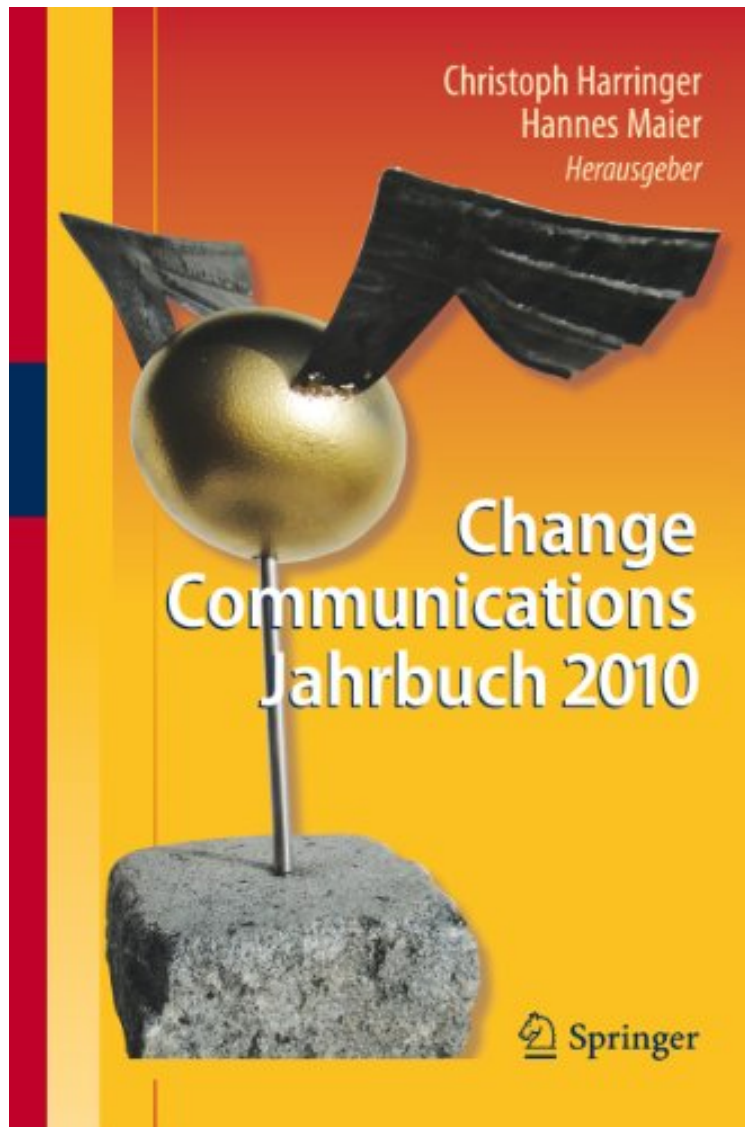


## Change Communications Jahrbuch 2010

Von Christoph Harringer, Hannes (Eds.) Maier  
ebooks | Download PDF | \*ePub | DOC | audiobook



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #1572242 in eBooksVerffentlicht am: 2010-10-27Erscheinungsdatum: 2010-10-27File Name: B00DEHFIBC | File size: 62.Mb

**Von Christoph Harringer, Hannes (Eds.) Maier : Change Communications Jahrbuch 2010** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Change Communications Jahrbuch 2010:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein Paradebeispiel fr moderne UnternehmenskommunikationVon Josef HllriegelDieses Buch ist mit Sicherheit ein Juwel unter den Bchern fr Kommunikationsmanagement.Es zeichnet sich durch Praxisbeispiele aus,die man nur uerst selten in Bchern auffinden kann und aus denen ich viele Ideen gewinnen konnte, da Beispiele zu praxisbezogenen Projekten

zu interner Unternehmenskommunikation eine Besonderheit sind. Des Weiteren sind viele hilfreiche Tipps inkludiert, die Anwendung finden können, da die Autoren selbst im innersten Zirkel der Branche kreisen und somit mit Anwendung der Theorie in der Praxis vertraut sind. Da ich selbst für das Kommunikationsmanagement in einer Firma verantwortlich bin und schon einige Bücher zu diesem Thema gelesen habe, muss ich sagen, dass dieses Buch eine Neuheit für mich darstellt und eine Lücke zwischen Change Management und Unternehmenskommunikation schließt, wie ich es noch nie gesehen habe, weswegen ich es jedem weiterempfehlen möchte, der nicht noch eines der Bücher lesen möchte, die den gleichen Inhalt in anderer Form verkaufen, sondern auf der Suche nach hilfreichen, mitunter auch neuen Praxisprojekten aus der internsten Unternehmenskommunikation sind. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Informativ und Praxisnah Von ThemenScout Das kompakte Buch geht sofort "in medias res". Nach einer kurz gehaltenen Einleitung und Hinführung zum Thema gehts sofort los mit Best-Practice pur. Neben der berichtlichen Aufbereitung ist vor allem die inhaltliche Spannbreite besonders positiv zu erwähnen. Vom Re-Branding bis zur Umstrukturierung, vom Employer-Branding zum Kundenorientierungsprogramm, von der Wertekommunikation bis zur Fusion. Jedes wirklich relevante Change-Thema wird angesprochen und die praktische Umsetzung in der kommunikativen Begleitung wird anhand der Praxisberichte der namhaftesten Unternehmen (u.a. Vodafone, Siemens, Geberit, Deutsche Post DHL etc.) frei Haus dazu geliefert. Für alle die Change-Prozesse erfolgreicher gestalten wollen ein wertvoller Fundus! 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Eine tolle Toolbox! Von Internal Brand Manager Eine tolle Toolbox für alle Interessierten am Thema Veränderungskommunikation, Cultural Change und Internal Branding. Praxisstaugliche Methoden von namhaften Unternehmen. Super. Empfehlenswert! Jahrbuch Change Communications 2010

