

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Über dieses Buch	9
Einführungsbeitrag: Grundlagen der Personalkommunikation – Relevanzarenen und Handlungsfelder <i>Wolfgang Jäger und Lothar Rolke</i>	13
1 Employer Branding und Arbeitgeber-PR	
1.1 HR-Kommunikation als Ladestation für die Arbeitgebermarke bei der Continental AG <i>Sehnaz Özden</i>	29
1.2 Was PR für die Arbeitgebermarke leisten kann <i>Michael Grupe</i>	43
1.3 Im weltweiten Wettbewerb Talente gewinnen – Employer Branding bei BASF <i>Nadine-Lan Hönighaus und Wolfgang Frosch</i>	55
1.4 Starke Marken wirken von innen – Wie die Unternehmenskultur von B. Braun die Arbeitgebermarke prägt <i>Bernadette Tillmanns-Estorf und Alexander Engelhardt</i>	65
2 HR-Markenkommunikation	
2.1 Eine Marke für HR – Von der Notwendigkeit einer eigenen Marke für das Personalmanagement <i>Christoph Beck</i>	79
2.2 Personalentwicklung als Marke <i>Lutz Siebert und Wolfgang Jäger</i>	99
2.3 Die Marke lieben: „Otto ... find’ ich gut“ – Fallbeispiel Internal Branding Otto (GmbH & Co KG) <i>Sirka Laudon</i>	121
2.4 HR als „Brand“ durch HR-Excellence und Kommunikation <i>Steffen Laick</i>	139

3 Hebel der HR-Kommunikation

- 3.1 Themenmanagement für Personaler –
Wenn sich Kommunikation extern bewähren muss
Lothar Rolke..... 149
- 3.2 Das Kommunikationskonzept als Steuerungsinstrument
strategischer HR-Kommunikation
Bodo Kirf und Marc-Oliver Schach..... 165
- 3.3 HR-Kommunikation: Professionell statt nebenbei –
Ein Praxisbericht aus der Allianz Deutschland AG
Reiner Wolf..... 183
- 3.4 Personalentwicklung als Reputationsmanagement
Lars-Peter Linke..... 195
- 3.5 Poesie der Personalkommunikation gegen die Autopoiesis der Systeme
Dieter Weirich..... 205

4 Mitarbeiter- und Führungskräftekommunikation

- 4.1 „Der goldene Pfad“ – Ansätze für erfolgreiche
Personalkommunikation im Change
Thomas Stach..... 213
- 4.2 Hebelwirkungen der Führungskräfte
Ulrich Ott..... 227
- 4.3 Die Kraft des gedruckten Wortes
Hermann-Josef Berg und Michael Kalthoff-Mahnke..... 239
- 4.4 Interne Kommunikation und moderne Kommunikationsmedien –
Change-Prozesse effizienter unterstützen
Karen Nüßmeier..... 249

5 Controlling und Erfolgsmessung von Personalkommunikation

- 5.1 Was kostet Arbeitgeberkommunikation – und was bringt sie?
Wolfgang Jäger und Milena Schön..... 265
- 5.2 Spürsoftware für Arbeitgeberimage und -reputation
Martin Grothe..... 275
- 5.3 Interne Erfolge messen – Personalkommunikation steuern
durch Erfolgsmessung der Kommunikationsmaßnahmen
Ariana Fischer und Thomas Geiger..... 293