

Constanze Jecker (Hrsg.)

# Interne Kommunikation

Theoretische, empirische und  
praktische Perspektiven

HERBERT VON HALEM VERLAG

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung des Instituts für Kommunikation und Marketing der Hochschule Luzern - Wirtschaft und der FernUni Schweiz.



### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

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

Constanze Jecker (Hrsg.)  
*Interne Kommunikation.*  
*Theoretische, empirische und praktische Perspektiven*  
Köln: Halem, 2019

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2019 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (PRINT): 978-3-86962-304-7  
ISBN (PDF): 978-3-86962-305-4

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>  
E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag  
LEKTORAT: Volker Manz, Rüdiger Steiner  
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg  
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf  
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.  
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

## Editorial Board

*Sechs Personen waren als Peer Reviewer für verschiedene Beiträge des Sammelbandes tätig. Die Herausgeberin dankt den Expertinnen und Experten für ihre profunden Blind Reviews.*

JÖRISSEN, STEFAN: Dr., Dozent für Deutsch und Kommunikation, Institut für Angewandte Medienwissenschaft IAM, Departement für Angewandte Linguistik, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW, Winterthur/CH

LUGINBÜHL, MARTIN: Prof. Dr. für Deutsche Sprachwissenschaft, Deutsches Seminar, Universität Basel, Basel/CH

MÜLLER, ANDREAS P.: Prof. Dr. habil., Organisations- und Interkulturelle Kommunikation, Bruchsal/D

ROSENBERGER, NICOLE: Prof. Dr., Professur für Organisationskommunikation und Management, Institut für Angewandte Medienwissenschaft IAM, Departement für Angewandte Linguistik, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW, Winterthur/CH

STÜCHELI-HERLACH, PETER: Prof. Dr., Leiter Forschungsbereich Organisationskommunikation und Öffentlichkeit, Institut für Angewandte Medienwissenschaft IAM, Departement für Angewandte Linguistik, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW, Winterthur/CH

VERHEIN, ANNETTE: Prof. Dr., Leiterin Fachgruppe Kommunikation und Sprachen – Gesellschaft, Wirtschaft und Recht, Institut für Kommunikation und Interkulturelle Kompetenz ikik, Hochschule für Technik Rapperswil HSR, Rapperswil/CH

# Inhalt

SABINE EINWILLER Geleitwort	9
CONSTANZE JECKER Einleitung	12
<b>I. THEORETISCHE ANSÄTZE UND EMPIRISCHE BEFUNDE</b>	
ULRIKE BUCHHOLZ Purpose statt Mission: Das Erläutern des Wozu anstatt der Erklärung des Wohin als zentrale Aufgabe der internen Kommunikation	32
CONSTANZE JECKER / MATTHIAS ALBISSER / MICHAEL BOENIGK Interne Kommunikation in der Schweiz – Status quo und Trends	51
KLAUS SPACHMANN / SIMONE HUCK-SANDHU Corporate Newsrooms – Neuland für die interne Kommunikation	74
MICHAEL BOENIGK / CONSTANZE JECKER / MATTHIAS ALBISSER Integrierte Kommunikation im digitalen Wandel – Einbindung und Ausgestaltung der internen Kommunikation	91

ALEXANDRA HEIZEREDER Arbeitgeberkommunikation – Talente adressatengerecht ansprechen	109
MAIKE ELISABETH DEBUS Wenn der Job auf der Kippe steht: Arbeitsplatzunsicherheit und die Bedeutsamkeit der organisationalen Kommunikation	127
CLAUDINE GAIBROIS Verpasste Informationen, beeinträchtigt Wissensaustausch und Motivationsverlust: Was Mehrsprachigkeit in Organisationen für die interne Kommunikation bedeutet	146
RENATO C. MÜLLER VASQUEZ CALLO E-Leadership und E-Collaboration – Chancen, Risiken und Erfolgsfaktoren einer digital unterstützten Personalführung	164
COLETTE SCHNEIDER STINGELIN / LISA ALTORFER Kommunikation mit Mitarbeitenden in Non-Profit-Organisationen: Wertekommunikation und Wir-Gefühl als wichtige Elemente	185
ADRIAN AEBI / BRUNO FRISCHHERZ Interne Kommunikation zu Corporate Social Responsibility (CSR) – Mitarbeitende informieren, konsultieren und beteiligen	201
INGO STOLZ Der Change der Change-Kommunikation	219
ERIK NAGEL / VINZENZ RAST Initialkommunikation in Change-Projekten	230
SABINE WITT Vom Korpsgeist zur individuellen Ansprache – historische Analyse der Mitarbeiterzeitung der SBB	249

MIKE MEISSNER	268
Arbeitgeberkommunikation bei der Schweizerischen Post/PTT am Beginn des 20. Jahrhunderts	
II. ERFAHRUNGEN UND ERKENNTNISSE AUS DER PRAXIS	
SUSANNE KNORRE	285
Von der Start-up-Akquisition zur Innovationskultur: >Open Innovation< als Herausforderung für die interne Kommunikation	
THOMAS RENKEN	300
Der (anspruchsvolle) digitale Arbeitsplatz und das Problem seiner Nutzung	
ADRIAN BLUM / DANIEL BOPP	314
Mitarbeiterbefragungen: Vom Befragungs- zum Dialoginstrument	
KONRAD E. MOSER	332
Mit Großgruppeninterventionen Organisationen in Bewegung setzen	
OLIVER SIDLER	348
Medienrecht für Mitarbeitende und Unternehmen	
JOHANNES MÜLLER / BEAT GYSIN / NINO DYGA / STEPHAN SCHWANDNER	364
Beispiel Siemens AG: Mit References+ den internen Wissens- und Erfahrungsaustausch fördern	
CHRISTOPH ROGGER	379
Beispiel Alpnach-Norm-Gruppe: Die Mitarbeiterzeitung als überregionale Klammer	

ANNA GRÄNI	392
Beispiel Basler Verkehrs-Betriebe: Kommunikation als strategische Führungsaufgabe	
STEFAN JOSS	404
Beispiel css Versicherung: Im Austausch mit den Mitarbeitenden – die Konzernleitung auf Tour de Suisse	
Autorinnen und Autoren	418