

---

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>9</b>
<b>Einleitung</b>	<b>11</b>
<b>1 Einführung in die Unternehmenskommunikation</b>	<b>13</b>
1.1 Definition Unternehmenskommunikation	13
1.2 Theorien der Unternehmenskommunikation	16
1.3 Unterscheidung von Stakeholdern und Zielgruppen	18
1.4 Wertschöpfung durch Kommunikation	24
1.5 Medien und Kommunikationswege der Unternehmenskommunikation	26
1.5.1 Identifikation von Lücken im Medienportfolio	29
1.5.2 Auswahl geeigneter Medien für spezifische Kommunikationsaufgaben	31
1.5.3 Integration der Kommunikationsmedien und -inhalte	34
<b>2 Interne Unternehmenskommunikation: Mitarbeiter in die Organisation integrieren und motivieren</b>	<b>39</b>
2.1 Definition interne Unternehmenskommunikation	40
2.1.1 Differenzierung der Zielgruppe interner Kommunikation	41
2.1.2 Ziele und Funktionen interner Unternehmenskommunikation	45
2.1.3 Medien der internen Unternehmenskommunikation	47
2.2 Aufgabenfelder der internen Unternehmenskommunikation	50
2.2.1 Employer Branding: Mitarbeiter gewinnen und binden	50
2.2.2 Wissensmanagement im Unternehmen	54
2.2.3 Veränderungen intern kommunizieren	56
2.3 Die Führungskraft als Akteur der internen Kommunikation	61

<b>3 Externe Unternehmenskommunikation: das Unternehmen in die Gesellschaft integrieren</b>	<b>66</b>
3.1 Definition externe Unternehmenskommunikation	66
3.1.1 Marktkommunikation	67
3.1.2 Public Relations	71
3.2 Janusköpfigkeit des deutschen Gesundheitsmarkts	76
3.2.1 Meinungsbildung in der Arena des Gesundheitsmarkts	77
3.2.2 Kundenorientierung im Gesundheitsmarkt	81
3.2.3 Ausblick: Kommunikation im digitalen Gesundheitsmarkt	83
3.3 Vertrauen im deutschen Gesundheitsmarkt	85
<b>4 Krisenkommunikation: die Katastrophe vermeiden</b>	<b>90</b>
4.1 Definition Krisenkommunikation	90
4.2 Phasen der Krisenkommunikation	93
4.2.1 Krisenprävention und Früherkennung	94
4.2.2 Krisenvorbereitung	97
4.2.3 Krisenkommunikation in der Akutphase	100
4.2.4 Nachsorge der Krise	104
4.3 Gefahr von Krisen im Gesundheitsbereich	105
<b>5 Controlling der Unternehmenskommunikation</b>	<b>110</b>
5.1 Kommunikationscontrolling	110
5.2 Erfolgsmessung in der Unternehmenskommunikation	114
5.2.1 Wirkungsstufen der Kommunikation	116
5.2.2 Kennzahlen und Evaluationsmethoden	119
5.3 Erfolgsprognose als Ergänzung zur Erfolgsmessung	125

<b>Schlussbetrachtung</b>	<b>128</b>
<b>Anhang</b>	<b>129</b>
Lösungshinweise zu den Übungen im Text	129
Lösungen der Aufgaben zur Selbstüberprüfung	130
Abkürzungsverzeichnis	135
Glossar	136
Literaturverzeichnis	137
Abbildungsverzeichnis	143
Tabellenverzeichnis	144
Sachwortverzeichnis	145
Über die Autoren	148