Kurzbeschreibung Märkte verändern sich, Unternehmen auch. Was oft vergessen und doch immer wichtiger wird: Veränderung braucht Kommunikation - Veränderungskommunikation! Nur die ermöglicht Unternehmen, den MitarbeiterInnen die Bedeutung der Veränderung zu vermitteln - und sie für den Wandel zu gewinnen. Viele Unternehmen kommunizieren ihre Change-Projekte nur unzureichend. Die Belegschaft dankt es ihnen mit Desinteresse und mangelnder Motivation. Nur in Einzelfällen kommt im deutschsprachigen Raum Change Communications der nötige Stellenwert zu. Eine erlesene Auswahl solcher Best-Practice-Projekte, von Orange, Siemens, Deutsche Post DHL u.v.m. präsentiert das vorliegende Buch und zeigt: der Erfolg gibt ihnen Recht! Alle Praxisbeispiele wurden für den Change Communications Award nominiert, der am Change Communications Congress 2009 erstmals vergeben wurde. Veranstalter IBA Internal Branding Academy und Symbiosis Kommunikations- und Strategieberatung versammeln dabei alljährlich Top-Unternehmen aus Deutschland, Österreich, Südtirol und der Schweiz in Salzburg. Die Award-Trophäe Fleggy (Flying Egg) erging diesmal in den Kategorien Internal Branding und Cultural Change. Was Sie noch in diesem Jahrbuch erwartet: Erfahrene Praktiker offenbaren ihre Erfolgsgeheimnisse rund um die Fragen: Warum ist Kommunikation der Drehpunkt bei Change-Prozessen und wie sichern wir den langfristigen Erfolg? Vorgestellt wird auch die international besetzte Jury, nach deren Bewertung die im Jahrbuch präsentierten Best-Practice-Projekte ausgewählt wurden. Die Zielgruppe der vorliegenden Publikation umfasst sämtliche Interessierte an Veränderungskommunikation und Interner Kommunikation. Pressestimmen Trotz des schwersten Jahres der Luftfahrtbranche 2009 und erheblicher struktureller Veränderungen ist das Vertrauen der Mitarbeiter groß wie selten zuvor. Zweifelsohne auch ein Erfolg stringenter Veränderungskommunikation. (Nils Haupt, Leiter Unternehmenskommunikation Lufthansa Cargo AG) Dieses Buch ist ein Plädoyer für auf Vertrauen basierende, persönliche und wechselseitige Kommunikation: Mitarbeiter begeistern und mitnehmen im Dialog. (Ingo Hamm, Leiter Change Kommunikation im Bereich Executive Management and Development von BASF SE) Veränderungsprozesse sind nur dann erfolgreich und nachhaltig, wenn sie die Herzen und Köpfe der Rezipienten erreichen und hier verankert werden. Mit diesem Jahrbuch ist es gelungen, das wichtigste Erfolgsrezept von Change Communications zu untermauern: BETROFFENE zu BETEILIGTEN machen. (Silvia Wulf, Leiterin Unternehmenskommunikation AutoVision GmbH) Kurzbeschreibung Märkte verändern sich, Unternehmen auch. Was oft vergessen und doch immer wichtiger wird: Veränderung braucht Kommunikation - Veränderungskommunikation! Nur die ermöglicht Unternehmen, den MitarbeiterInnen die Bedeutung der Veränderung zu vermitteln - und sie für den Wandel zu gewinnen. Viele Unternehmen kommunizieren ihre Change-Projekte nur unzureichend. Die Belegschaft dankt es ihnen mit Desinteresse und mangelnder Motivation. Nur in Einzelfällen kommt im deutschsprachigen Raum Change Communications der nötige Stellenwert zu. Eine erlesene Auswahl solcher Best-Practice-Projekte, von Orange, Siemens, Deutsche Post DHL u.v.m. präsentiert das vorliegende Buch und zeigt: der Erfolg gibt ihnen Recht! Alle Praxisbeispiele wurden für den Change Communications Award nominiert, der am Change Communications Congress 2009 erstmals vergeben wurde. Veranstalter IBA Internal Branding Academy und Symbiosis Kommunikations- und Strategieberatung versammeln dabei alljährlich Top-Unternehmen aus Deutschland, Österreich, Südtirol und der Schweiz in Salzburg. Die Award-Trophäe Fleggy (Flying Egg) erging diesmal in den Kategorien Internal Branding und Cultural Change. Was Sie noch in diesem Jahrbuch erwartet: Erfahrene Praktiker offenbaren ihre Erfolgsgeheimnisse rund um

die Fragen: Warum ist Kommunikation der Drehpunkt bei Change-Prozessen und wie sichern wir den langfristigen Erfolg? Vorgestellt wird auch die international besetzte Jury, nach deren Bewertung die im Jahrbuch präsentierte Best-Practice-Projekte ausgewählt wurden. Die Zielgruppe der vorliegenden Publikation umfasst sämtliche Interessierte an Veränderungskommunikation und Interner Kommunikation.