

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
--------------	---

Teil I Einführung

Change-Kommunikation ist Führungskommunikation.....	13
<i>Egbert Deekeling / Dr. Dirk Barghop</i>	

Teil II Stellenwert der Kommunikation im Corporate Change

Zielbestimmung Change-Kommunikation – Vom journalistischen Verständnis zur Gestaltung von Kommunikation.....	19
<i>Egbert Deekeling</i>	

„Stop! Start Making Sense!“ – Die Organisation von Inhalten als Kernkompetenz der Internen Kommunikation.....	23
<i>Dr. Dirk Barghop</i>	

Lost in Open Space – Das Zusammenwirken von Kommunikation und Human Resources in Veränderungsprozessen.....	31
<i>Egbert Deekeling</i>	

High Noon – Im eskalierenden Streit zwischen Unternehmen und Mitbestimmung kommt es immer auch zum Kommunikations-Duell	35
<i>Lutz Zimmermann</i>	

Teil III CEO-Kommunikation

CEO-Kommunikation in Veränderungsprozessen	43
<i>Egbert Deekeling</i>	
Corporate Speaking – CEO-Kommunikation und rhetorische Kompetenz	45
<i>Dr. Stefan Wachtel</i>	

Teil IV Führungskräfte und Kommunikation

Führungskommunikation im Corporate Change	59
<i>Stefan Haver</i>	
Leadership and Communication	69
<i>Bill Quirke</i>	
„Es gibt keine Alternative zu mehr kultureller Vielfalt in der Führung“	93
<i>Ein Gespräch mit Bernd J. Wiczorek und Dr. Jörg Ritter</i>	
Das Beispiel Haniel – Identitätsmanagement in einem familiengeführten Konglomerat	101
<i>Ein Gespräch mit Jutta Stolle und Dr. Michael Prochaska</i>	
Im Schraubstock der Restrukturierung – Führungskräfte zwischen allen Fronten	115
<i>Natascha Kunath / Kristina Haaf</i>	
This Is the End! – Führungskommunikation in übernommenen Unternehmen	121
<i>Egbert Deekeling</i>	
<i>Glückauf 2012</i> – Führungskommunikation in einem schrumpfenden Unternehmen	131
<i>Peter Schrimpf / Michael Weise</i>	

Teil V Herausforderung Global Change

„First Choice“ kommunizieren – Erfahrungen aus einem globalen Veränderungsprozess	141
<i>Heike Humpf</i>	
Kommunikativer Drahtseilakt – Die BASF AG übernimmt ein US-amerikanisches Unternehmen – feindlich!.....	159
<i>Christian Schubert</i>	
Dialogue with Global Range – Erfolgsmodell der Kommunikation in internationalen Veränderungsprozessen.....	163
<i>Torsten Gerharz</i>	

Teil VI Herausforderung Multiple Change

ARAG Essentials – Das Aktionsprogramm für ein starkes Familienunternehmen.....	173
<i>Klaus Heiermann</i>	
Die <i>Offensive Bahn</i> – Aufbruch in eine neue Zeit. Vom nationalen Eisenbahnunternehmen zum international führenden Mobilitäts- und Logistikdienstleister	183
<i>Burkhard Tewinkel</i>	
Markenintegration am Beispiel der Evonik Industries AG	195
<i>Stefan Haver</i>	
Selbstzweck oder Performance-Steigerung? Irwege und Chancen interner Markenführung	207
<i>Klaus Lintemeier</i>	

Teil VII Herausforderung Evaluation

Wirkung objektivieren, Nutzen erkennen – Messung und Benchmarking von Interner Kommunikation	213
<i>Thomas Geiger / Ariana Fischer / Jürgen Mirbach</i>	
Die Herausgeber	231
Die Autorinnen und Autoren.....	233