

Wissen auf den Punkt gebracht.

 **30 MINUTEN**

Interne Kommunikation

Astrid Nelke

GABAL

30 Minuten
Interne Kommunikation

Prof. Dr. Astrid Nelke

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek. Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN Buchausgabe: 978-3-96739-108-4

ISBN epub: 978-3-96740-194-3

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg

Umschlagkonzept: Buddelschiff, Stuttgart -

www.buddelschiff.de

Lektorat: ArsVocis - Anna Ueltgesforth, Amorbach

Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)

© 2022 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Das E-Book basiert auf dem 2022 erschienenen Buchtitel "30 Minuten Interne Kommunikation" von Astrid Nelke © 2022 GABAL Verlag GmbH, Offenbach.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autorin noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

www.gabal-verlag.de

www.gabal-magazin.de

www.twitter.com/gabalbuecher

www.facebook.com/gabalbuecher

www.instagram.com/gabalbuecher

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- **Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.**
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.

Inhalt

Vorwort

1. Was versteht man unter Unternehmenskommunikation?

Was beinhaltet die Unternehmenskommunikation?

Welche Funktionen haben die interne und externe Unternehmenskommunikation?

Welche Faktoren tragen zum Erfolg der Unternehmenskommunikation bei?

2. Interne Kommunikation

Welche Instrumente nutzt die interne Kommunikation?

Welche Erfolgsfaktoren wirken bei der internen Kommunikation?

Wieso wird die interne Kommunikation für den Unternehmenserfolg immer wichtiger?

3. Interne Kommunikation in der Praxis

Interne Kommunikation im Innovationsprozess

Interne Kommunikation im Employer Branding

Die interne Kommunikation bei Inga

Sieben Erfolgsregeln für die interne Kommunikation

Fast Reader

Weiterführende Literatur

Die Autorin

Vorwort

Interne Kommunikation gewinnt seit Jahren in Unternehmen und Organisationen an Bedeutung. Sei es beim Thema Beschäftigtenbindung, also als ein Teil des immer wichtiger werdenden Employer Branding, sei es bei der Verbesserung aller internen Prozesse. Besonders in innovationsgetriebenen Unternehmen ist die interne Kommunikation für den zukünftigen Innovationserfolg – und damit für die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens – essenziell.

Um sich der internen Kommunikation zu nähern und ihr Zusammenwirken mit der externen Kommunikation zu verstehen, ist es zunächst einmal wichtig, zu wissen, was unter Unternehmenskommunikation zu verstehen ist, was externe und interne Kommunikation bedeuten und welche Funktionen sie jeweils erfüllen. Sie erfahren zudem, welche Faktoren zu einer erfolgreichen Unternehmenskommunikation führen. In diesem Zusammenhang wird auch erläutert, was unter einem Kommunikationskonzept mit den Steps Analyse, Strategie, Umsetzung und Evaluation zu verstehen ist.

Im Anschluss an die Begriffsdefinition „Interne Kommunikation“ geht es um die Erfolgsfaktoren sowie die Instrumente der internen Kommunikation. Hierbei wird der Ablauf einer erfolgreichen internen Kommunikation anhand eines Kommunikationskonzeptes dargestellt und das Zusammenspiel mit der externen Kommunikation erklärt. Im Anschluss werden die Erfolgsfaktoren der internen Kommunikation aufgezeigt und es wird erklärt, inwieweit sie zur Wertschöpfung im Unternehmen in den Bereichen

Employer Branding, Organisationsprozesse und Innovationen beitragen kann. Weiterhin wird erklärt, inwieweit die interne Kommunikation die im Lockdown und auch anschließend immer wichtiger gewordene hybride Arbeitsweise ermöglicht und unterstützt.

Abschließend werden die vorher erläuterten Aspekte anhand von verschiedenen Beispielen aus der Praxis verdeutlicht. Hierbei wird die Relevanz von interner Kommunikation im Innovationsprozess sowie beim Employer Branding aufgezeigt und ein Fallbeispiel aus der Start-up-Praxis analysiert. Zusammenfassend wird deutlich, dass die meisten Organisationen in Zukunft mehr in ihre Arbeitgebermarke investieren müssen, um im Kampf um qualifizierte Talente zu bestehen. Auch mit externer Hilfe sollte das Thema Employer Branding strategisch angegangen werden - egal ob Start-up, etabliertes Unternehmen aus dem Mittelstand oder Behörde. Die Talente wählen den Arbeitgeber, der am besten zu ihnen passt - nicht mehr umgekehrt.

Prof. Dr. Astrid Nelke

1. Was versteht man unter Unternehmenskommunikation?

Gerade in Zeiten der Digitalisierung ist eine strategisch aufgestellte Unternehmenskommunikation das A und O für ein erfolgreiches Unternehmen.

Dabei sollten die interne und externe Unternehmenskommunikation integriert gedacht und mithilfe eines professionellen Kommunikationskonzeptes kurz-, mittel- und langfristig aufgestellt werden.

Eine funktionierende Unternehmenskommunikation sorgt dabei für Sichtbarkeit und einen positiv besetzten Ruf sowohl bei Kunden und Lieferantinnen als auch bei Beschäftigten, Medien, Politik und dem Wettbewerb.

Somit ist sie der Erfolgsgarant für die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens.