

Inhalt

Vorwort	9
<i>Andreas Jäggi</i>	
Was interne Kommunikation bewirkt	
Eine Einführung	11
 Sieben Analysen	
<i>John Antonakis</i>	
Führung und Kommunikation	
Zwei Seiten einer Medaille?	27
 <i>Gudela Grote</i>	
Mitarbeiterzufriedenheit ist keine Garantie für Leistung	
Motivation aus tragfähigen psychologischen Verträgen	43
 <i>Connie Voigt</i>	
Mitarbeitende als Botschafter der Werte	
Employer-Branding-Konzepte in der Praxis	57
 <i>René Lichtsteiner</i>	
Kein Mensch ändert sich gerne	
Erfahrungen nach zwanzig Jahren Change Communication	69
 <i>Constantin Peer</i>	
Unternehmenskultur im Wandel	
Strategieverwirklichung durch kulturelle Kompetenz	83
 <i>Viviane Egli</i>	
Abkehr vom Turm zu Babel	
Vom wachsenden Bedürfnis nach einer klaren Sprache	97
 <i>Claudio Dionisio</i>	
<i>Bernd Schopp</i>	
Neue Kommunikationstechnologien bringen Mehrwert	
Moderne Intranets – Entwicklungen und Erfolgsfaktoren	109

Sieben Fallbeispiele

Detlef Janssen

- Methodische Vermittlung von Unternehmenswerten**
Storytelling bei Bühler, Uzwil 125

Roberto Rivola

Nils Rickert

- Erarbeitung, Kommunikation und Umsetzung
von Organisationswerten**
Das Beispiel der Leitbildentwicklung
im Bundesamt für Kommunikation 139

Daniel von Arx

- Gesagt ist nicht gehört ...**
Interne Kommunikation zwischen Strategie und Kultur,
zwischen Communiqué und Cafeteria 151

Jean-Pierre Neuhaus

- Wie ein Unternehmen (wieder) ein Gesicht bekam**
Der Fall Bystronic –
internes und internationales Branding gelebt 167

Daniel Mollet

Ronny Kaufmann

- Den Wandel bewältigen**
Die Bedeutung der integrierten Konzernkommunikation
für die interne Kommunikation
während Veränderungsprozessen 181

Alexandra Pfister

- «Kommandieren, kontrollieren, korrigieren»
reicht heute nicht mehr aus**
Interne Kommunikation bei der Stadtpolizei Winterthur 193

Autorenkollektiv Veloblitz

- Kommunikationslösungen und Gedankenblitze
der andern Art**
Kommunikation in der Genossenschaft Veloblitz 207