche
- 183 Besprechungen
- 185 Veranstaltungen und Events
- 187 Workshops und Großgruppenformate
- 191 Intranet
- 193 Podcasts und Videoclips
- 194 Digitale Information
- 196 Soziale Medien und Social Collaboration
- 206 Mitarbeiterzeitschrift
- 208 Broschüren, Folder, Flyer und mehr
- 209 Schwarzes Brett
- 210 Neue Ideen für interne Maßnahmen

213 07. Durchführung. Mit Konzept realisieren

- 214 Konzept präsentieren und verabschieden
- 217 Projektaufwand abschätzen
- 219 Konzept intern verankern
- 220 Themen gründlich planen
- 221 Konzept „updaten“
- 222 Permanent kontrollieren
- 224 Am Ende Bilanz ziehen
- 226 Das letzte Wort ist ein Blick nach vorn

229 08. Serviceteil. Infos, die sich nützlich machen

- 230 Keine Schablonen, sondern Inspirationen
- 231 Der Phasenplan für das Kommunikationsmanagement
- 233 Der Zeitplan für die Konzeption
- 235 Das Muster eines Rechercheplans
- 236 Die Vorgehensweise der Mitarbeiterbefragung
- 237 Die Inhalte des Faktenspiegels
- 240 Das Strategieraster im Überblick
- 241 Der Themensteckbrief
- 242 Die Instrumenteninventur
- 243 Der Instrumentensteckbrief
- 244 Checkliste für Großgruppenveranstaltungen
- 245 Die Präsentationscheckliste
- 246 Der Projektplan
- 247 Der Redaktionsplan
- 248 Literatur und Linkliste
- 249 Abbildungsverzeichnis
- 250 Checklistenverzeichnis
- 251 Stichwortverzeichnis

263 09. Autoren. Ein gemischtes Doppel